

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang terjadi sekarang ini memberikan kemudahan bagi manusia. Masyarakat dapat lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan baik barang maupun jasa. *E-commerce* atau *electronic commerce (EC)* adalah konsep baru yang dapat digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui media *world wide web* internet. Dengan kata lain *e-commerce* merupakan sebuah aktifitas mengiklankan suatu produk barang atau jasa melalui internet. The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa adalah salah satu dari sekian perusahaan yang menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi pemasaran melalui *e-commerce* untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepektif CMC (*Computer Mediated Communication*), media baru bagi komunikasi massa dan teknologi baru sebagai ideologi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, dimana kegiatan komunikasi pemasaran melalui *e-commerce* sebagai upaya meningkatkan hunian kamar diangkat sebagai objek penelitiannya. Pengambilan data dilakukan dengan observasi langsung melalui pengamatan, wawancara dan pengumpulan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui *e-commerce* dalam upaya meningkatkan hunian kamar di The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa menggunakan strategi pemasaran pada *e-commerce* dan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Komunikasi pemasaran melalui *e-commerce* telah berhasil membantu dalam meningkatkan tingkat hunian kamar yang ada di The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa terlihat dari data yang ada, saat ini posisi *e-commerce* berada di urutan kedua setelah *corporate* yang mana masih menjadi yang utama.

Kata kunci : Kemajuan teknologi, *E-commerce*, Strategi pemasaran.

Abstract

The technologies development recently gives an easiness for our society. People can easily full fill their needs a certain product of goods and services. E-commerce (electronic commerce) is a new concept of selling and buying a product process by using internet as the media. In another words, e-commerce is an activity of advertising a certain product of goods or services by using internet. The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa is one of some companies which using e-commerce to sell their product. The goal of this research is to know the communication implementation of marketing by using e-commerce to improve the hotel occupancy. The theory used in this research is CMC (Computer Mediated Communicaion) perspective, the new media for mass communication and technology as ideology. The type of research is descriptive kualitatif research, which is the object of the research is the marketing communication activity by using e-commerce as an effort to improve the hotel occupancy. The data is taken by doing an observation directly, interviewing and collecting some documents related to research. The result of the research show that in doing the marketing communication by using e-commerce in improving the hotel occupancy in The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa using the marketing strategy of e-commerce and marketing mix. The marketing communication by using e-commerce has been successful in helping the hotel occupancy improvement in The Jayakarta Yogyakarta Hotel & Spa, it can be seen in the data that e-commerce is the second position while corporate is in the first position.

Key Words : Tectnologies development, E-commerce, Marketing Strategy.