



LAMPIRAN



ADHIWANGSA
HOTEL & CONVENTION

Nomor : No.029/HSC-ADW/LO/II-2025
Perihal : Surat Izin Pengambilan Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu Kaprodi
Universitas Sahid Surakarta
Di - Tempat

"Salam Hangat dari Adhiwangsa Hotel & Convention"

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya Pengajuan Izin Pengambilan Penelitian Skripsi/Tugas Akhir dari Mahasiswa Universitas Sahid yang bernama Traberardi Rafa program studi Ilmu Komunikasi pada tanggal 1-3 Februari 2025, maka dengan ini kami informasikan bahwa permintaan tersebut bisa kami bantu akomodir mengingat penelitian tersebut adalah syarat dari skripsi mahasiswa. Untuk hasil penelitian mohon bisa digunakan dengan baik dan benar sesuai dengan kebutuhan dari mahasiswa.

Demikian surat Pemberitahuan ini kami buat, atas kerjasamaanya, kami ucapkan terima kasih.

Surakarta, 03 Februari 2025

Hormat kami,

Wimphy Tri Maharam
HOTEL & CONVENTION
Asst. HRM

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian	: PENERAPAN STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION ADHIWANGSA HOTEL AND CONVENTION SOLO PADA EVENT SO KISS ME
------------------	--

Nama Peneliti : Traberaldi Rafa
NIM : 2020073001
Telp/HP : 08112652372
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang komunikasi ini bertujuan untuk mendeskripsikan Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara kepada kepala departemen dan seles events di Adhiwangsa Hotel And Convention Solo terkait Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Kuesioner ini terdiri dari 4 halaman, terdiri dari

Halaman 1 : Pengantar Kuesioner
Halaman 2 : Identitas Responden
Halaman 2-4 : Kuesioner Penelitian

Jawaban-jawaban atau hasil penilaian keakuratan data yang diberikan akan sepenuhnya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan tidak akan mempengaruhi penilaian apapun tentang diri responden secara pribadi. Oleh karena itu, responden diharapkan menjawab dan memberikan alasan dari seluruh pertanyaan dengan sebenar-benarnya.

Terimakasih atas kerjasamanya

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Holiness Happy Kurniawan
Pekerjaan : Karyawan Swasta di Adhiwangsa Hotel & Convention Solo
Pendidikan : S1 Atmajaya Jogjakarta Accounting
Jabatan : F&B Coordinator yang menghkoordinasikan event dan F&B di adhiwangsa
Umur : 30 tahun
Masa Kerja : 1,5 tahun

1. Apakah biaya dalam melakukan presentasi dan komunikasi pemasaran Event So Kiss Me yang dilakukan oleh Adhiwangsa Hotel And Convention Solo di biayai oleh perusahaan, jelaskan !

Kalo untuk biaya karna itu event internal pastinya kita mengakomodir biaya secara mandiri Dalam artian kita membuat budget promosi di event so kiss me.

2. Bagaimana presentasi dan komunikasi pemasaran Event So Kiss Me yang dilakukan humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam bentuk gagasan, barang atau jasa, jelaskan!

Untuk materi pemasaran kita menggunakan dua tipe yang pertama Dalam bentuk fisik dan yang kedua bentuk digital.

3. Apakah media sosial yang digunakan oleh Adhiwangsa Hotel And Convention Solo untuk memperoleh tanggapan peserta Event So Kiss Me lebih cepat dan kuat, jelaskan !

Kalo untuk media sosial untuk event so kissme kurang mendapatkan respon. Karena peserta event dapet dari account masing masing karyawan adhiwangsa / masing masing sales.

4. Bagaimana upaya yang dilakukan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh tanggapan peserta Event So Kiss Me lebih kuat dan cepat, jelaskan!

Yang namanya media promosi kita tidak bisa hard selling yang langsung tapi bisanya dengan cara soft selling dengan konten konten yang menjerumus kearah event yang dilaksanakan.

5. Apakah upaya yang dilakukan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam menekankan aspek penjualan pada Event So Kiss Me melalui proses person to person, jelaskan !

Pendekatan dengan cara emosional yaitu menjelaskan tentang event So Kiss Me seperti apa aja yang didapat, benefit yang didapat seperti apa , suasananya seperti apa. Secara langsung oleh sales kepada calon pelanggan yang ingi memesan event So Kiss Me.

