

**STRATEGI PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA  
KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH SHERATON  
SURABAYA HOTEL AND TOWERS**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Retno Swastining Tias

NRP. 1423012155

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

**STRATEGI PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA  
KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH SHERATON  
SURABAYA HOTEL AND TOWERS**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:

Retno Swastining Tias

NRP. 1423012155

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Retno Swastining Tias

NRP : 1423012155

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi yang berjudul:

### **STRATEGI PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH SHERATON SURABAYA HOTEL AND TOWERS**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 28 Oktober 2016

Penulis



Retno Swastining Tias

NRP. 1423012155



# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### STRATEGI PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH SHERATON SURABAYA HOTEL AND TOWERS

Oleh:

Retno Swastining Tias

NRP. 1423012155

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647



Pembimbing II : Brigitta Revia S F, S.I.Kom., M.Med.Kom. (

NIK. 142.15.0849



Surabaya, 28 Oktober 2016



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
pada : Senin, tanggal 14 November 2016

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Dekan,



### Dewan Penguji:

1. Ketua : Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si. (  )  
NIK. 142.10.0659
2. Sekretaris : Brigitta Revia S F, S.I.Kom., M.Med.Kom. (  )  
NIK. 142.15.0849
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. (  )  
NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIK. 142.09.0645



## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Retno Swastining Tias

NRP : 1423012155

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI PENGGUNAAN FACEBOOK  
SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN  
OLEH SHERATON SURABAYA HOTEL AND  
TOWERS**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Oktober 2016

Yang menyatakan,



Retno Swastining Tias

## KATA PERSEMBAHAN

Sebuah karya ilmiah ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya sebuah perjuangan dan semangat. Puji syukur saya haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena tanpa rahmat serta kasih-Nya skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua tercinta, terutama Alm. Papa yang telah memberikan saya dorongan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini di waktu-waktu terakhirnya, selain itu terima kasih juga untuk sodara-sodara, teman-teman, dan para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala. Bagi penulis, ketika kita terjatuh kita harus bisa berdiri lagi, tidak peduli seberapa sering kita akan jatuh kelak, namun kita harus selalu bangkit dan mencoba lagi serta belajar dari apa yang pernah kita alami, hingga kita dapat meraih apa yang menjadi tujuan kita.

*“Life will knock us down, but we can choose whether or not to get back up”*

- Karate Kid

Surabaya, 28 Oktober 2016

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat serta kasih-Nya yang tak pernah berkesudahan dan selalu menyertai penulis dalam segala hal dan perkara. Terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Penggunaan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Oleh Sheraton Surabaya Hotel And Towers”** dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama proses penulisan skripsi ini tentu saja penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua yang selalu memberi semangat dan dukungan, terlebih kepada Alm. Papa yang memberi semangat dan kata-kata terakhir untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk Mama yang selalu mengingatkan dan memarahi saya agar cepat menyelesaikan skripsi.
2. Ratih dan Koko yang selalu memberi semangat dan mengingatkan untuk mengejar *deadline* skripsi *as soon as possible*.
3. Angelina Khornia, Robertha, Sean, dan Natalia yang selalu memberi semangat, bantuan dan mau meluangkan waktu untuk menemani mengerjakan skripsi.



4. Teman seperjuangan “Mbloken Family”, yaitu Adelia, Andre, Yoga, Pin-pin, dan Cindy, yang saling memberi semangat agar dapat lulus tepat waktu.
5. Brigitta Revia S F., S.I.Kom., M.Med.Kom. dan Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang membantu, memberi masukan, dan meluangkan waktu guna terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan kalian.
6. Teman-teman kampus, yaitu Dewi, Grady, Karina, dan lainnya yang banyak memberi saya nasihat dan semangat untuk meneruskan kuliah.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini, tentunya masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari skripsi ini. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah pengetahuan serta referensi bagi para pembaca.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
KATA PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRAC.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
I. 1. Latar Belakang .....	1
I. 2. Rumusan Masalah .....	13
I. 3. Tujuan Penelitian.....	13
I. 4. Batasan Masalah.....	14
I. 5. Manfaat Penelitian.....	14
I. 5. 1. Manfaat Akademis .....	14
I. 5. 2. Manfaat Praktis .....	14
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	
II. 1. <i>Internet Marketing</i> & Facebook untuk Dunia Bisnis ....	15



