

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia perhotelan bisnis merupakan perusahaan penginapan yang disewakan sebagai akomodasi bagi masyarakat local maupun luar negeri yang sedang dalam perjalanan untuk kegiatan usaha komersial. Selain untuk berbisnis perusahaan juga bersaing dengan perusahaan hotel lain. Dalam menghadapi persaingan setiap perusahaan hotel harus memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas jasa hotel untuk menarik konsumen. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan hotel adalah *Public Relations*. Maka dari itu *Public Relations* berperan menghubungkan pihak dari perusahaan hotel bisnis dengan khalayak melalui media bahkan berhubungan langsung dengan masyarakat. Hal ini menyebabkan pencitraan dan mempromosikan perusahaan hotel bisnis sangat berkaitan dengan *Public Relations* sehingga seorang *Public Relations* harus meningkatkan citra strategi pemasaran, dan saling berinteraksi yang baik dengan khalayak.

*Public Relations* merupakan bisnis yang banyak digunakan oleh hotel untuk perkembangan bisnis dalam upaya meningkatkan citra hotel dan kualitas hotel menjadi lebih baik. Karena dalam persaingan bisnis yang saat ini semakin lama semakin meningkat dan membuat perusahaan harus lebih banyak menyusun strategi dalam upaya meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dimiliki, banyak hotel yang membuat strategi menggunakan *Public Relations* untuk menarik lebih banyak konsumennya. *Public Relations* dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang melaksanakan komunikasi kepada khalayak bertujuan meningkatkan kualitas perusahaan.

Strategi *Public Relations* memiliki tujuan yang berbeda dengan sales dan marketing dalam hal ini sendiri mempunyai proses komunikasi dalam pemasaran. Biasanya marketing

sendiri juga mempunyai target untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, sedangkan *Public Relations* adalah suatu perusahaan hotel dapat mempunyai suatu produk yang baik sehingga dapat menarik para pengunjung. Dalam hal ini sendiri peran *Public Relations* tidak hanya menjembatani suatu masalah yang ada akan tetapi juga dapat menjadi orang yang dapat berkomunikasi dengan baik, sehingga dapat menjaga nama baik perusahaan. *Public Relations* dapat menciptakan persepsi atau hal-hal yang positif. Maka dari itu adanya orang menginap di hotel pasti datang untuk singgah, berwisata dan berbisnis. <sup>1</sup>

Dalam suatu strategi yang digunakan perusahaan hotel, strategi tersebut dapat dilakukan melalui media social. Salah satu media social yang digunakan untuk melakukan *Public Relations* adalah media Instagram. Media Instagram ini dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang kemudian ada pada 6 Oktober 2010. Instagram merupakan suatu bentuk aplikasi yang digunakan untuk membagikan sebuah moment foto yang mana pengguna lain dapat mengambil sebuah foto yang diunggah tersebut di media instagram, dalam aplikasi instagram juga terdapat berbagai macam filter.

Media Instagram ini juga merupakan suatu wadah yang dapat digunakan untuk membentuk citra diri, dimana apabila dalam suatu akun instagram terdapat banyak pengikut otomatis dalam hal ini juga akun tersebut jadi lebih gampang untuk dicari, sebab dari banyaknya orang yang mengikutinya di media instagram.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini kegiatan yang sudah ditelaah lebih jauh adalah bagaimana perusahaan hotel dalam melakukan kegiatan strategi *Public Relations* Kyriad Grand Master di Purwodadi melalui media Instagram. Kegiatan ini akan dilakukan untuk mengetahui strategi *Public Relations* akan berjalan dengan baik untuk meningkatkan citra diri dan dapat lebih

---

<sup>1</sup> Ontarian & Ruliana. (2015). No Spelling Suggestions Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek wisata. *Jurnal Komunikasi STIKOM*, 2, 255-271.

