

ABSTRAK

Whiz hotel merupakan salah satu hotel yang terletak di tengah pusat kota yaitu di menteng, dalam situasi pandemi seperti ini Whiz memerlukan beberapa strategi untuk bertahan dalam kondisi pandemi ini agar tidak gugur. Untuk membuat sebuah rancangan komunikasi pemasaran terintegrasi maka diperlukan untuk melakukan beberapa analisis seperti mencari tahu trend komunikasi dengan tools PESTLE, analisis konsumen dan audiens, analisis strategi IMC kompetitor, yang akan memberikan output berupa SWOT, sehingga dapat dibentuk suatu strategi yang dapat digunakan oleh Whiz hotel Cikini pada tahun 2021-2023. Adapun beberapa analisis strategi berupa analisis eksternal dan internal untuk mendapatkan strategi yang di hasilkan dari pemilihan strategi IMC yang tepat dan menghasilkan 7 strategi untuk rencana implementasi strategi IMC, timeline dan budget untuk Whiz Hotel cikini Periode 2021-2023, ketujuh strategi yang digunakan adalah strategi promosi fasilitas melalui Instagram, Konten YouTube, Promosi melalui digital platform selain Instagram, Fitur Instagram Shop, Package Promosi, Story Telling Contest dan Promosi di digital platform selain Instagram.

Kata kunci: Industri perhotelan, Media promosi, Media komunikasi, Rencana Implementasi strategi IMC.