II. 1. 1. Merencanakan Strategi Menjalankan <i>Social Media</i> .....	19
II. 2. <i>Integrated Marketing Communication</i> sebagai Dasar dalam Komunikasi Pemasaran .....	23
II. 3. <i>Public Relations</i> dalam Praktik Komunikasi Pemasaran.....	29
II. 4. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	31
II. 5. Studi Kasus sebagai Metode Analisis .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	
III. 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	34
III. 2. Metode .....	35
III. 3. Subjek Penelitian .....	35
III. 4. Objek Penelitian.....	36
III. 5. Unit Analisis .....	36
III. 6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
III. 7. Teknik Analisis Data.....	38
III. 8. Teknik Triangulasi Data .....	39
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	
IV. 1. Gambaran Subjek Penelitian.....	42
IV. 1. 1. Profil Narasumber .....	44
IV. 1. 1. 1. Profil Narasumber 1 .....	44
IV. 1. 1. 1. Profil Narasumber 2 .....	46
IV. 1. 1. 1. Profil Narasumber 3 .....	47
IV. 2. Temuan Data dan Pembahasan .....	48
IV. 2. 1 Aktivitas <i>Marketing Communication</i> Sheraton Surabaya Hotel and Towers.....	48

IV. 2. 2. <i>Internet Marketing</i> sebagai Media Komunikasi	
Pemasaran .....	56
IV. 2. 2. 1. Penggunaan Facebook Sheraton	
Surabaya Hotel and Towers .....	56
IV. 2. 2. 2. Persiapan dan Penjalanan Konten	
Facebook Sheraton Surabaya Hotel and	
Towers.....	57
IV. 2. 2. 2. 1. Strategi dalam Menjalankan	
<i>Social Media</i> .....	65
IV. 3. <i>Integrated Marketing Communications</i> dalam Facebook	
Sheraton Surabaya Hotel and Towers.....	77
IV. 4. <i>Public Relations</i> dalam Praktik Komunikasi Pemasaran	
melalui Facebook.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
V. 1. Kesimpulan .....	90
V. 2. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	92



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1. <i>Promotion Mix</i> .....	26
--	----

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1. Aktivitas Facebook Hotel Bintang Lima di Surabayaa..... 12



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1. Presentase Penggunaan <i>Social Media</i> .....	2
Gambar I. 2. Website Sheraton Surabaya Hotel and Towers.....	4
Gambar I. 3. Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	5
Gambar I. 4. Instagram Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	5
Gambar I. 5. Twitter Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	6
Gambar I. 6. Respon Aktivitas Facebook .....	7
Gambar I. 7. Respon Aktivitas Facebook .....	8
Gambar I. 8. Aktivitas Facebook .....	9
Gambar I. 9. Aktivitas Facebook .....	10
Gambar IV. 1. 1. 1. Ety Soraya ( <i>Marketing Communication Manager</i> Sheraton Surabaya Hotels and Tower Periode 2008- 2016).....	44
Gambar IV. 1. 1. 2. Amanda Dianova Kusuma ( <i>Marketing Communication</i> <i>Manager</i> Sheraton Surabaya Hotels and Tower Periode 2016-Sekarang).....	46
Gambar IV. 1. 1. 3. Hana May Sumampouw ( <i>Marketing Communication</i> <i>Executive</i> Sheraton Surabaya Hotels and Tower Periode 2016-Sekarang).....	47
Gambar IV. 2. 1. 1. Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	51
Gambar IV. 2. 1. 2. Instagram Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	52
Gambar IV. 2. 1. 2. Twitter Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	52
Gambar IV. 2. 2. 2. 1. <i>Caption</i> dari Unggahan di Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	61
Gambar IV. 2. 2. 2. 2. <i>Hashtag</i> dari Unggahan di Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	62