<sup>2</sup> Zakirah, D. M. (2018) Mahasiswa Dan Instagram (Study tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri dikalangan Mahasiswa Universitas Airlangga) *JURNAL S1 SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS AIRLANGGA*

meningkat lagi dengan menggunakan aplikasi instragam. Sehingga, Hotel Kyriad Grand Master memiliki citra diri yang baik di mata pelanggan/konsumen dan dapat meningkatkan kepercayaan kepada pelanggan/kosumen dengan kualitas yang dimiliki Hotel Kyriad Grand Master. Dengan begitu pendapatan dan citra diri yang dimiliki oleh Hotel Kyriad Grand Master akan meningkat. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi *Public Relations*” selain itu untuk mengetahui apakah media instagram dapat digunakan untuk melakukan strategi *Public Relations* dalam meningkatkan citra Kyriad Grand Master Hotel Purwodadi.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang yang sudah dipaparkan,terdapat pertanyaan rumusan masalah yaitu: Bagaimana Strategi *Public Relations* Kyriad Grand Master Hotel Purwodadi Dalam Meningkatkan Citra Melalui Media Instagram?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang sudah peneliti rumuskan, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat mengetahui Strategi *Public Relations* di Kyriad Grand Master Hotel Purwodadi
2. Untuk mengetahui kegiatan *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### a. Manfaat Akademis

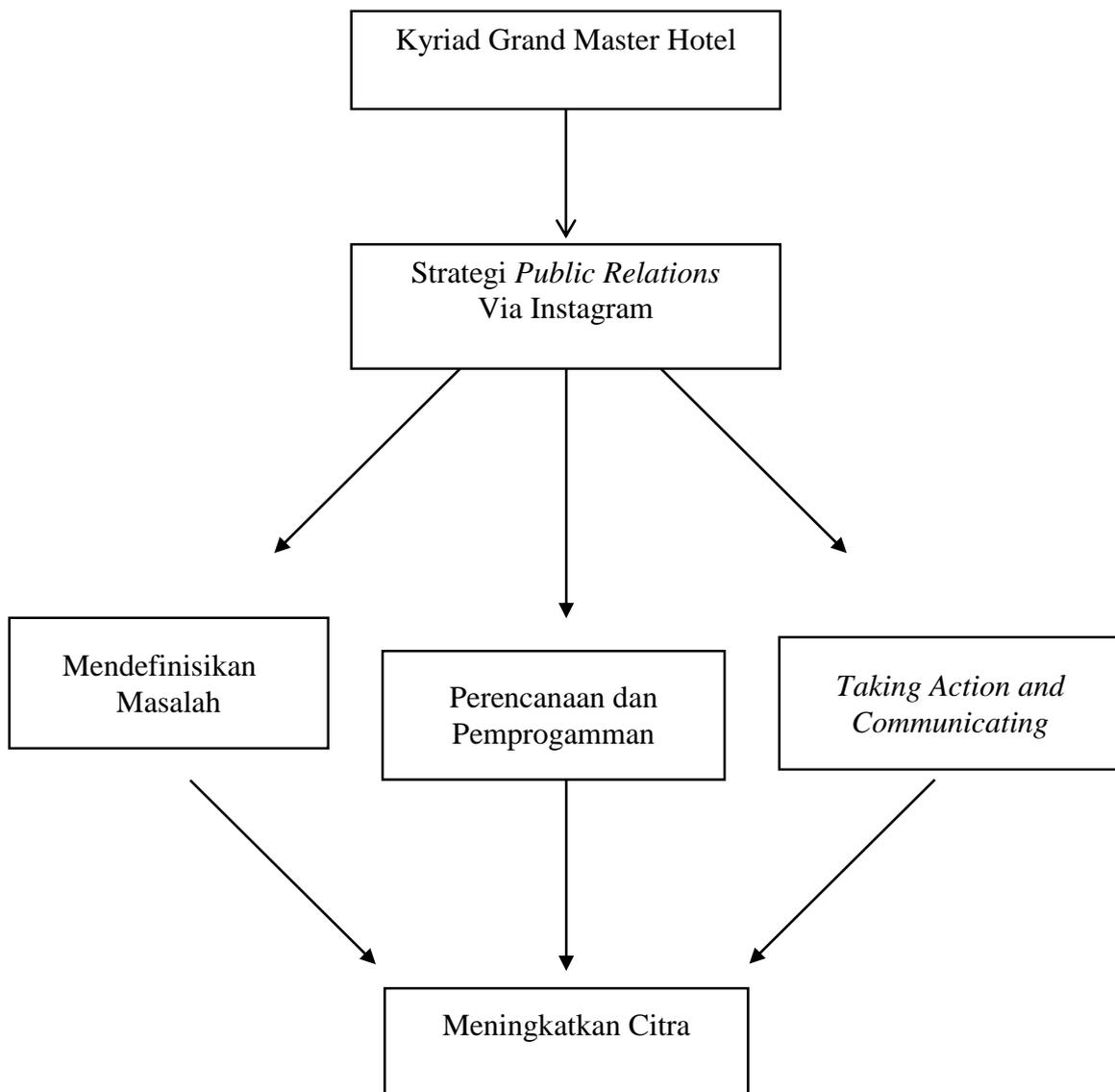
1. Dapat dijadikan sebagai sumber referensi pembelajaran bagi bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai Strategi *Public Relations*, meningkatkan citra
2. Menjadikan bahan acuan lebih lanjut mengenai kegiatan *Public Relations*

