



**Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Semarang Sebagai Pelaku  
Baru dalam Industri Perhotelan di Kota Semarang**

**Tugas Akhir**

Disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi DIII Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

Penyusun

**Nur Rahma Anandani**

**14030112060120**

**PROGRAM STUDI DIII HUBUNGAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2018**

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

## (TUGAS AKHIR)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Nur Rahma Anandani  
Nomor Induk Mahasiswa : 14030112060120  
Jurusan / Program Studi : D-III / Hubungan Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya tulis berjudul:

**“Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Semarang Sebagai Pelaku Baru Dalam Industri Perhotelan Di Kota Semarang** adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Sayasendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Maret 2018  
Pembuat Pernyataan,

**Nur Rahma Anandani**  
NIM. 14030112060120

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Semarang Sebagai  
Pelaku Baru dalam Industri Perhotelan di Kota Semarang

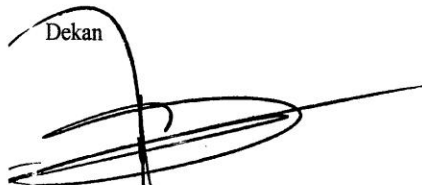
Nama Penyusun : Nur Rahma Anandani


NIM : 14030112060120

Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III

Semarang, Maret 2018

Dekan  
  
Dr. Sunarto, M.Si  
NIP. 19660727 199203 1 001

Wakil Dekan I  
  
Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

**Dosen Pembimbing :**

1. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si

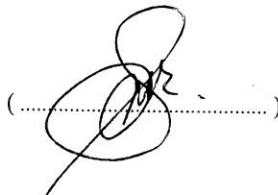
()

**Dosen Penguji TA :**

1. Nurul Hasfi, S.Sos, M.A

()

2. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si

()

## **MOTTO**

**“You Only Fail If You Stop Trying”**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Bismillahirrohmannirrohim puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang selalu melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya sehingga tugas akhir yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Sebagai Pelaku Baru Dalam Industri Perhotelan di Kota Semarang" ini bisa terselesaikan dengan baik. Tentu saja menyelesaikannya, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Alhamdulillah Wasyukurillah tak henti penulis berucap terima kasih kepada Maha Pencipta Alam Semesta Allah SWT yang selalu membimbing lahir batin selama proses penulisan tugas akhir.
2. Mama, Bapak, Mas Hanum, Dek Fahri tercinta yang selalu mendukung dan memberikan motivasi dan nasehat selama penulisan karya ilmiah ini.
3. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
4. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Nurul Hasfi, S.Sos, M.A selaku dosen penguji yang membantu memberikan arahan terkait tugas akhir.
6. Seluruh keluarga besar Eyang Karsidi yang selalu menyayangi satu sama lain.
7. Sahabat-sahabat ku Ema, Monot, Reny, elok, Dian, Otto, Faisal, Eko yang menemani dan memberi masukan banyak hal.

8. Teman – teman Febril, Agit, Ige, Dewi, Buana, Retno, Majid, Indi, Dhega terima kasih sudah membagi tawa selama menenmpuh kuliah bersama.
9. Wulan, Bimo, Sarah, Novian, Ucil, Rossi, Adit, Sanjaya teman seperjuangan Tugas Akhir yang sedang mengejar gelar A.Md
10. Teman-teman PR 2 2012 yang selalu menyemangati ketika penyusunan Tugas Akhir
11. Dan semua pihak yang telah membantu, memberikan masukan serta dukungan ketika penyusunan Tugas Akhir ini

#### **ABSTRAKSI**

**JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Sebagai Pelaku Baru Dalam Indutri Perhotelan di Kota Semarang**

**NAMA : Nur Rahma Anandani**

**NIM : 14030112060120**

---

Persaingan bisnis perhotelan yang semakin ketat seiring bertambahnya jumlah hotel berbintang, menuntut MG Setos Hotel Semarang sebagai pelaku baru dalam industri perhotelan di Kota Semarang terus berpacu melakukan strategi komunikasi pemasaran. Strategi pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk maupun jasa yang dimiliki perusahaan agar dapat bersaing dalam persaingan pasar di industri perhotelan Kota Semarang.

Penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel ini, menggunakan tipe deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian yaitu senior *sales manager*, *executive secretary*, *banquet manager*, *front office supervisor* dan tamu pelanggan MG Setos Hotel Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan MG Setos Hotel Semarang dalam melaksanakan kegiatan pemasaran telah sesuai dengan tahapan teori yang ada. Strategi dilakukan dengan 4 tahapan, yaitu riset dengan melaksanakan pengumpulan fakta untuk diolah menjadi informasi, perencanaan dengan melakukan penentuan target pasar, menginformasikan peluncuran hotel melalui media cetak, diskusi pada saat meeting internal perusahaan, pelaksanaan dengan melakukan bauran pemasaran, monitoring terhadap perencanaan program yang dilakukan dan terakhir tahapan evaluasi secara menyeluruh pada pencapaian yang telah diraih perusahaan.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Perhotelan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan karunia serta kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar. Tugas

akhir ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MG SETOS HOTEL SEMARANG SEBAGAI PELAKU BARU DALAM INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA SEMARANG”.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan MG Setos Hotel Semarang sebagai pelaku baru dalam industri perhotelan di Kota Semarang dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Kegiatan pemasaran ini menggunakan 4 pendekatan antara lain riset, perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Dari hasil penelitian terlihat bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan MG Setos Hotel Semarang telah berjalan baik, namun masih terdapat kegiatan yang dapat ditambahkan dan adanya evaluasi terhadap kinerja staff dalam melayani tamu pelanggan

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi semua pembaca laporan ini pada umumnya.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv



HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Praktis .....	8
1.5 Kerangka Teori .....	8
1.6 Definisi Operasional .....	14
1.7 Metode Penelitian.....	16
1.7.1 Tipe Penelitian.....	16
1.7.2 Metode Pengumpulan Data .....	16
1.7.3 Jenis Data .....	17
1.7.4 Teknik Analisi Data .....	17
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
2.1 Sejarah Singkat MG Setos Hotel Semarang.....	19
2.2 Visi, Misi dan Nilai Inti MG Setos Hotel Semarang .....	20
2.3 Logo Perusahaan.....	22
2.4 Profil MG Setos Hotel Semarang.....	22
2.5 Struktur Organisasi MG Setos Hotel Semarang .....	23
2.6 Fasilitas MG setos Hotel Semarang .....	29
<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN</b>	
3.1 Fact Finding .....	34
3.2 Planning .....	35

3.3 Pelaksanaan.....	37
3.4 Monitoring .....	40
3.5 Evaluasi.....	42

**BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Fact Finding .....	45
4.2 Planning .....	47
4.3 Pelaksanaan .....	48
4.4 Monitoring .....	56
4.5 Evaluasi.....	57

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**