

SKRIPSI

STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION KUSUMA SAHID PRINCE HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN KONSEP THE TRULY HERITAGE HOTEL

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

Dwi Parwati

NIM. 2022071006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Strategi *Integrated Marketing Communication* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam Membangun Konsep *The Truly Heritage Hotel*

Disusun oleh :

Dwi Parwati

NIM. 2022071006

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
dihadapan Dewan Penguji
Pada tanggal : 3. Agustus 2016.....

Dosen Pembimbing I



Hasbullah Azis, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0612078708

Dosen Pembimbing II



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN. 0628108301

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi *Integrated Marketing Communication* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam Membangun Konsep *The Truly Heritage Hotel*

Disusun oleh :

Dwi Parwati

NIM. 2022071006

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta
Pada tanggal: 3 Agustus 2026

Dewan Penguji

1. Hasbullah Azis, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 06120787707

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

NIDN. 0628108301

3. Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0616068501

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni

Kepala Program Studi

Ilmu Komunikasi



Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si

NIDN. 0602058801



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

NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN
ORISINILITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Parwati
NIM : 2022071006
Program Stud : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni

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 Universitas lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiasi dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 24 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Dwi Parwati

NIM. 2022071006

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Parwati
NIM : 2022071006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi/laporan penelitian saya yang berjudul: Strategi *Integrated Marketing Communication* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam Membangun Konsep *The Truly Heritage Hotel*

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mampublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai *co-author* atau pencipta dan juga sebagai hak milik pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 24 Juli 2026



Dwi Parwati

NIM. 2022071006

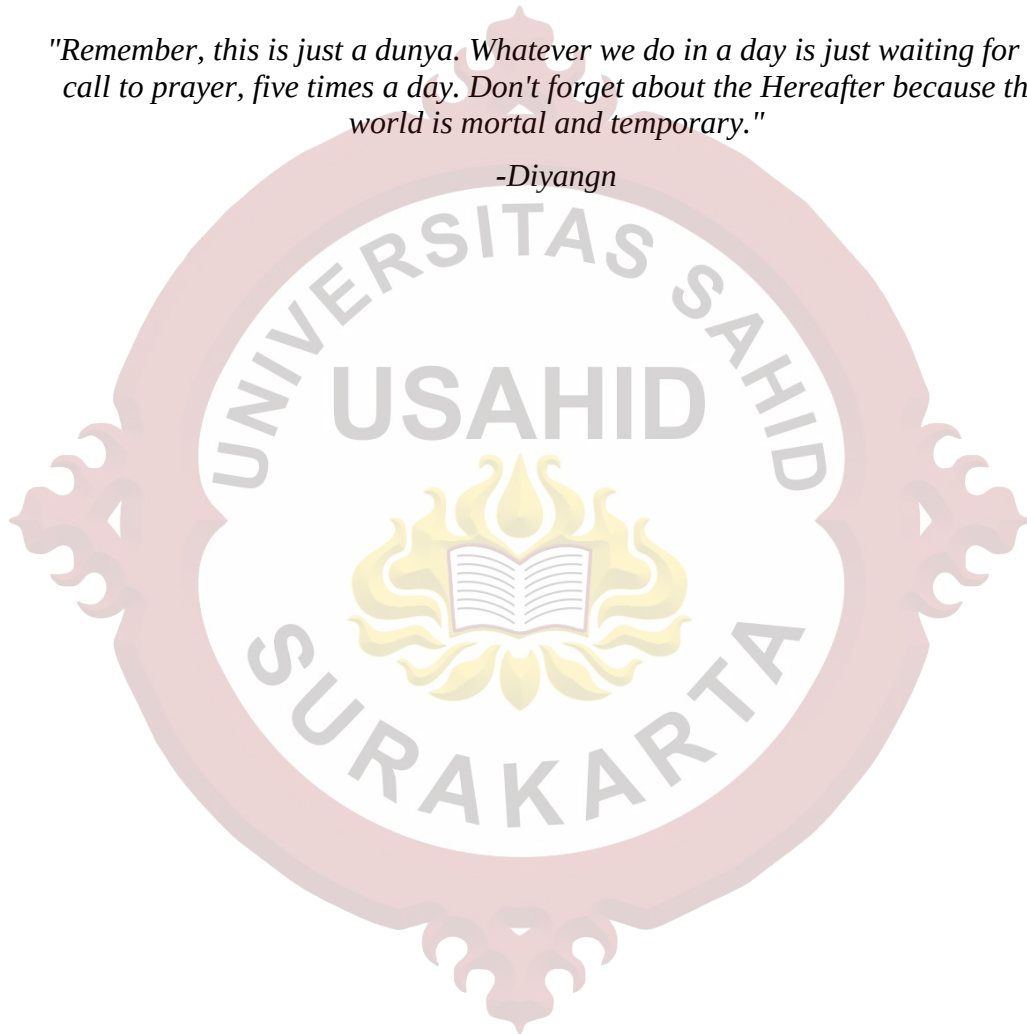
MOTTO

"Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release.