Gambar IV. 2. 2. 2. 3. <i>Hashtag</i> dari Unggahan di Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	64
Gambar IV. 2. 2. 2. 1. 1. Komentar <i>Customer</i> di Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	69
Gambar IV. 2. 2. 2. 1. 2. <i>Facebook Profile</i> Sheraton Surabaya Hotel and Towers.....	74
Gambar IV. 2. 2. 2. 1. 3. Fitur <i>Bussiner/Fan Pages</i> Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	75
Gambar IV. 2. 2. 2. 1. 4. Fitur <i>Sharing Events</i> yang Digunakan Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	76
Gambar IV. 2. 3. 2. 1. <i>Advertising</i> melalui Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	81
Gambar IV. 2. 3. 2. 2. <i>Sales Promotion</i> melalui Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	82
Gambar IV. 2. 3. 2. 3. <i>Publicity/Public Relations</i> melalui Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers .....	83
Gambar IV. 2. 3. 2. 4. Bentuk <i>Direct Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> di Facebook .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Transkrip Wawancara Tanggal 28 Juli 2016.....	96
Lampiran II : Transkrip Wawancara Tanggal 04 Agustus 2016 .....	107
Lampiran III : Transkrip Wawancara Tanggal 24 Oktober 2016 .....	116
Lampiran IV : Transkrip Wawancara Tanggal 22 November 2016 .....	123
Lampiran V : Transkrip Wawancara Tanggal 23 November 2016 .....	130
Lampiran VI : <i>Insights</i> Facebook Sheraton Surabaya Hotel and Towers.....	134
Lampiran VII : “ <i>time table</i> ” untuk perencanaan <i>posting schedule</i> Facebook .....	135

## ABSTRAK

Retno Swastining Tias NRP. 1423012155. *Strategi Penggunaan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Oleh Sheraton Surabaya Hotel and Towers*

Komunikasi pemasaran tidak hanya dapat dilakukan melalui media konvensional. Seiring berkembangnya jaman, *social media* menjadi salah satu pilihan yang sangat efektif untuk komunikasi pemasaran. Sheraton Surabaya Hotel and Towers adalah salah satu perusahaan yang menjadikan *social media* sebagai *platform* utama untuk memasarkan produk ataupun jasanya. Sheraton Surabaya Hotel and Towers merupakan satu-satunya hotel yang sangat konsisten dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui *social media*, terutama Facebook.

Penulis menggunakan teori strategi dalam menjalankan *social media* dan *Integrated Marketing Communication* yang memiliki beberapa elemen-elemen *promotion-mix* yang dapat diimplementasikan melalui Facebook. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai strategi penggunaan Facebook.

Melalui Facebook, pemasar dapat melakukan berbagai bentuk komunikasi pemasaran, yaitu *advertising*, *sales promotions*, *direct marketing*, *publicity/public relations*, *interactive/internet marketing*, serta *personal selling*. Perusahaan juga dapat melakukan komunikasi dua arah dengan *customer*. Selain itu, permainan visual merupakan poin penting dalam menjalankan Facebook untuk komunikasi pemasaran.

**Kata Kunci: Strategi Penggunaan Facebook, Komunikasi Pemasaran, Sheraton Surabaya Hotel and Towers.**



## ABSTRAC

*Retno Swastining Tias NRP. 1423012155. Strategies of Using Facebook As Marketing Communication Means By Sheraton Surabaya Hotel and Towers*

*Marketing communication is not only can done by conventional media. Social media has now become one of the most effective way to conduct a marketing communication. Sheraton Surabaya Hotel and Towers is one of the company that make social media as the main platform for marketing their products or services. Sheraton Surabaya Hotel and Towers is the only hotel that is very consistent to marketing communications through social media, especially Facebook.*

*The author uses the theory of strategy in running social media and Integrated Marketing Communication which have some elements of promotion-mix that can be implemented through Facebook. The author uses descriptive qualitative approach and case study methods to obtain comprehensive information about the strategy of using Facebook.*

*Through Facebook, marketers can perform various forms of marketing communications, which is advertising, sales promotions, direct marketing, publicity/public relations, interactive/internet marketing, and personal selling. The company can also perform two-way communication with the customer. In addition, the visual is an important point in the run up to the marketing communication.*

***Keywords: Strategy of Facebook Using, Marketing Communication, Sheraton Surabaya Hotel and Towers.***