

## INTISARI

Industri MICE merupakan salah satu industri dalam bidang pariwisata yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Maraknya pengembangan industri ini menyebabkan persaingan semakin ketat, tak terkecuali di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Hotel sebagai salah satu penyedia produk MICE semakin bertambah jumlahnya sehingga perlu dilakukan metode pemasaran yang efektif dan efisien untuk bertahan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi bauran komunikasi pemasaran pada paket MICE di Grand Keisha Hotel Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran komunikasi pemasaran pada paket MICE di Grand Keisha Hotel Yogyakarta pada aspek komunikasi personal seperti dilakukan penjualan personal, *telemarketing*, dan adanya *word-of-mouth* positif mengenai produk MICE. Aspek periklanan juga terpenuhi dengan dilakukannya periklanan informatif, persuasif, dan pengingat mengenai produk MICE. Penerapan aspek promosi pemasaran dilakukan tidak dengan memberikan kupon potongan harga, rabat, maupun mengadakan program frekuensi melainkan hanya dengan penawaran diskon. Aspek hubungan masyarakat tidak dipenuhi dengan baik karena *Public Relation Officer* tidak melakukan *press release*, komunikasi korporat, maupun konseling manajemen. Aspek penyampaian layanan terpenuhi dengan baik dengan tersedianya informasi produk MICE pada brosur, situs web, dan sosial media. Aspek desain perusahaan juga terpenuhi dengan baik dengan penggunaan logo, warna, dan jenis huruf yang konsisten pada seragam, dekorasi interior, dan alat tulis yang dijumpai saat terjadi pemberian jasa pelayanan paket MICE di Grand Keisha Hotel Yogyakarta. Di samping itu, terdapat pula hal-hal yang perlu ditingkatkan seperti maksimalisasi penggunaan sosial media sebagai metode periklanan, maksimalisasi kinerja *Public Relation Officer*, dan pembaruan situs web secara berkala.

Kata kunci: MICE, hotel, bauran komunikasi pemasaran

## **ABSTRACT**

The MICE industry is one of the industries in the tourism sector that is growing quite rapidly in Indonesia. The rapid development of this industry has caused competition to become increasingly fierce, not least in the Special Region of Yogyakarta. Hotels as one of the providers of MICE products are increasing in number so effective and efficient marketing methods are needed to survive. Therefore, this research aims to analyze the implementation of the marketing communication mix in the MICE package at the Grand Keisha Hotel Yogyakarta. This research uses a qualitative approach with interview and observation methods. The research results show that the application of the marketing communication mix in the MICE package at the Grand Keisha Hotel Yogyakarta is in the personal communication aspect such as personal selling, telemarketing, and positive word-of-mouth regarding MICE products. The advertising aspect is also fulfilled by providing informative, persuasive advertising and reminders about MICE products. The implementation of marketing promotion aspects is carried out not by providing discount coupons, rebates, or holding frequency programs but only by offering discounts. The public relations aspect is not fulfilled properly because the Public Relations Officer does not carry out press releases, corporate communications, or management counseling. The procurement aspect of teaching materials is well fulfilled with the availability of MICE product information in brochures, websites, and social media. The company's design aspect is also well fulfilled with the consistent use of logos, colors and typefaces on uniforms, interior decorations and stationery found when providing MICE package services at the Grand Keisha Hotel Yogyakarta. Apart from that, there are also things that need to be improved, such as maximizing the use of social media as an advertising method, maximizing the performance of Public Relations Officers, and regular website updates.

**Keywords:** MICE, hotel, marketing communication mix