-Taylor Swift

"Remember, this is just a dunya. Whatever we do in a day is just waiting for the call to prayer, five times a day. Don't forget about the Hereafter because this world is mortal and temporary."

-Diyangn



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin. rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, nikmat, kemudahan, dan pertolongan-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Adapaun, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, atas segala kasih sayang, kekuatan, kesehatan, dan kemudahan yang senantiasa diberikan dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukamto dan Ibu Nuryanti Terima kasih atas segala doa, cinta, dan dukungan yang tak pernah putus. Terima kasih telah menjadi alasan terbesar bagi penulis untuk terus berjuang dalam menggapai cita-cita.
3. Adik tersayang, Aulia Nazwa Izzatunisa yang selalu memberikan semangat, kebahagiaan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama berkuliah di Universitas Sahid Surakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi *Integrated Marketing Communication* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam Membangun Konsep *The Truly Heritage Hotel*”** tepat pada waktunya. Keberhasilan penulis dalam membuat skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Apt. Reni Astuti, M.Sc. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerja Sama Universitas Sahid Surakarta.
3. Dr. Anniez Rachmawati Muslifah, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan, dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
4. Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum Pembimbing II Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
7. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
8. Ibu Sendang Kusumastuti selaku General Manager, Bapak Eko Wahyudhi selaku HR Manager, serta Ibu Tia Kristiyanti selaku Marketing Communication Manager, terima kasih atas izin, bantuan, dan kesempatan

yang diberikan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

9. Kepada seseorang yang namanya tidak dapat penulis sebutkan, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, dan cinta selama menempuh pendidikan di universitas, fakultas, serta naungan program studi yang sama. Semoga langkah kita setelah ini senantiasa dimudahkan serta membawa kesuksesan dan keberkahan.
10. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2022, yang telah membersamai perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih atas cinta, kebersamaan, dukungan, serta banyak sekali kenangan indah yang telah diciptakan bersama.
11. Molen (kucing), terima kasih karena sudah menemani, selalu memberikan semangat dan hiburan selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada Kota Surakarta dan seluruh kenangan yang sangat amat berwarna di dalamnya, tempat penulis berkembang dan menempuh pendidikan di tanah perantauan. Kota yang bukan sekedar tempat singgah, melainkan rumah aman dan nyaman untuk penulis. Terima kasih atas kenyamanan yang diberikan.
13. Semua pihak yang terlibat namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Semoga segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi motivasi serta doa terbaik yang akan kembali kepada kalian semua dan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat untuk para pembaca pada umumnya dan untuk penulis pada khususnya.

Surakarta, 24 Juli 2026

Dwi Parwati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	v
ORISINILITAS KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Definisi Komunikasi	8

