

ABSTRAK

Yogyakarta merupakan salah satu tujuan wisata favorit di Indonesia karena memiliki berbagai macam obyek wisata seperti wisata alam, wisata edukasi dan wisata budaya. Seiring dengan berkembangnya pariwisata di Yogyakarta, industri bisnis perhotelan pun kini juga berkembang pesat, berbagai hotel baru maupun hotel lama saling bersaing. Salah satunya adalah @Hom Platinum Gowongan Hotel.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media periklanan yang dilakukan oleh @Hom Platinum Gowongan dalam mempertahankan tingkat hunian. Selain itu, untuk mengetahui upaya yang dilakukan @Hom Platinum Gowongan dalam menghadapi persaingan dengan hotel lain. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan data yang diperoleh peneliti. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil bahwa strategi media media periklanan yang dilakukan @Hom Platinum Gowongan mengacu pada media above the line dan bellow the line. Seiring dengan perkembangan @Hom Platinum Gowongan memanfaatkan media internet untuk melakukan promosi dan menjaring tamu melalui media internet.

Kata Kunci : hotel, media periklanan, tingkat hunian

ABSTRACT

Yogyakarta is one of the favorite tourist destinations in Indonesia because it has various kinds of attractions such as nature tourism, educational tours and cultural tourism. Along with the development of tourism in Yogyakarta, the hotel business industry is also now growing rapidly, a variety of new hotels and old hotels are competing against each other. One of them is @Hom Platinum Gowongan Hotel.

The purpose of this research is to know advertising media strategy conducted by @Hom Platinum Gowongan in maintaining occupancy rate. In addition, to mengetahui efforts made @Hom Platinum Gowongan in the face of competition with other hotels. The type of research used is descriptive qualitative research to explain the data obtained by researchers. Researchers use qualitative descriptive method that is by way of observation, interview, and documentation.

Based on the research that has been done, the authors get the result that media advertising media strategy undertaken @Hom Platinum Gowongan refers to the media above the line and bellows the line. Along with the development of @Hom Platinum Gowongan utilize the internet media to conduct promotions and capture guests through internet media.

Keywords: Advertaising media, Hotel