6. Apakah upaya yang dilakukan tersebut sudah efektif dalam membangun kedekatan dengan konsumen, jelaskan !

Langkah yang tadi dibuat itu hanya melakukan penetrasi ringan. Tamu tamu yang pada akhirnya melakukan reservasi itu tamu yang sudah punya kedekatan dengan masing masing sales.

7. Apakah PR Adhiwangsa Hotel And Convention Solo pada Event So Kiss Me membentuk citra didalam institusi dengan memanfaatkan nilai-nilai berita pada suatu media, jelaskan !

Pada event so kiss me saya tidak melakukan press release ataupun launching event hanya murni melakukan penjualan event

8. Bagaimana implementasi yang dilakukan Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo pada Event So Kiss Me membentuk citra didalam institusi dengan memanfaatkan nilai-nilai berita pada suatu media, jelaskan !

Kebetulan pada saat even dilaksanakan humas sedang masa transisi, jadi pada saat itu tidak menggunakan press release tetapi menggunakan media sosial

9. Apakah Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo melakukan pemasaran langsung kepada konsumen perorangan yang menjadi sasaran untuk memperoleh tanggapan dengan segera pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Pada event so kiss me Dalam masa transisi jadi tidak memiliki PR tapi yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen perseorangan adalah sales

10. Bagaimana implementasi Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam melakukan pemasaran langsung kepada konsumen perorangan yang

menjadi sasaran untuk memperoleh tanggapan dengan segera pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Pemasaran langsung secara dilakukan direct, misalkan ada pertanyaan akan di respon secara sopan, nyaman, dan memberikan kesan bahwa customer yang melakukan reservasi ini sepadan dengan yang mereka bayarkan.

11. Apakah Adhiwangsa Hotel And Convention Solo melaksanakan event yang mengkomunikasikan pesan untuk mencapai tujuan perusahaan pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Mengkomunikasikan visi perusahaan dengan event So Kiss Me jadi event ini bernuansa romantis sedangkan visi perusahaan adalah menjadi hotel ramah anak di kota Solo. Jadi pada event ini menekankan dari sisi romantis tidak hanya diberikan pada pasangan tetapi juga keluarga. Pada kenyataannya yang memesan pada event ini tidak hanya pasangan tetapi juga ada yang memesan dari keluarga.

12. Bagaimana implementasi event yang dilaksanakan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam mengkomunikasikan pesan untuk mencapai tujuan perusahaan pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Implementasinya dengan cara melakukan pemasaran di media sosial dengan branding sesuai dengan nuansa event tersebut.

Hal tersebut serupa dengan pendapat Kotler (2007:5) mengenai dasar dari pemasaran. Dasar dari pemasaran meliputi iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, humas dan publisitas, pemasaran langsung dan pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan juga meningkatkan profit perusahaan. Oleh karena itu, elemen bauran *integrated marketing communication* menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Elemen bauran *integrated marketing communication* meliputi :

a. Iklan

Iklan adalah penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merek, persahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu biasanya melalui media elektronik seperti televisi, media sosial, radio dan lain-lain.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan mampu mendorong perilaku pembelian oleh konsumen dengan melakukan tawaran-tawaran yang menggiurkan. Promosi penjualan mencakup promosi bagi konsumen (sampel, kupon, potongan harga, hadiah).

