

**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
BRAND OYO HOTEL DALAM MEMENUHI STANDAR
PELANGGAN KELAS MENENGAH DI PALEMBANG**



TESIS

**MOHAMMAD IRDIANSYAH
NIM 222910002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2024**

**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
BRAND OYO HOTEL DALAM MEMENUHI STANDAR
PELANGGAN KELAS MENENGAH DI PALEMBANG**

Sebagai syarat memperoleh gelar
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI



**MOHAMMAD IRDIANSYAH
NIM 222910002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2024**

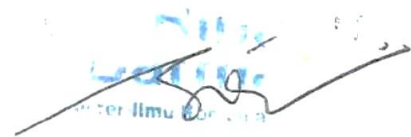
Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

Judul Tesis: KOMUNIKASI PEMASARAN *DIGITAL BRAND* OYO HOTEL
DALAM MEMENUHI STANDAR PELANGGAN KELAS
MENENGAH DI PALEMBANG

Oleh MOHAMMAD IRDIANSYAH , Nim 222910002 , Tesis ini telah disetujui dan
disahkan oleh Pembimbing Program Studi Ilmu Komuniasi-S2 konsentrasi ILMU
KOMUNIKASI Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus
2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 27 Agustus 2024

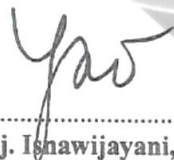
Mengetahui,
Program Studi Ilmu Komunikasi- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,



.....
Dr.Rahma Santhi Zinaida, M.Ikom.

Pembimbing :

Pembimbing I,



.....
Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: KOMUNIKASI PEMASARAN *DIGITAL BRAND* OYO HOTEL
DALAM MEMENUHI STANDAR PELANGGAN KELAS
MENENGAH DI PALEMBANG

Oleh MOHAMMAD IRDIANSYAH , Nim 222910002 , Tesis ini telah disetujui dan
disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi-S2 konsentrasi ILMU
KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus
2024 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 27 Agustus 2024

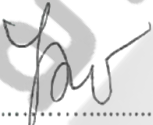
Mengetahui,

Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,


PROGRAM PASCASARJANA
Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Tim Penguji :

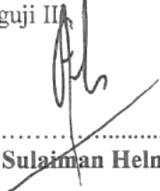
Penguji I ,


Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

Penguji II,


Dr. Rahma Santhi Zinaida, M.Ikom.

Penguji II,


Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MOHAMMAD IRDIANSYAH

NIM : 222910002

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan,



MOHAMMAD IRDIANSYAH
NIM: 222910002

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran digunakan dalam dunia bisnis untuk mempertahankan produk dengan basis konsumen, dan untuk membangun hubungan antara konsumen dan penyuplai atau pemasok. penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengambilan data dengan teknik wawancara kepada informan dan observasi lapangan. Analisis data yang dilakukan peneitian ini adalah model deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa yang dilakukan Property Oyo Palembang dalam mempertahankan konsumennya adalah dengan terus melakukan komunikasi pemasaran yang baik dan selalu men followup konsumen untuk memberikan penawaran. Property Oyo Palembang selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan selalu menjalin komunikasi serta memberikan kepuasan pelanggan yang baik ke konsumen.

Kata Kunci: Komunikasi, Pemasaran, Konsumen, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Marketing communications are used in the business world to maintain products with a consumer base, and to build relationships between consumers and suppliers or suppliers. descriptive research with a qualitative approach and data collection using interview techniques with informants and field observations. The data analysis carried out in this research is a qualitative descriptive model. Based on the research results, it is clear that what Property Oyo Palembang does to retain its consumers is to continue to carry out good marketing communications and always follow up consumers to provide offers. Property Oyo Palembang always maintains good relationships with consumers by always maintaining communication and providing good customer satisfaction to consumers.

Keywords: Communication, Marketing, Consumers, Customer Satisfaction

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha”.

PERSEMBAHAN :

1. Teruntuk Istriku tercinta R.A Annisa,SE.MM
2. Orangtuaku yang kucintai dan kusayangi (Alm) Drs.H.Tom Trasutama & Dr.Ir.Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, M.S. dan H. RM Akil & Hj. Msy Maimunah.
3. Anak-anakku tersayang Muhammad Athaya Zidane, Puteri Aqila Rafani, Muhammad Kariim Benzema & Muhammad Maajid Al Multazam.
4. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanyalah milik Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat dan salam junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah melakukan revolusi moral dan pemikiran sehingga kemajuan disegala aspek kehidupan dapat tercipta hingga sekarang. Tesis ini dapat disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Magister Komunikasi program Pasca Sarjana Universitas Bina Darma.

Tesis dengan judul “Komunikasi Pemasaran Digital Brand OYO Hotel Dalam Memenuhi Standar Pelanggan Kelas Menengah di Palembang”. Dengan harapan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran kepada Pihak Manajemen OYO. Meskipun telah diupayakan secara maksimal untuk menghasilkan tulisan yang komprehensif, namun karena begitu luasnya kasus yang akan dipecahkan dan keterbatasan kemampuan penulis menyadari bahwa naskah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu mohon kiranya kritik, saran, masukan serta koreksi yang konstruktif dari semua pihak kesempurnaan tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M selaku rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc., PU-SDA, Selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Rahma Santhi Zinaida, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang.
4. Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran-saran kepada penulis sejak awal pengajuan sampai dengan selesainya laporan tesis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang yang telah memberikan pengetahuan dan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan.
6. Hotel Manager OYO Palembang

7. Isteri dan anak-anak yang kucintai, terima kasih atas bantuan moril dan doanya.
8. Teman-teman angkatan 10, kelas regular, terima kasih untuk persahabatan dan kekeluargaan yang telah diberikan selama ini.
9. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang Namanya tidak bias disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT yang akan membalas semua kebaikan kalian.

Palembang, 15 Agustus 2024
Penulis

Mohammad Irdiansyah
222910002

DAFTAR ISI

HALAM AN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Keilmuan	8
2.2 Landasan Teoritis	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Peneltian dan Jenis Penelitian	31
3.2 Pengumpulan Data.....	32
3.3 Analisa Data	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	
3.1 Hasil Penelitian.....	35
3.2 Analisa dan Pembahasan	46
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
3.1 Simpulan.....	53
3.2 Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel. 4.1 Model Komunikasi Pemasaran	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Rangka Pikiran	26
Gambar 4.1. Rekonsiliasi Hotel Princes	36
Gambar 4.2. Rekonsiliasi Wisma 45.....	36



DAFTAR GAMBAR

Lembar Perbaikan Ujian Tesis
SK Pembimbing
Lembar Konsultasi
Surat Penelitian Hotel Princess
Surat Penelitian Wisma 45
Ulasan Tamu Hotel Princess
Ulasan Tamu Wisma 45
Kuesioner
Jurnal
Turnitin

