

MARKETING COMMUNICATIONS: THE INTERNSHIP IN GOLDEN TULIP LEGACY SURABAYA

Delicia Zagita Prayogo
International Business Networking
Christina Rahardja Honantha S.E., M.M., CPM (Asia).
Aluisius Hery Pratono S.E., M.D.M., Ph.D.

ABSTRACT

This study seeks to understand the role of marketing communication in the hospitality industry. The data collection mainly springs from the internship program in which the researcher got involved, such as organizing a marketing event and social media practices. The study adopts the interpretative approach to analyze the data. The results indicate the pivotal role of networking in the success of marketing communication strategy, which attempts to promote brand awareness and brand loyalty by creating events and advertising. Sharing resource is a typical strategy, which allows the organization to achieve the targeted performance by demonstrating the marketing capability in both online and offline networking. This includes social media, which seems to be very dynamic.

Keywords: marketing communications, events and promotions, relationship and networks, offline and online promotions, social media marketing, tools for social media management, direct marketing

ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk memahami peran komunikasi pemasaran di industri perhotelan. Data yang dikumpulkan sebagian besar diambil dari program magang yang dimana peneliti terlibat secara langsung, seperti mengorganisir sebuah acara pemasaran dan praktik media sosial. Penelitian ini mengadopsi pendekatan interpretatif untuk menganalisa data. Hasil yang didapat menunjukkan pentingnya peran jejaring dalam keberhasilan strategi komunikasi pemasaran, dimana bertujuan untuk memajukan kesadaran merek dan loyalitas merek dengan cara mengadakan acara dan promosi. Membagi sumber merupakan strategi yang tipikal, dimana akan memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan dengan menggunakan jejaring *online* dan *offline*. Ini termasuk media sosial yang sepertinya sangat dinamis.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, acara dan promosi, hubungan dan jejaring, promosi secara *offline* dan *online*, pemasaran media sosial, alat untuk manajemen media sosial, pemasaran langsung