c. Penjualan Personal

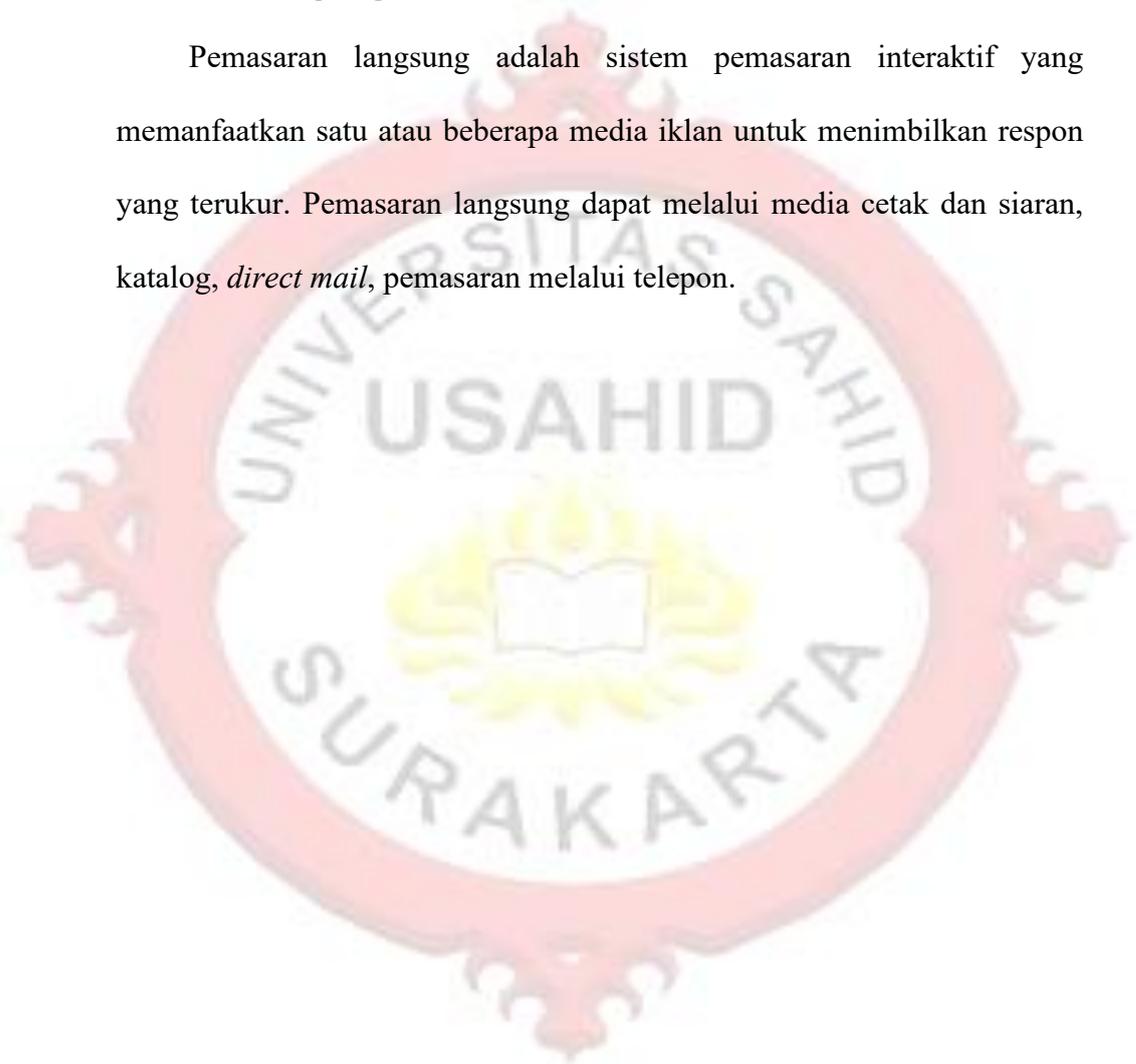
Penjualan personal merupakan penjualan yang melibatkan komunikasi langsung antara seorang pembeli dengan seorang salesman. Penjualan langsung merupakan komunikasi yang efektif yang membangun kedekatan langsung ke konsumen.

d. Hubungan masyarakat

Public Relation merupakan elemen bauran yang terpenting karena mampu mengevaluasi sikap masyarakat dan mendistribusikan informasi dan komunikasi yang menarik.

e. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur. Pemasaran langsung dapat melalui media cetak dan siaran, katalog, *direct mail*, pemasaran melalui telepon.



KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian	: PENERAPAN STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION ADHIWANGSA HOTEL AND CONVENTION SOLO PADA EVENT SO KISS ME
------------------	--

Nama Peneliti : Traberaldi Rafa
NIM : 2020073001
Telp/HP : 08112652372
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang komunikasi ini bertujuan untuk mendeskripsikan Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara kepada kepala departemen dan seles events di Adhiwangsa Hotel And Convention Solo terkait Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel And Convention Solo Pada Event So Kiss Me. Kuesioner ini terdiri dari 4 halaman, terdiri dari

Halaman 1 : Pengantar Kuesioner
Halaman 2 : Identitas Responden
Halaman 2-4 : Kuesioner Penelitian

Jawaban-jawaban atau hasil penilaian keakuratan data yang diberikan akan sepenuhnya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan tidak akan mempengaruhi penilaian apapun tentang diri responden secara pribadi. Oleh karena itu, responden diharapkan menjawab dan memberikan alasan dari seluruh pertanyaan dengan sebenar-benarnya.

