

ABSTRAK

Zodiak hotel Yogyakarta merupakan hotel yang diklasifikasikan kedalam kelas hotel bintang dua namun memiliki pelayanan kualitas hotel berbintang tiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan pihak marketing komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta dalam menarik minat konsumen sebagai konsumen setia, dimana hal ini untuk menghadapi persaingan Hotel di Yogyakarta yang sedang menjamur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Marketing Komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta untuk menghadapi permasalahan tersebut adalah strategi ditujukan ke dalam perusahaan yang bertujuan memperkuat pola kerja yang bagus sehingga terjalin hubungan dan iklim kerja yang kondusif. Strategi yang ditujukan ke luar perusahaan bertujuan untuk membuat *image* yang baik dimasyarakat, dan menarik minat konsumen terhadap event/promo dan produk yang ada dengan menggunakan pendekatan personal, membangun jalinan baik dengan media, menggunakan alat pendukung pemasaran yaitu *newsletter*, *flyer*, spanduk, *car branding*. Sehingga menumbuhkan citra positif Zodiak Hotel Yogyakarta dengan pendekatan melalui kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial dari perusahaan (hotel). Strategi yang digunakan marketing komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta sudah efektif, yang dibuktikan dengan semakin banyaknya komentar positif dan juga tingginya nilai okupansi hotel.

Kata Kunci : *Strategi, Marketing, Komunikasi, Brand Awareness*

ABSTRACT

Zodiak Hotel is a new hotel in Yogyakarta, that is classified as a class two star hotel. However, the qualities of its services have enabled it to be classified as a three star hotel. This research, therefore, aims at finding out the strategies used by the marketing communications Zodiak Hotel Yogyakarta of said in attracting consumers as loyal customers, where it is made to face the competition Hotel in Yogyakarta booming.

This is a qualitative research in which data is gathered from interviews, observations, and some literature. The result of the research indicates that the strategic used by marketing communications is derived from the Company's Business Strategy itself that is to strengthen good working relationship and favorable work climate internally. Externally the strategy is first to attract the interest of the customers by conducting various events such as promotions of its products through newsletters, flyers, banners and car branding. Then in order to foster a good image or a positive image of Zodiac Hotel Yogyakarta also use the approach through social activities as a form of social responsibility of companies (hotels). The strategy of marketing communications is considered effective. This is proven from the increasing number of positive comments and also hotel occupancy.

Keyword : Strategic, Marketing, Communucation, Brand Awareness