ABSTRAK

STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* AMAROOSSA HOTEL BANDUNG DALAM MEMBANGUN CITRA HOTEL DI KALANGAN KONSUMEN

(Studi Deskriptif tentang Strategi *Marketing Communication* Amaroossa Hotel Bandung Dalam MembangunCitra Hotel di Kalangan Konsumen)

Oleh:
Finka Tashyana
41810102

Skripsi ini di bawah bimbingan :
DR. Mahi M. Hikmat, M.Si

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji Strategi *Marketing Communication* Amaroossa Hotel Bandung Dalam Meningkatkan Citra Hotel di Kalangan Konsumen. Untuk menjawab strategi tersebut peneliti menggunakan lima subfokus yaitu *review* program, eksekusi media promosi dan periklanan, monitoring dan analisis situasi, dan respon konsumen.

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif.. Informan adalah *Marketing Communication* dan *Assistant Director Of Sales* Amaroossa Hotel Bandung, serta dua orang konsumen yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sebagian besar data dikumpulkan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi, *internet searching,* dan didukung oleh studi pustaka serta triangulasi data. Adapun teknik analisa data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan evaluasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi *Marketing Communication* Amaroossa Hotel Bandung ini menggunakan komunikasi pemasaran yang dikembangkan dengan membangun hubungan dengan konsumen melalui hubungan dengan media massa yang dikombinasikan dengan program *intertaiment* secara unik serta konsisten untuk meningkatkan citra Amaroossa Hotel Bandung. Media yang digunakan adalah media cetak, media elektronik, dan media outdoor.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media promosi dan periklanan dari Amaroossa Hotel Bandung belum digunakan dengan optimal. Hal ini mencerminkan bahwa tidak semua konsumen merasakan dampak dari strategi *Marketing Communication* Amaroossa Hotel Bandung telah dijalankan.

Saran penelitian ini untuk *Marketing Communication* Amaroossa Hotel Bandung harus lebih meningkatkan penyampaian informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik, melalui iklan-iklan ataupun seminar dan workshop, agar masyarakat lebih mengenal keberadaan Amaroossa Hotel Bandung dan tertarik untuk menjadi konsumen.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Communication*, Komunikasi Pemasaran, Citra