

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

RAHEL EUGINIA KAIRUPAN. Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi *Sales and Marketing* di Hotel Salak The Heritage. *Marketing Communication Strategy of Sales and Marketing Division in Hotel Salak The Heritage*. Dibimbing oleh RICHARD W.E. LUMINTANG

Hotel Salak The Heritage adalah salah satu bidang usaha yang masuk dalam kelompok *hospitality industry*. Ciri dalam kelompok industri ini adalah adanya unsur pelayanan (jasa) yang ditawarkan kepada pelanggan. Mengingat semakin banyaknya persaingan hotel-hotel yang ada di Kota Bogor, Hotel Salak The Heritage dalam hal ini terus berusaha meningkatkan mutu kinerja karyawan dan produk. Kegiatan *marketing* terus ditingkatkan agar target perusahaan berjalan dengan baik dan lancar. Strategi yang tepat sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan begitu perusahaan dapat dengan mudah mendapatkan keuntungan.

Tujuan dari Laporan Akhir ini adalah menjelaskan strategi komunikasi pemasaran Divisi *Sales and Marketing* Hotel Salak The Heritage, membahas hambatan dan solusi pada strategi komunikasi pemasaran Divisi *Sales and Marketing* Hotel Salak The Heritage. Pengumpulan data untuk melengkapi Laporan Akhir ini dilaksanakan di Hotel Salak The Heritage yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.8, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, 16121 Jawa Barat, Indonesia. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka.

Strategi komunikasi menurut Divisi *Sales and Marketing* berarti suatu perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dengan komunikasi yang efektif dan menentukan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara informatif serta tindakan yang dilakukan dengan cara mengkomunikasikan kepada publik yang menjadi sasaran agar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai melalui media yang berupa pesan. Rasa tanggung jawab dan kerjasama tim pada Divisi *Sales and Marketing* sangat penting dalam meningkatkan tingkat hunian kamar (*occupancy*) dan juga penjualan *meeting package* maupun *wedding package* di Hotel Salak The Heritage.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran harus disesuaikan dengan efektif. Hotel Salak The Heritage menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk promosi berupa media online, media cetak, media elektronik, *telemarketing*, *personal selling*, *sales call*, dan *events*. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Divisi *Sales and Marketing* sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan pemasaran. Hambatan yang dihadapi oleh Divisi *Sales and Marketing* tentunya terdapat solusi yang tepat dan dapat diselesaikan dengan baik.

Kata kunci: Hotel Salak The Heritage, *Sales and Marketing*, Strategi Komunikasi Pemasaran