Terimakasih atas kerjasamanya

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Dini Krisnawati
Pekerjaan : Karyawan Swasta di Adhiwangsa Hotel & Convention Solo
Pendidikan : D3 Perhotelan dan Pariwisata
Jabatan : Asisten Director of Sales and Marketing
Umur : 45 tahun
Masa Kerja : 9 tahun

13. Apakah biaya dalam melakukan presentasi dan komunikasi pemasaran Event So Kiss Me yang dilakukan oleh Adhiwangsa Hotel And Convention Solo di biyai oleh perusahaan, jelaskan !

Di setiap bulan ada budget promosi sehingga promosi event so kiss me diambilkan dari budget tersebut

14. Bagaimana presentasi dan komunikasi pemasaran Event So Kiss Me yang dilakukan humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam bentuk gagasan, barang atau jasa, jelaskan!

Menggunakan media sosial selain itu juga mewajibkan setiap karyawan memposting promo adhiwangsa Hotel & convention solo

15. Apakah media sosial yang digunakan oleh Adhiwangsa Hotel And Convention Solo untuk memperoleh tanggapan peserta Event So Kiss Me lebih cepat dan kuat, jelaskan !

Iya melalui media sosial respon peserta lebih mengena dan lebih cepat

16. Bagaimana upaya yang dilakukan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam menggunakan media sosia untuk memperoleh tanggapan peserta Event So Kiss Me lebih kuat dan cepat, jelaskan!

Upayanya menggunakan blsting promo secara terus menerus dan mewajibkan karyawan melakukan promosi di media sosial masing masing karyawan.

17. Apakah upaya yang dilakukan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam menekankan aspek penjualan pada Event So Kiss Me melalui proses person to person, jelaskan !

Menggunakan telemarketing ke berberapa prospek klien, dan ini merupakan event taunan sehingga mengandalkan klien yang pernah ikut event tersebut.

18. Apakah upaya yang dilakukan tersebut sudah efektif dalam membangun kedekatan dengan konsumen, jelaskan !

Upaya yang dilakukan sudah cukup efektif untuk membangun kedekatan dengan konsumen.

19. Apakah PR Adhiwangsa Hotel And Convention Solo pada Event So Kiss Me membentuk citra didalam institusi dengan memanfaatkan nilai-nilai berita pada suatu media, jelaskan !

Pada event so kiss me saya tidak melakukan press release ataupun launching event hanya murni melakukan penjualan event

20. Bagaimana implementasi yang dilakukan Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo pada Event So Kiss Me membentuk citra didalam institusi dengan memanfaatkan nilai-nilai berita pada suatu media, jelaskan !

Kebetulan pada saat even dilaksanakan humas sedang masa transisi, jadi pada saat itu tidak menggunakan press release tetapi menggunakan media sosial

21. Apakah Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo melakukan pemasaran langsung kepada konsumen perorangan yang menjadi sasaran untuk memperoleh tanggapan dengan segera pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Pada event so kiss me Dalam masa transisi jadi tidak memiliki PR tapi yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen perseorangan adalah sales

22. Bagaimana implementasi Humas Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam melakukan pemasaran langsung kepada konsumen perorangan yang menjadi sasaran untuk memperoleh tanggapan dengan segera pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Pemasaran langsung secara dilakukan direct, misalkan ada pertanyaan akan di respon secara sopan, nyaman, dan memberikan kesan bahwa customer yang melakukan reservasi ini sepadan dengan yang mereka bayarkan.

23. Apakah Adhiwangsa Hotel And Convention Solo melaksanakan event yang mengkomunikasikan pesan untuk mencapai tujuan perusahaan pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Tentu setiap event yang dilakukan adhiwangsa tentu ada visi misinya yang hendak di capai oleh Adhiwangsa Hotel & Convention Solo

24. Bagaimana implementasi event yang dilaksanakan Adhiwangsa Hotel And Convention Solo dalam mengkomunikasikan pesan untuk mencapai tujuan perusahaan pada Event So Kiss Me, jelaskan !

Implementasi pesan tercapai, reservasinya lumayan banyak dan feedbacknya cukup positif.