#### b. Manfaat Praktis

1. Manfaat dari penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai informasi bagi seorang praktisi *Public Relations*.
2. Manfaat bagi penulis yaitu, untuk menambah wawasan dalam bidang komunikasi mengenai *Public Relations* serta dapat memberikan gambaran yang nyata.

### 1.5 Kerangka Konsep

Dalam penelitian kerangka konsep yang digunakan pada dasar teori menggunakan strategi *Public Relations* menurut Cutlip, Center dan Broom. Secara sederhana kerangka konsep dapat dilihat pada bagan sebagai berikut:



Tabel Kerangka Konsep 1.1

### 1.5.1 Public Relations

Definisikan *Public Relations* merupakan suatu fungsi dari bagian management untuk bisa mengevaluasi publik, dapat mengidentifikasi dalam suatu kebijakan suatu instansi dengan tujuan untuk kepentingan umum. Merencanakan serta dapat melakukan kegiatan dalam membentuk program aksi dan komunikasi dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman penerimaan publik.<sup>3</sup>

Empat langkah perencanaan strategi *Public Relations*:<sup>4</sup>

Langkah pertama, Mendefinisikan Masalah dalam perencanaan strategi *Public Relations* dapat didefinisikan bahwa masalah yang terjadi didalam suatu instansi tentu sudah menjadi tanggungjawab seorang *Public Relations* yang mana dalam hal ini sendiri *Public Relations* ini dapat melakukan dengan cara observasi untuk mengetahui permasalahan-permasalahan apa yang sedang terjadi..

Langkah kedua, Perencanaan dan Pemograman, dalam perencanaan dan pemrograman dalam membuat suatu planning, yang secara langsung dapat dilakukan dengan langkah-perlangkah demi mencapai suatu tujuan yang diinginkan, oleh sebab itu dalam perencanaan dan pemrograman ini sangat penting untuk dijadikan sebagai langkah yang baik. Selain dari perencanaan juga perlu diadakan adanya pemrograman yaitu program apa yang akan dipakai untuk kedepannya agar menjadi lebih baik.

Langkah ketiga, pada tahap terakhir ini ada tahap pengambilan tindakan dan komunikasi, seorang *Public Relations* harus mampu melakukan pengambilan tindakan dan komunikasi. Ada 3 hal yang harus diperhatikan, yakni :

---

<sup>3</sup> Dwiantari & Ruliana. (2015). Strategi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek wisata. Jurnal Komunikasi STIKOM, 2, 255-271.

