

ABSTRAK

Terdapat beberapa kegiatan dalam komunikasi pemasaran yang tak lain adalah kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk maupun jasa. Usaha-usaha yang dilakukan dalam strategi pemasaran seperti promosi, iklan, dan penjualan langsung atau yang bisa juga disebut sebagai direct selling. Pelaksanaan komunikasi pemasaran yang menyesuaikan perkembangan yang ada saat ini, namun dalam waktu hampir satu abad telah mampu membuktikan bahwa jika dilihat dari volume penjualannya tergolong masih stabil dan cenderung meningkat. Banyak strategi yang diterapkan oleh manajemen hotel De Paviljoen untuk mempertahankan konsistensinya di dunia perhotelan kota Bandung yang antara lain dengan melakukan inovasi dalam bidang aplikasi gawai. Divisi markom mengatakan bahwa proses implementasi aplikasi berbasis android dan IOS ini adalah suatu proses mengembangkan dan mengimplementasi berbagai bentuk program komunikasi yang persuasif kepada konsumen secara berkelanjutan. Penelitian ini dilaksanakan di Hotel De Paviljoen jalan LL. RE. Martadinata no 68 Bandung. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, populasi dalam penelitian ini merupakan manajemen dan divisi markom yang termasuk ke dalam divisi pemasaran hotel De Paviljoen Bandung. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Salah satu elemen yang menentukan sukses tidaknya marketing komunikasi sebuah merek produk/jasa adalah media promosi. Kegiatan Integrated Marketing Communication tidak bisa dipisahkan dari proses komunikasi untuk memasarkan produk perhotelan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu hotel De Paviljoen. Mengutip unsur IMC dari teori Terence A. Shimp (2003) yang terdiri dari 1) memadukan berbagai elemen 2) menciptakan pesan 3) memilih media dan 4) menetapkan momentum. Untuk menjaga kualitas pelayanan, eksistensi serta citra hotel De Paviljoen untuk selalu mempertahankan kualitas Sumber Daya Manusia (karyawan) dan produknya sendiri serta tetap mempertahankan kinerja yang baik, dan bisa meningkatkan kualitas pelayanan agar supaya dapat meningkatkan volume penjualan dalam rangka mendapatkan keuntungan maksimal.

Kata Kunci : Aplikasi, Komunikasi Pemasaran, Promosi

ABSTRACT

There are several activities in marketing communications that are carried out to market products and services. Efforts made in marketing strategies such as promotion, advertising, and direct selling or what can also be referred to as direct selling. The implementation of marketing communication that adapts to current developments, but in almost a century has not been able to prove that when viewed from the sales volume it is still relatively stable and has increased. Many strategies are applied by the hotel management De Paviljoen to maintain its continuity in the hospitality world in the city of Bandung, among others, by making innovations in the field of device applications. The Markkom Division said that the process of implementing this Android and IOS-based application is a process of developing and implementing various forms of persuasive communication programs to consumers on an ongoing basis. This research was conducted at Hotel De Paviljoen Jalan LL. REPEAT. Martadinata no 68 Bandung. This research is a descriptive study, the population in this study is the management and markom division which is included in the marketing division of the hotel De Paviljoen Bandung. The data for this study were collected through observation and interviews. One of the elements that determine the success or failure of marketing is the communication of a product/service brand is a promotional media. Integrated Marketing Communication activities cannot be separated from the communication process for marketing hotel products and the implementation of integrated marketing communications at the De Paviljoen hotel. Citing IMC elements from Terence A. Shimp's (2003) theory which consists of 1) combining various elements, 2) creating messages, 3) choosing media and 4) setting momentum. To maintain the quality of service, existence and image of the De Paviljoen hotel to always maintain the quality of Human Resources (employees) and their own products as well as maintain good performance, and can improve service quality in order to increase sales volume in order to get maximum profit.

Keywords: Application, Marketing communication, Promotion