Hal tersebut serupa dengan pendapat Kotler (2007:5) mengenai dasar dari pemasaran. Dasar dari pemasaran meliputi iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, humas dan publisitas, pemasaran langsung dan pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan juga meningkatkan profit perusahaan. Oleh karena itu, elemen bauran *integrated marketing communication* menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Elemen bauran *integrated marketing communication* meliputi :

f. Iklan

Iklan adalah penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merek, persahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu biasanya melalui media elektronik seperti televisi, media sosial, radio dan lain-lain.

g. Promosi penjualan

Promosi penjualan mampu mendorong perilaku pembelian oleh konsumen dengan melakukan tawaran-tawaran yang menggiurkan. Promosi penjualan mencakup promosi bagi konsumen (sampel, kupon, potongan harga, hadiah).

h. Penjualan Personal

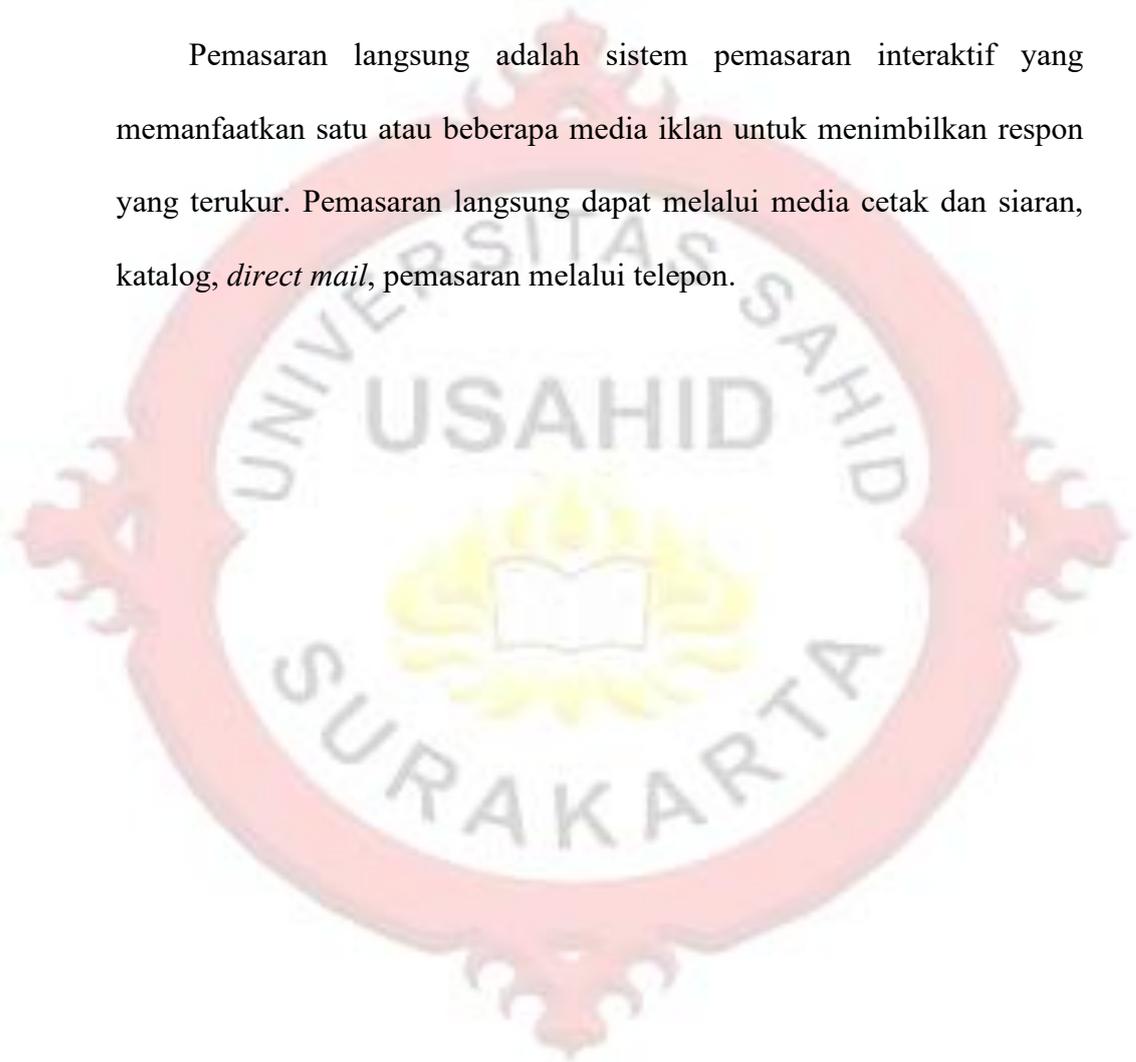
Penjualan personal merupakan penjualan yang melibatkan komunikasi langsung antara seorang pembeli dengan seorang salesman. Penjualan langsung merupakan komunikasi yang efektif yang membangun kedekatan langsung ke konsumen.