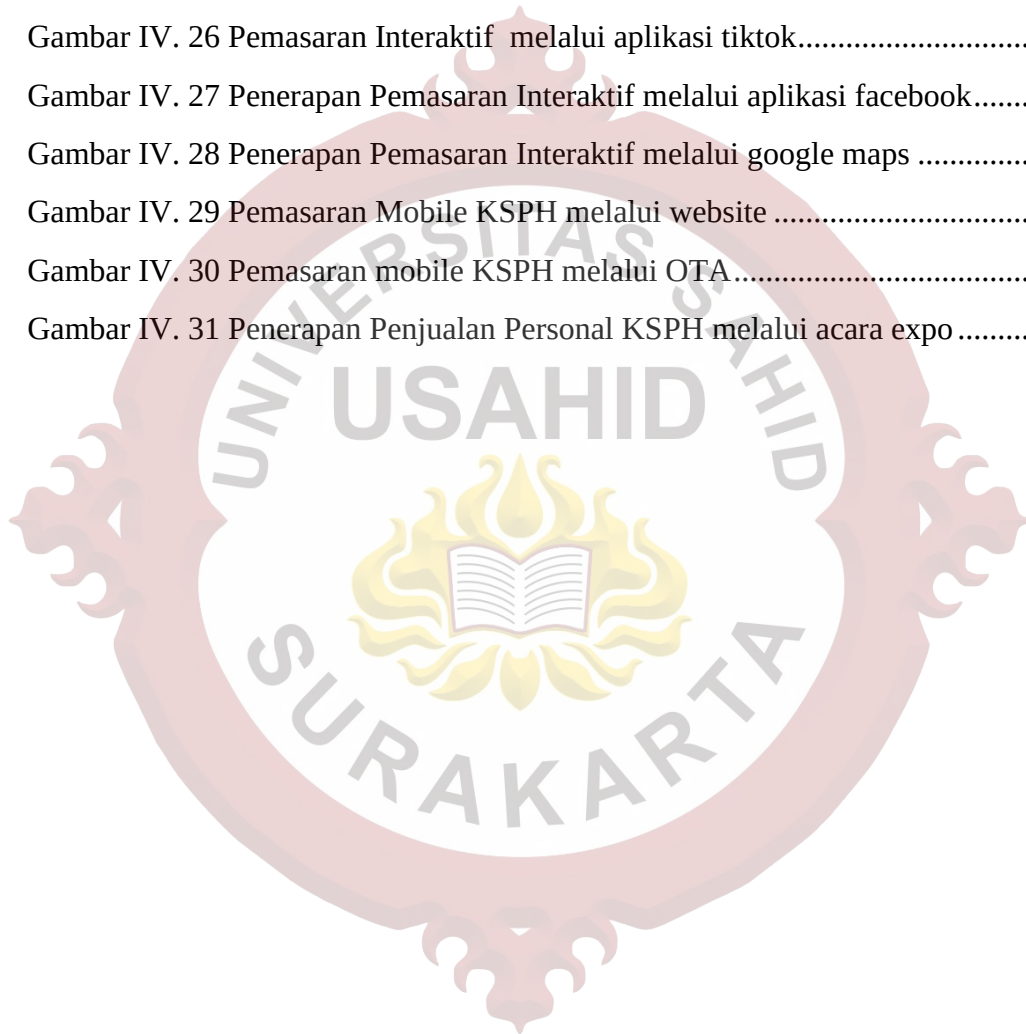
2.3 Proses Komunikasi	9
2.4 Komunikasi Pemasaran	10
2.5 IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	11
2.6 Analisis SWOT.....	13
2.7 Kerangka Berpikir	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Lokasi Penelitian	16
3.3 Sumber Data dan Data.....	16
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	18
a. Wawancara	18
b. Observasi	18
c. Dokumentasi.....	19
3.6 Validitas Data	19
3.7 Teknik Analisis Data	20
BAB IV PEMBAHASAN.....	22
4.1 Deskripsi Lokasi	22
4.1.1 Gambaran Umum Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	22
4.1.2 Visi dan Misi Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	24
4.1.3. Struktur Organisasi Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	26
4.1.4 Deskripsi Jabatan.....	26
4.1.5 Fasilitas, sarana dan prasarana Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.....	27
4.2 Temuan Penelitian	35

4.2.1 Strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> Kusuma Sahid PrinceHotel Solo dalam membangun Konsep <i>The Truly Heritage Hotel</i>	36
a. Periklanan (<i>advertising</i>)	36
b. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	40
c. Acara dan Pengalaman (<i>Event and Experience</i>)	42
d. Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relations and Publicity</i>)	45
f. Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>)	53
g. Pemasaran Mobile (<i>Mobile Marketing</i>).....	58
h. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	60
4.3 Analisis SWOT.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Proses komunikasi	9
Gambar II. 2 Kerangka berpikir	15
Gambar III. 1 Analisis data Miles dan Huberman	20
Gambar IV. 1 Bangunan tampak depan KSPSH.....	23
Gambar IV. 2 Struktur organisasi	26
Gambar IV.3 Kamar Cabanas	29
Gambar IV. 4 Deluxe Twin Room.....	29
Gambar IV. 5 Bungalow King	30
Gambar IV. 6 kamar Bungalow suite.....	31
Gambar IV. 7 Excecutive Suite King.....	32
Gambar IV. 8 Kamar prince suite	32
Gambar IV. 9 Indraloka Royal Suite Room.....	33
Gambar IV. 10 Gambir sakethi restaurant	34
Gambar IV. 11 Periklanan melalui media sosial instagaram dan Tiktok KSPH ..	37
Gambar IV. 12 Unggahan sosial media instagram dan tiktok KSPH	38
Gambar IV. 13 Penerapan Periklanan melalui media billboard.....	38
Gambar IV. 14 Program promosi KSPH.....	40
Gambar IV. 15 Staf menggunakan kebaya dan beskap sebagai pendukung promosi heritage hotel.....	40
Gambar IV. 16 Penerapan acara Jejalan Gethistorized Harmony of Surakarta	42
Gambar IV. 17 Penerapan Acara dan Pengalaman melalui acara Wedding showcase Sasmitaning Asmara	43
Gambar IV. 18 Penerapan Acara dan Pengalaman melalui acara Pameran Lukisan.	44
Gambar IV. 19 Penerapan Hubungan Masyarakat dan Publisitas melalui media Solopos.....	46
Gambar IV. 20 Kerjasama KSPH dengan media TA radio dan MettaFM.....	47
Gambar IV. 21 Penerapan Hubungan Masyarakat dan Publisitas melalui Kerjasama influencer	48

