

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROGRAM
“DISCOVER” DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN
SEGMENT PASAR PEMERINTAH
STUDI KASUS PADA HOTEL BOROBUDUR JAKARTA**



RIZKY FADILAH

2241013021

**PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun
dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rizky Fadilah

NIM : 2241013014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Rizky Fadilah
NIM : 2241013014
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Program “Discover”
Dalam Membangun Hubungan Dengan Segmen Pasar
Pemerintah

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar *Master* Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S. Sos., M.Si ()

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS.()

Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S. Sos., M.Si ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 24 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan sehingga tesis ini akhirnya dapat diselesaikan. Perjalanan menyelesaikan tesis ini tentu bukan sesuatu yang selalu mudah. Ada banyak proses yang melelahkan, keraguan, revisi, dan momen ketika penulis merasa ingin berhenti. Namun, di setiap proses tersebut selalu ada orang-orang yang memberikan alasan untuk terus melangkah.

Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

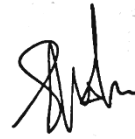
1. **Allah SWT**, yang telah memberikan jalan, kekuatan, dan pertolongan dalam setiap proses yang penulis lalui. Segala sesuatu yang terasa berat pada akhirnya menjadi bagian dari perjalanan yang mengajarkan penulis untuk lebih sabar dan percaya pada proses.
2. **Papa, Shalsa, Alm. Mama, dan keluarga tercinta**, untuk doa yang tidak pernah putus, dukungan yang selalu diberikan, serta pengertian selama penulis menjalani proses pendidikan hingga menyelesaikan tesis ini. Terima kasih karena selalu menjadi tempat untuk kembali dan menjadi salah satu alasan terbesar penulis untuk terus menyelesaikan apa yang telah dimulai.
3. **Suami tercinta, Permadi Setyo Broto**, terima kasih karena sudah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih untuk kesabaran, pengertian, doa, dukungan, dan untuk semua hal kecil yang mungkin tidak selalu sempat penulis ucapkan. Terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah, menemani ketika lelah, dan tetap memberikan semangat ketika penulis mulai merasa tidak mampu menyelesaikannya. Di tengah proses yang panjang ini, kehadiranmu menjadi salah satu hal yang membuat semuanya terasa lebih ringan.
4. **Dosen pembimbing dan seluruh dosen yang telah membimbing penulis**, terima kasih atas waktu, ilmu, arahan, kritik, dan kesabaran yang diberikan selama proses penyusunan tesis. Setiap masukan, bahkan yang pada awalnya terasa sulit, menjadi bagian penting dalam proses penulis belajar dan menyempurnakan penelitian ini.
5. **Teman-teman dan semua orang baik yang hadir dalam perjalanan ini**, terima kasih untuk setiap bantuan, semangat, diskusi, candaan, dan doa yang diberikan. Mungkin tidak semua nama dapat dituliskan satu per satu, tetapi setiap kebaikan yang diberikan memiliki tempat tersendiri dalam perjalanan penyelesaian tesis ini.

Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena sudah memilih untuk bertahan. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun tidak selalu yakin dengan arah yang sedang dituju. Tesis ini bukan hanya tentang sebuah penelitian yang akhirnya selesai, tetapi juga tentang proses belajar, bertumbuh,

dan membuktikan kepada diri sendiri bahwa sesuatu yang terasa berat tetap bisa diselesaikan, satu langkah demi satu langkah.

Semoga segala kebaikan, doa, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Jakarta, 25 September 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizky Fadilah', written in a cursive style.

Rizky Fadilah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Fadilah
NIM : 2241013014
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

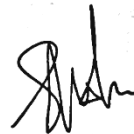
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROGRAM “DISCOVER” DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN SEGMENT PASAR PEMERINTAH

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 September 2026

Yang menyatakan



(Rizky Fadilah)

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROGRAM “DISCOVER” DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN SEGMENT PASAR PEMERINTAH

