

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri perhotelan menjadi salah satu sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang cukup pesat. Banyaknya perusahaan yang beroperasi di sektor ini telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai jenis hotel bermunculan dengan berbagai tipe dan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Persaingan dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif ini mengharuskan tiap hotel terus untuk membangun citra yang kuat dan mempertahankan posisinya di pasar. Salah satu alat yang efektif dalam upaya ini adalah melalui strategi *Marketing Public Relation* (MPR). Dalam penelitian ini tertuju pada program "Kamis Budaya" yang dilaksanakan oleh Hotel Grand Mulia Sakinah.

Menurut Kotler, Citra adalah seperangkat kepercayaan, gagasan, dan kesan seseorang pada suatu objek, sehingga citra dapat dibentuk dari apa yang dirasakan dan dilihat oleh *customer* atau pelanggan untuk tindakan perusahaan serta layanan yang disediakan bagi pelanggan (Nunung Ayu Sofiaty, 2022). Maka dapat disimpulkan bahwa citra merupakan hasil dari berbagai pengamatan terhadap elemen-elemen verbal dan visual yang direncanakan atau tidak, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal lainnya

Tidak dapat dipungkiri bahwa citra hotel merupakan elemen signifikan dalam memikat minat para tamu untuk menginap di hotel tersebut. Menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan bisnis. Citra yang kuat dan positif akan memberikan dampak positif dalam hal peningkatan jumlah tamu, meningkatkan jumlah hunian, membantu hotel mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka. Namun, citra yang buruk juga dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan para tamu terhadap hotel. Maka dari itu, penting bagi hotel untuk mengembangkan reputasi yang positif dan terus berinovasi melalui strategi pemasaran yang kreatif untuk membedakan diri mereka dari pesaing.

Selayaknya hotel pada umumnya, Hotel Grand Mulia Sakinah menyediakan berbagai fasilitas seperti kamar yang masing-masing memiliki ruang tamu dan halaman belakang yang cukup luas dengan pemandangan pepohonan yang rindang. Hotel Grand Mulia Sakinah memiliki desain arsitektur yang menggabungkan elemen tradisional Jawa dengan sentuhan modern.

Dalam Hotel ini, tiap sudut ruang dipenuhi dengan seni dan ornamen tradisional Jawa, seperti ukiran kayu, batik, wayang, lukisan, kerajinan tangan, buku-buku kebudayaan, para karyawan juga memakai *nametag* dengan tulisan aksara Jawa. Tak hanya itu, menu di restoran mereka juga menyajikan hidangan lezat dari masakan Indonesia dan berbagai macam wedangan. Dengan menggabungkan kenyamanan modern dan budaya yang autentik, hotel Grand Mulia Sakinah memposisikan hal ini di benak khalayak agar khalayak dapat membedakan hotel ini dengan hotel yang lainnya.

Tak cukup dengan keunikan tempatnya saja, guna membangun citra positif hotel, melalui Program "Kamis Budaya" yaitu salah satu inisiatif MPR yang diadakan oleh Hotel Grand Mulia Sakinah. Program ini mencakup serangkaian acara budaya yang diadakan setiap hari Kamis dengan tujuan untuk mengenalkan kekayaan budaya lokal kepada tamu hotel dan masyarakat sekitar. Program semacam ini memiliki potensi untuk menciptakan ikatan emosional antara hotel dan tamu serta masyarakat, dan pada akhirnya membentuk persepsi positif terhadap citra hotel.

Dalam acara ini, para tamu dapat menikmati berbagai tampilan budaya lokal dan musik tradisional, serta menyaksikan pertunjukan seni dan kerajinan tangan lokal. Bukan hanya para pengunjung yang menginap di hotel yang memiliki kesempatan untuk menyaksikan acara ini. Program "Kamis Budaya" ini juga ditampilkan dalam media sosial yaitu melalui *live* Instagram agar konsumen yang lain tetap dapat menyaksikan pertunjukan atau tampilan yang sedang berlangsung.

Tujuan dari program "Kamis Budaya" adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya lokal kepada para tamu hotel dan masyarakat sekitar serta mendukung komunitas seni disekitar hotel. Program "Kamis Budaya" ini mempunyai tujuan utama yakni untuk membangun citra hotel yang lebih baik di kalangan masyarakat, terutama dalam hal pengenalan budaya dan kearifan lokal.

Dalam aspek pemasaran, program "Kamis Budaya" membantu hotel meningkatkan daya tarik sehingga menghasilkan keuntungan melalui peningkatan jumlah hunian, pengulangan kunjungan tamu, dan peningkatan

pendapatan dari layanan tambahan terkait dengan kegiatan budaya. Program ini juga dapat mendukung pertumbuhan dan pengembangan komunitas setempat. Dengan mempromosikan budaya lokal, program “Kamis Budaya” dapat memberikan kesempatan bagi seniman untuk memperluas jangkauan pasar mereka yang berdampak dalam ekonomi serta memperkuat ikatan antara hotel dan masyarakat sekitar.

Namun, strategi MPR melalui "Kamis Budaya" perlu dikaji lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana program ini telah berkontribusi terhadap peningkatan citra Hotel Grand Mulia Sakinah. Dengan latar belakang ini, penelitian ini akan menganalisis strategi MPR dengan fokus pada program "Kamis Budaya" dalam upaya membangun citra Hotel Grand Mulia Sakinah. Analisis ini akan melibatkan penelitian lapangan yang mencakup pengumpulan data dari berbagai sumber seperti wawancara, dan dokumentasi. Dari penelitian ini diharapkan muncul pemahaman yang lebih dalam mengenai sejauh mana efektivitas program “Kamis Budaya” dalam membentuk citra positif dan bagaimana hal tersebut dapat ditingkatkan.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran strategi *Marketing Public Relations* melalui program "Kamis Budaya," Hotel Grand Mulia Sakinah dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam membangun citra yang kuat dan positif di mata konsumen dan masyarakat, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan industri perhotelan secara keseluruhan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada penjelasan mengenai konteks masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat difokuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing public relations* dalam program “Kamis Budaya” dapat membangun citra hotel Grand Mulia Sakinah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus permasalahan yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing public relations* dalam program “Kamis Budaya” sebagai upaya membangun citra hotel Grand Mulia Sakinah.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dipilah menjadi dibagi menjadi dua aspek yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis:

### 1. Manfaat Teoritis

Dari segi teori, diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya dan dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi dalam pembelajaran mengenai penerapan strategi *marketing public relations* dan teori citra dalam membangun citra sebuah perusahaan.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, manfaat yang dihasilkan adalah bagaimana bisa mengetahui dan mengungkap penerapan strategi *marketing public relations* dalam upaya membangun citra sebuah hotel.