

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING**

Skripsi, November 2022

Mahdy Alief Setiawan

2019140272

**IMPLEMENTASI *WORD OF MOUTH MARKETING* DI ERA DIGITAL
PADA PT ZUZU TEKNOLOGI SERVIS (ZUZU HOSPITALITY)**

(V Bab + 115 Halaman + 4 Tabel + 23 Gambar)

ABSTRAK

Zuzu Hospitality merupakan layanan *Software as a Service* (SaaS) yang membantu pemilik hotel untuk mengelola operasional, memasarkan kamar di berbagai situs *Online Travel Agent* (OTA), hingga mengelola pemasukan. Penelitian yang berjudul "Implementasi *Word Of Mouth Marketing* Pada PT. ZUZU Teknologi Servis (Zuzu Hospitality)" mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana Zuzu Hospitality mengimplementasikan komunikasi pemasarannya dengan menggunakan *Word Of Mouth Marketing* di era yang sudah serba digital ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori dari Sernovitz, dimana penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara terstruktur dan observasi serta dibantu dengan dukungan dokumentasi sebagai bukti pelengkap. Lalu data yang sudah di dapat dan terkumpul secara komperhensif selanjutnya dianalisis dengan cara yaitu reduksi data, penyajian data, dan membuat lembar rangkuman. Dari proses tahapan penelitian yang dilakukan, hasil dari penelitian dapat di analisis bahwa *Word Of Mouth Marketing* yang dilakukan oleh Zuzu Hospitality berdasarkan *Talking, Topics, Tools. Talking Part, dan Tracking*. Hasil dari beberapa unsur tersebut memberikan bahwa *Talkers* dari Zuzu Hospitality dalam menjalankan WOMnya adalah tim *Sales*. Lalu tim sales akan menjelaskan apa keuntungan jika bergabung dengan Zuzu serta benefit apa yang akan didapat dalam perbulan maupun pertahunnya, hal ini mengacu kepada *Topics* yang menjadi bagian daripada unsur WOM. Sedangkan untuk *Tools* menggunakan CRM, Slack, Telegram, Whatsapp, Zoom dan Google Meet. Untuk *Talking Part* adanya CM (*Commercial Manager*), PS (*Partner Support*), PD (*Partner Development*), serta PIC Hotel yang sudah *sign* dengan Zuzu turut membantu dalam menjalankan *Word Of Mouth Marketing* ini. Yang terakhir yang itu adanya *Tracking* yang dijalankan oleh CM ataupun *Sales Senior* untuk memantau apakah implementasi WOM yang dijalankan sudah sesuai atau masih tergolong belum cukup memuaskan bagi perusahaan. Kemudian penelitian ini dapat diimplementasikan untuk strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan maupun mempengaruhi target segementasi.

Kata kunci : ***Word Of Mouth Marketing, Implementasi WOM,***

Referensi : **16 Buku, 5 Jurnal, 2 Website**

Dosen Pembimbing : **Jamiati KN, S.I.Kom., M.I.Kom.**