Gambar IV. 22 Kerjasama dengan Sanggar tari Soerya Soemirat Mangkunegaran	49
Gambar IV. 23 Penerapan Pemasaran Langsung dan Basis Data melalui database pelanggan yang terstruktur	51
Gambar IV. 24 Pemasaran Langsung melalui WhatsApp	52
Gambar IV. 25 Penerapan Pemasaran Interaktif melalui instagram	54
Gambar IV. 26 Pemasaran Interaktif melalui aplikasi tiktok.....	54
Gambar IV. 27 Penerapan Pemasaran Interaktif melalui aplikasi facebook.....	55
Gambar IV. 28 Penerapan Pemasaran Interaktif melalui google maps	56
Gambar IV. 29 Pemasaran Mobile KSPH melalui website	58
Gambar IV. 30 Pemasaran mobile KSPH melalui OTA.....	59
Gambar IV. 31 Penerapan Penjualan Personal KSPH melalui acara expo	60



DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel IV. 1 Fasilitas ruang rapat KSPH.....	35
Tabel IV. 2 Analisis SWOT Periklanan.....	62
Tabel IV. 3 Analisis SWOT Promosi Penjualan.....	63
Tabel IV. 4 Analisis SWOT Acara dan Pengalaman.....	64
Tabel IV. 5 Analisis SWOT Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	65
Tabel IV. 6 Analisis SWOT Pemasaran Langsung dan Basis Data.....	67
Tabel IV. 7 Analisis SWOT Pemasaran Interaktif.....	68
Tabel IV. 8 Analisis SWOT Pemasaran Mobile.....	69
Tabel IV. 9 Analisis SWOT Penjualan Personal.....	70

**Strategi *Integrated Marketing Communication* Kusuma Sahid Prince Hotel
Solo dalam Membangun Konsep *The Truly Heritage Hotel***

Dwi Parwati

2022071006

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang dilakukan Kusuma Sahid Prince Hotel Solo (KSPH) dalam membangun konsep *The Truly Heritage Hotel*. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan mengacu pada IMC menurut Kotler dan Keller (2016), yang meliputi *advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, interactive marketing, mobile marketing, direct and database marketing, dan personal selling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSPH telah menerapkan seluruh elemen IMC. Penerapan pada elemen *advertising, interactive marketing, public relations and publicity, direct and database marketing, events and experiences, serta personal selling* dinilai efektif sehingga perlu dipertahankan. Sementara itu, elemen *sales promotion* perlu ditingkatkan melalui program promosi bertema heritage yang lebih bervariasi agar konsep *The Truly Heritage Hotel* semakin dikenal. Sementara itu, pada elemen *mobile marketing*, hotel dapat mengoptimalkan penyampaian informasi dan promosi melalui perangkat seluler dengan mengoptimalkan website agar responsif terhadap perangkat mobile, memperbarui informasi secara berkala, serta menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas website kepada calon pelanggan. Secara keseluruhan, implementasi strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang dilakukan oleh KSPH mampu membangun konsep *The Truly Heritage Hotel* melalui penerapan berbagai elemen komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: *Hotel heritage, The Truly Heritage Hotel, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo, Integrated Marketing Communication* (IMC), komunikasi pemasaran.

Kusuma Sahid Prince Hotel Solo's Integrated Marketing Communication Strategy in Establishing The Truly Heritage Hotel Concept

Dwi Parwati
2022071006

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the Integrated Marketing Communication (IMC) strategy by Kusuma Sahid Prince Hotel Solo (KSPH) in establishing the Truly Heritage Hotel concept. The study employs a descriptive method with a qualitative approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The research utilizes the IMC theory proposed by Kotler and Keller (2016), encompassing advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, interactive marketing, mobile marketing, direct and database marketing, and personal selling.

The results indicate that KSPH has implemented all IMC elements. The application of advertising, interactive marketing, public relations and publicity, direct and database marketing, events and experiences, and personal selling was deemed effective and should be maintained. Meanwhile, the sales promotion element requires enhancement through more varied heritage-themed promotional programs to further raise awareness of The Truly Heritage Hotel concept. Regarding mobile marketing, the hotel can optimize information delivery and promotions via mobile devices by ensuring the website is mobile-responsive, updating information regularly, and implementing Search Engine Optimization (SEO) to increase website visibility among potential customers. Overall, the IMC strategy implemented by KSPH has successfully established The Truly Heritage Hotel concept through the application of various marketing communication elements.

Keywords: Heritage Hotel, The Truly Heritage Hotel, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo, Integrated Marketing Communication (IMC), Marketing Communication.