<sup>4</sup> Ibid, hlm 2, 255-271

- a. Dalam hal ini *Public Relations* harus dapat melakukan suatu tindakan yang mampu mendengarkan keinginan publik serta dapat bertanggungjawab dengan atas apa yang dilakukan jadi lebih mengarah kedalam kegiatan public.
- b. Seorang *Public Relations* harus mampu berkomunikasi, serta dapat mempertimbangkan dengan suatu komponen yang telah diterapkan.
- c. *Implementasi Strategi Public Relations*, dalam melakukan suatu tindakan dengan menggunakan strategi komunikasi *Public Relations* biasanya diperlukan dengan 7 komunikasi yang baik dan harus mampu dikuasai antara lain: kredibilitas, konteks, keadaan, konsisten, mempunyai banyak kenalan sehingga dapat menambah chanel dan kemampuan.

### **1.5.2 Media Instagram**

Media instagram merupakan suatu media internet yang terdapat beberapa filter didalamnya, selain itu media instagram juga banyak digunakan oleh kalangan anak remaja, dewasa hingga orang tua. Dalam hal ini sendiri media instagram juga dapat memberikan dampak positif dan dampak negative, walaupun begitu sebenarnya manfaat dari media instagram ini dapat dijadikan sebagai media promosi serta dapat melajalan suatu bisnis perdagangan yang dijalankan secara online. Tak heran jika banyak anak-anak yang saat ini sudah banyak menggunakan akun instagram guna untuk bersosialisasi dengan orang lain.

### **1.5.3 Meningkatkan Citra**

Pengertian citra adalah persepsi masyarakat yang dapat memberikan nilai-nilai yang baik. Dalam meningkatkan citra ini sendiri tentunya perlu diadakannya tindakan yang baik, tak hanya itu, untuk meningkatkan citra dalam suatu instansi ataupun perusahaan tentunya perlu

bekerjasama dengan seluruh para karyawan dan seluruh staff-staff yang ada dilam instansi atau perusahaan tersebut..<sup>5</sup>

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Dalam kegiatan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan ini adalah metode penelitian kualitatif karena pada penelitian ini terdapat data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dari perilaku individu, maupun organisasi yang diteliti. Sehingga dapat dikatakan bahwa, metode penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang biasanya berisikan mengenai fenomena seperti yang dialami oleh peneliti.

Pada penelitian ini lebih merujuk pada penelitian deskriptif kualitatif yang menurut Denzin dan Lincoln dalam penelitian deskriptif kualitatif sendiri merupakan suatu pendekatan yang menggunakan latar belakang dari suatu kejadian yang nyata. Dengan adanya penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk dapat mendeskripsikan Strategi dari *Public Relations* yang dilakukan oleh departement yang bertanggungjawab di Kyriad Grand Master. Sehingga nantinya dalam penelitian ini dapat mengetahui dengan jelas bagaimana penggunaan dalam menentukan Strategi *Public Relations* yang digunakan oleh Kyriad Grand Master dengan meningkatkan citra yang positif.

### **1.6.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Dalam subjek penelitian menurut amirin merupakan suatu kelompok yang ingin memperoleh suatu keterangan, dimana dalam hal ini dapat memberikan informasi mengenai kondisi latar penelitian. Dari subjek penelitian yang dibutuhkan peneliti ini adalah Departemen yang menjalankan fungsi *Public Relations* yaitu Sales Marketing Manager, sedangkan objek penelitian ini merupakan pokok pembahasan mengenai kegiatan pokok pembahasan mengenai

---

<sup>5</sup> Saleh & Furrie.(2020). Peran *Public Relations* Dalam Pemanfaatan Instagram sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing). Jurnal Lugas, 4, 9-16.

kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sehingga objek pada penelitian ini adalah Kyriad Grand Master Hotel Purwodadi.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan suatu teknik yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dalam suatu kegiatan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini dapat menggunakan beberapa teknik antara lain:<sup>6</sup>

#### **A) Wawancara**

Wawancara menurut Esterberg, sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memperoleh suatu informasi yang dilakukan dengan 2 personal narasumber atau lebih, yang nanti dapat berupa Tanya jawab dan saling bertukar pikiran.<sup>7</sup>

Pada kegiatan penelitian ini, peneliti dapat melakukan kegiatan wawancara dengan responden, yaitu bagian *Human Resource Departement, Sales Marketting Manager, dan Costumer*, dimana dalam kegiatan wawancara tersebutlah yang akan diwawancarai serta yang menjalankan fungsi Public Relations dan Pengunjung yang memberikan nilai positif untuk hotel agar hotel tersebut mendapatkan citra positif yang baik.