i. Hubungan masyarakat

Public Relation merupakan elemen bauran yang terpenting karena mampu mengevaluasi sikap masyarakat dan mendistribusikan informasi dan komunikasi yang menarik.

j. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur. Pemasaran langsung dapat melalui media cetak dan siaran, katalog, *direct mail*, pemasaran melalui telepon.



BUKU KONSULTASI SKRPSI / TA



UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia

Telp. +62 - (0)271-743493, 743494, Fax. +62 - (0)271-742047

FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI

NAMA : Traberaldi Rafa Otniel AH.

NIM : 2020073001

**PROGRAM
STUDI** : ILMU KOMUNIKASI

**JUDUL SKRIPSI /
TA** : PENERAPAN STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* ADHIWANGSA HOTEL AND CONVENTION SOLO PADA EVENT SO KISS ME



KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Kamis, 17 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Latar Belakang	1. <i>Im</i>
2.	Kamis, 24 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Rumusan Masalah	2. <i>Im</i>
3.	Kamis, 31 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Manfaat dan Tujuan Penelitian	3. <i>Im</i>
4.	Kamis, 7 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Penelitian Terdahulu	4. <i>Im</i>
5.	Kamis, 14 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Landasan Teori	5. <i>Im</i>
6.	Kamis, 21 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Kerangka Berfikir	6. <i>Im</i>
7.	Kamis, 28 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB III	Metode Penelitian	7. <i>Im</i>
8.	Rabu, 25 Juni 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB IV	Gambaran Lokasi Penelitian dan Analisis SWOT	8. <i>Im</i>
9.	Rabu, 2 Juli 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB V	Penutup dan Kesimpulan	9. <i>Im</i>

Ace y Sidang hari.
07/07 2025.



KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Kamis, 17 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Latar Belakang	1. <i>Im</i>
2.	Kamis, 24 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Rumusan Masalah	2. <i>Im</i>
3.	Kamis, 31 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Manfaat dan Tujuan Penelitian	3. <i>Im</i>
4.	Kamis, 7 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Penelitian Terdahulu	4. <i>Im</i>
5.	Kamis, 14 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Landasan Teori	5. <i>Im</i>
6.	Kamis, 21 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Kerangka Berfikir	6. <i>Im</i>
7.	Kamis, 28 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB III	Metode Penelitian	7. <i>Im</i>
8.	Rabu, 25 Juni 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB IV	Gambaran Lokasi Penelitian dan Analisis SWOT	8. <i>Im</i>
9.	Rabu, 2 Juli 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB V	Penutup dan Kesimpulan	9. <i>Im</i>

Ace y Sidang hasil.
24/07 2025.



KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Kamis, 17 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Latar Belakang	1. <i>[Signature]</i>
2.	Kamis, 24 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Rumusan Masalah	2. <i>[Signature]</i>
3.	Kamis, 31 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB I	Manfaat dan Tujuan Penelitian	3. <i>[Signature]</i>
4.	Kamis, 7 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Penelitian Terdahulu	4. <i>[Signature]</i>
5.	Kamis, 14 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Landasan Teori	5. <i>[Signature]</i>
6.	Kamis, 21 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB II	Kerangka Berfikir	6. <i>[Signature]</i>
7.	Kamis, 28 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB III	Metode Penelitian	7. <i>[Signature]</i>
8.	Rabu, 25 Juni 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB IV	Gambaran Lokasi Penelitian dan Analisis SWOT	8. <i>[Signature]</i>
9.	Rabu, 2 Juli 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.	BAB V	Penutup dan Kesimpulan	9. <i>[Signature]</i>

Ace y Sidang hasil.
07/07/2025.