STUDI KASUS PADA HOTEL BOROBUDUR JAKARTA

RIZKY FADILAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Hotel Borobudur Jakarta melalui Program “Discover” dalam menjangkau segmen pasar pemerintah, proses komunikasi yang berlangsung dalam membangun hubungan dengan segmen pasar pemerintah, serta kontribusi program tersebut terhadap pembentukan *image* dan *trust* Hotel Borobudur Jakarta. Dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif, segmen pemerintah menjadi salah satu pasar yang memiliki kebutuhan terhadap fasilitas dan layanan hotel, sekaligus memiliki karakteristik hubungan yang membutuhkan komunikasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, Hotel Borobudur Jakarta memanfaatkan Program “Discover” sebagai *event* yang menjadi ruang komunikasi pemasaran dengan segmen pasar pemerintah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis data Miles, Huberman, dan Saldaña melalui proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian ini berfokus pada Program “Discover” sebagai *event* dalam komunikasi pemasaran Hotel Borobudur Jakarta dengan segmen pasar pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program “Discover” digunakan sebagai *event* dalam strategi komunikasi pemasaran Hotel Borobudur Jakarta untuk menjangkau segmen pasar pemerintah. Komunikasi dilakukan melalui penentuan tema, pemilihan pihak yang relevan, penyusunan konsep, penyampaian pesan, serta interaksi sebelum, selama, dan setelah kegiatan. Program “Discover” juga menjadi ruang bagi Hotel Borobudur Jakarta untuk menyampaikan pesan mengenai fasilitas, pelayanan, dan kemampuan penyelenggaraan kegiatan, sekaligus memberikan ruang bagi pihak pemerintah untuk menyampaikan budaya, potensi daerah, dan produk unggulan. Proses komunikasi dan pengalaman tersebut berkontribusi terhadap pembentukan *image* dan *trust* Hotel Borobudur Jakarta pada segmen pasar pemerintah.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi pemasaran, khususnya pemanfaatan *event* sebagai media komunikasi pemasaran dalam menjangkau segmen pasar pemerintah. Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana Program “Discover” dapat digunakan sebagai ruang komunikasi untuk menyampaikan pesan, membangun interaksi, serta berkontribusi terhadap pembentukan *image* dan *trust* Hotel Borobudur Jakarta.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, *event*, *relationship marketing*, *image*, *trust*, Program “Discover”.

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2. Manfaat Praktis.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Konsep Yang Relevan	7
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2. Event sebagai Media Komunikasi Pemasaran	8
2.1.3. Relationship Marketing	10
2.1.4. Pembentukan Image Hotel Borobudur Jakarta	12
2.1.5. Trust dalam Hubungan dengan Segmen Pasar Pemerintah	13
2.1.6. Government Relations	14
2.2. Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	16
2.3. Kebaruan Penelitian.....	21
2.4. Kerangka Pemikiran	22
2.5. Operasionalisasi Konsep.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian	25
3.2. Paradigma Penelitian	26
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5. Teknik Analisis Data	29
3.6. Uji Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	31
4.1.1. Profil Hotel Borobudur Jakarta.....	31

4.1.2. Program "Discover"	33
4.1.3. Profil Informan Penelitian	34
4.2. Hasil Penelitian	36
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Program “Discover” dalam Menjangkau Segmen Pasar Pemerintah.....	41
4.2.1.1. Pemerintah sebagai Segmen Pasar.....	42
4.2.1.2. Program “Discover” sebagai Media Komunikasi Pemasaran.....	45
4.2.1.3. Pesan dan Bentuk Komunikasi dalam Program “Discover”.....	47
4.2.2. Proses Komunikasi Pemasaran melalui Program “Discover” dalam Membangun Hubungan dengan Segmen Pasar Pemerintah	49
4.2.2.1. Komunikasi Sebelum Pelaksanaan Program	49
4.2.2.2. Komunikasi Selama Pelaksanaan Program	50
4.2.2.3. Komunikasi Setelah Pelaksanaan Program	51
4.2.3. Kontribusi Program “Discover” terhadap Pembentukan Image dan Trust Hotel Borobudur Jakarta pada Segmen Pasar Pemerintah	52
4.3. Pembahasan	54
4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Program “Discover”	54
4.3.2. Proses Komunikasi Pemasaran dan Relationship Marketing.....	57
4.3.3. Pembentukan Image Hotel Borobudur Jakarta	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Kendala dan Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3. Saran dan Implikasi	65
5.3.1. Saran	65
5.3.2. Implikasi	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya.....	17
Tabel 2.2 Operasionalisasi Konsep.....	24
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	35
Tabel 4.2 Proses Coding Data Penelitian.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hotel Borobudur Jakarta	1
Gambar 1.2 Peresmian pembukaan program “Discover” bersama Pemerintah	2
Gambar 2.1 Pihak Hotel Borobudur Jakarta dan Pemerintah melakukan sesi doorstop dengan media.....	8