#### **B) Observasi**

Syaodih (2006) observasi merupakan suatu teknik yang dilakukan untuk pengumpulan data, yang mana dalam hal ini observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan observasi secara langsung, yaitu terjun langsung ke Hotel Kyriad Grand Master dengan mengobservasi secara keseluruhan yang ada di Hotel.

#### **C) Mengumpulkan dokumen/ dokumentasi**

---

<sup>6</sup> Afrizal, M. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Graindo Persada

<sup>7</sup> Komariah dan Satori. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta

Pada teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumen. Yang mana dalam hal ini yang dapat dilakukan dalam melakukan kegiatan dokumentasi dengan memperoleh informasi yang baik dari Kyriad Grand Master, dan pada kegiatan ini juga dapat mencari sumber informasi melalui buku, majalah dan dokumen pada buku harian. Dalam adanya dokumen ini nanti dapat memperlengkap pengamatan dalam mengumpulkan data dengan teknik lain yang digunakan untuk penulis.<sup>8</sup>

#### **1.6.4 Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Miles and Huberman (1984) suatu aktivitas menganalisis data yang telah didapatkan pada saat proses pengumpulan data dan dapat menyederhanakan informasi yang didapatkan yang sebelumnya sudah pernah didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan dokumen, observasi, dan wawancara. Dalam teknik analisa data dapat dilakukan melalui beberapa alur yaitu: reduksi data (*reduction*), penyajian data (*data display*), Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*).<sup>9</sup>

##### **A) Reduksi data (*Reduction*)**

Dalam Reduksi data kegiatan yang diperlukan adalah dengan memilah data yang sudah dikumpulkan pada saat proses mengumpulkan data serta menyederhanakan informasi yang didapatkan tersebut tujuannya agar dapat berkaitan dengan fokus pada penelitian. Reduksi data ini diambil dengan tujuan untuk menghadirkan data yang sesuai fokus sehingga mengambil informasi yang memang diperlukan. Selanjutnya, dalam proses reduksi data merupakan suatu proses berfikir sensitife yang memerlukan beberapa kecerdasan dan keluasan, serta diperlukan dengan adanya wawasan yang tinggi (Komariah dan Satori, 2014).

##### **B) Penyajian Data (*Data Display*)**

---

<sup>8</sup> Komariah dan Satori. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta.

<sup>9</sup> Bussert, Z. O. (2014). Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Hotel Horison Bekasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 30-37

Setelah adanya hal yang sudah dilakukan mulai dari memilah data, yang diperlukan dalam laporan kegiatan penelitian. Dalam penyajian data yang khususnya dalam penelitian kualitatif, peneliti kini telah kembali dalam menghadirkan data-data yang sudah didapatkan yaitu berupa teks naratif yang sesuai dengan hasil yang didapatkan oleh penelitian serta dalam penelitian ini dapat disajikan dengan menggunakan bentuk yang mudah untuk dipahami para pembaca. direduksi dalam bentuk narasi serta tabel komparasi. Narasi yang dimaksud adalah penyampaian data penelitian berdasarkan fokus pertanyaan mengenai latar belakang, motivasi, serta bentuk (Komariah dan Satori, 2014).

### C) Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam tahap ini yang dapat dilakukan adalah dengan penarikan kesimpulan yaitu dari beberapa data yang sudah disajikan dan beberapa hal yang sudah disusun yang berkaitan dengan hasil dan proses dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini apabila melakukan penarikan kesimpulan juga diperlukan dengan adanya penarikan kesimpulan yang harus diperhatikan pada saat berfokus pada penelitian, sehingga nantinya pada penarikan kesimpulan itu dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat oleh peneliti.