

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HOTEL GRAND Q”
(Studi deskriptif Di Hotel Grand Q Kota Gorontalo)**

Oleh

**Febriyanti Ishak
NIM. 291 410 019**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : Sabtu, 10 Januari 2015

Waktu : 08.30 s/d 09.00

Penguji

1. **Dr. H. Sukarman Kamuli, M.Si**
NIP. 19670606 200003 1 001
2. **Sumarjo, S.Pd., M.Si**
Nip. 19760609 200812 1 002
3. **Zulacha Laisa, S.Sos., M.Si**
NIP. 19731214 200312 2 001
4. **Noval Sufriyanto Talani, M.Ds., M.Si**
Nip.19791112 200801 1 003

1.
2.
3.
4.

Gorontalo, 10 Januari 2015

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**



Dr. Sastro M. Wantu, M.Si
NIP.19660903 199603 1 001

ABSTRAK

Febriyanti Ishak. 2015, “Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Grand Q”
Pembimbing I Zulaeha Laisa; dan Pembimbing II Noval Sufriyanto Talani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan komunikasi pemasaran dan kegiatan pemasaran yang dilakukan hotel Grand Q Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif, yaitu interaksi antara pengumpulan data dengan tiga komponen yakni reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Dalam perencanaan komunikasi pemasaran yang telah dibuat dengan menentukan *Audience* sasaran dengan cara ditujukan pada khalayak luas artinya tidak mengenal batasan untuk mencari konsumen dan menentukan tujuan komunikasi dimana yang dapat mempengaruhi keputusan untuk pembelian produk yang ditawarkan serta menggunakan media cetak agar menarik perhatian konsumen; (2) Kegiatan pemasaran hotel Grand Q dengan melakukan kegiatan *personal selling* (penjualan personal) dan *direct marketing* (pemasaran langsung) dalam memasarkan produknya dan untuk memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran agar mendapatkan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran hotel Grand Q berjalan dengan baik yang didukung dengan adanya perencanaan komunikasi pemasaran dan kegiatan pemasaran

Kata Kunci :strategi, komunikasi pemasaran, Hotel Grand Q