

ANALISIS PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL

LA-TIBAN PONOROGO

SKRIPSI



Oleh :

AGUSTIN UMI LATIFAH

NIM : 18240631

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022



ANALISIS PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL

LA-TIBAN PONOROGO

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



OLEH

AGUSTIN UMI LATIFAH

18240631

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Agustin Umi Latifah / 18240631 ini.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 26 Juli 2022

Pembimbing I



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Pembimbing II



Avub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Agustin Umi Latifah ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

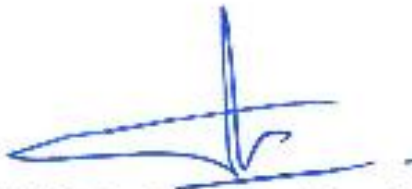
Pada Hari : Selasa

Tanggal : 12 Juli 2022

Pukul : 13.00 – 14.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Penguji II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Penguji III



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

MENGETAHUI,
Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 19860325201309 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agustin Umi Latifah

Alamat : Jl. Sunan Drajat, RT 004, RW 001, Cekok, Babadan, Ponorogo

No. Identitas : 18240631

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

ANALISIS PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL LA-TIBAN PONOROGO.

Adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 26 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Agustin Umi Latifah)

HALAMAN MOTTO

“Jadikan hinaan sebagai penyemangat untuk sukses agar bisa membungkam
hinaan mereka dengan kesuksesan yang kita miliki.”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala nikmatNYA serta karuniaNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Marketing Public Relations Hotel La-Tiban Ponorogo”.

Penulisan dan pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis mengalami berbagai hambatan yang dikarenakan terbatasnya ilmu pengetahuan dan pengalaman. Sehingga dalam pembuatannya, tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah ikut berperan dalam terselesaikannya skripsi ini.

1. Pertama, terimakasih khusus penulis ucapkan kepada kedua orang tuaku dan suamiku tercinta, yang telah mendorong, memberikan semangat, dan kekuatan doa yang luar biasa sehingga penulis dapat dengan semangat untuk terus melangkah maju.
2. Kedua, terima kasih kepada Ibu Dra. Niken Lestarini, M.Si yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga sangat membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

3. Ketiga, terima kasih kepada Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang baru terkait dengan Ilmu Komunikasi selama penulis menjadi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Keempat, terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D, selaku Dekan FISIP yang juga telah memberikan ilmu-ilmu bermanfaat pada saat kegiatan perkuliahan maupun non perkuliahan.
5. Kelima, terimakasih kepada Dosen-dosen FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya kepada dosen Ilmu Komunikasi, Ibu Eli Purwati, M., Ikom, Bapak Deny Wahyu Tricana M., Ikom, Ibu Krisna Megantari, M.A, dan dosen-dosen lainnya yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat samapi proses pembuatan skripsi ini.
6. Keenam, terima kasih kepada keluarga besar Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang begitu istimewa.
7. Ketujuh, Terimakasih kepada pihak Hotel La-Tiban Ponorogo, serta seluruh karyawan Hotel La-Tiban yang telah berkenan member ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan juga membantu memberikan informasi terkait dengan penelitian ini.
8. Terakhir, terimakasih kepada seluruh teman-teman Septina Indah, Anjani Novella, Hesti Yahet, Dian Aminarta, Ary Kurniawati, Natasya Fadinda, Yusnia Puspitasari dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan semangat yang kalian berikan selama ini.

Penulis hanya dapat mendoakan yang terbaik bagi semua pihak yang ikut berperan dalam membantu proses pembuatan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan balasan dan keberkahan-NYA, penulis juga menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, seperti halnya skripsi ini. Maka dari itu, kritik serta saran yang membangun sangat penulis harapkan demi semakin baiknya skripsi ini. Sehingga, dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 26 Juli 2022

Agustin Umi Latifah



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. LANDASAN TEORI	10
1. Public Relations	10
2. Bauran Pemasaran	14
3. Konsep Hotel	18
KERANGKA BERFIKIR	20
BAB III METODE PENELITIAN	22

A. Lokasi Penelitian	22
B. Jenis Penelitian	22
C. Sumber Data	23
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Teknik Analisis Data	26
F. Uji Validitas	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Profil Objek Penelitian	29
B. Visi & Misi Hotel La-Tiban Ponorogo	31
C. Sejarah Singkat Hotel La-Tiban Ponorogo	31
D. Hasil Penelitian	32
E. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. Pola Analisis Data	27
Gambar 3. Hotel La-Tiban Ponorogo.....	29
Gambar 4. Kamar Type VIP	34
Gambar 5. Kamar Type deluxe	34
Gambar 6. Meeting Room Hotel La-Tiban	35
Gambar 7. Ballroom Hotel La-Tiban	35
Gambar 8. Facebook Hotel La-Tiban.....	39
Gambar 9. Google Hotel La-Tiban	40
Gambar 10. Web Hotel La-Tiban.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Narasumber 25



ABSTRAK
ANALISIS PENERAPAN MARKETING PUBLIC
RELATIONS HOTEL LA-TIBAN PONOROGO

(Agustin Umi Latifah)

18240631

Skripsi ini berjudul Analisis Penerapan Marketing Public Relations Hotel La-Tiban Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan marketing oleh Hotel La-Tiban ketika melakukan promosi produk/jasa miliknya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan

peneliti melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan kami adalah manajer, acounting, dan pelanggan dari Hotel La-Tiban Ponorogo. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Penerapan Marketing Public Relations yang dilakukan oleh Hotel La-Tiban akan dijabarkan menggunakan teori bauran pemasaran (marketing mix) 9P yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Fasilitas Fisik (*Physical Evidence*), Proses (*Proces*), Humas (*Public Relations*), Kekuatan (*Power*). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Hotel La-Tiban dalam penerapan promosi yang digunakan adalah secara keseluruhan berhasil untuk menarik jumlah pelanggan. Namun ada hal-hal yang perlu diperbarui kembali dalam penerapan promosi yang dilakukan oleh Hotel La-Tiban untuk lebih berkembang lagi kedepannya. Ada beberapa faktor yang kurang dalam melakukan promosi diantaranya seperti kurangnya media iklan di media cetak.

Kata kunci : *Analisis Penerapan Marketing Public Relations, Marketing Mix 9P, Hotel La-Tiban*

ABSTRAK
ANALYSIS OF THE APPLICATION OF MARKETING
PUBLIC RELATIONS FOR HOTELS IN
LA-TIBAN PONOROGO

(Agustin Umi Latifah)

18240631

This thesis is entitled the analysis of the application of Marketing Public Relations At The La-Tiban Ponorogo Hotel. This study aims to determine the application of marketing by the La-Tiban Hotel when promoting its products/services. The method used in this research is descriptive, qualitative, data collection techniques used for research through observation, interviews, and documentation. our informants are manager, accounting, and customers from Hotel La-Tiban Ponorogo. Based on the results of research conducted regarding the analysis of the application of marketing public relations carried out by La-Tiban Hotels, it will be described using the theory of the marketing mix, 9 P which consists of product, price, place, promotion, people, physical facilities, , process, Public Relations, power. The result of this study is that The Hotel La-Tiban in the implementation of the promotion that is used is overall successful in attracting the number of customers. However, there are things that need to be updated again in the implementation of promotions carried out by the hotel suddenly to further develop in the future. There are several factors are lacking in promotion, such as the lack of advertising media in print media.

Keywords: *Analysis of the application of marketing public relations, marketing mix 9P, Hotel La-Tiban*