

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Swiss-Belhotel Cirebon merupakan salah satu bintang 4 yang ada di Cirebon. Hotel tersebut memiliki lokasi yang sangat strategis karena letaknya berada ditengah kota Cirebon, serta berdampingan dengan pusat perbelanjaan modern terbesar di Cirebon.

Swiss-Belhotel Cirebon memiliki *Public Relations* (PR) yang berada di dalam *Sales and marketing department* memiliki peran penting dalam menjalankan strategi membangun reputasi Swiss-Belhotel Cirebon sebagai hotel berbintang 4 dengan memiliki standar pelayanan terbaik di Cirebon.

Swiss-Belhotel Cirebon menjadi pilihan wisatawan yang sedang berlibur di Cirebon untuk menginap. Tidak hanya menjadi pilihan untuk menginap, Swiss-Belhotel Cirebon, memiliki fasilitas ruang pertemuan yang memiliki kapasitas yang dapat menampung hingga 2000 orang dengan fasilitas yang lengkap. Dengan memiliki lokasi yang strategis dan memberikan pelayanan yang terbaik di Cirebon, hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi Swiss-Belhotel Cirebon.

Terlebih sejak Tol Cipali diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 13 Juni 2015, dimana tol tersebut memiliki akses langsung dari Jakarta ke Cirebon, kota Cirebon bagaikan mendapatkan durian runtuh, khususnya pada sektor pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan permohonan

investasi pada usaha perhotelan dan kuliner. Sebagai data perbandingan pada tahun 2014, tercatat jumlah usaha perhotelan di Kota Cirebon sebanyak 53 buah, dan pada tahun 2016 mengalami peningkatan mejadi 65 buah (data: Disporbudpar Kota Cirebon).

Dengan meningkatnya permohonan investasi pada sektor pariwisata, maka hal tersebut menjadi faktor pendorong dalam merangsang pertumbuhan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata Cirebon, slaah satu contohnya adalah bidang perhotelan. Hotel merupakan sarana akomodasi yang memiliki peranan penting dalam sektor pariwisata, karena dengan adanya hotel, para wisatawan dapat memiliki tempat berteduh dengan nyaman dan mendapatkan pelayanan yang baik selama mereka melakukan perjalanan wisata.

Pertumbuhan perekonomian dalam bidang perhotelan, tentu menciptakan daya saing yang kuat antara hotel yang satu dengan hotel yang lainnya. Hotel-hotel di Cirebon berlomba-lomba untuk menarik perhatian para wisatawan dengan memberikan pelayanan terbaik dan penawaran yang menarik dari manajemen masing-masing hotel, seperti harga promo untuk menginap per-harinya. Apalagi sejak tahun 2013, dimana perdagangan bebas telah diberlakukan, maka semakin ketatlah persaingan antar hotel. Hampir setiap hotel di Cirebon yang dibawah oleh pihak manajemen asing, menawarkan fasilitas mewah dan pelayanan terbaik, dengan harga yang begitu menggiurkan setiap pengunjung yang ingin menginap.

Dengan persaingan ketat seperti yang telah dijabarkan diatas, maka PR yang bekerja di hotel harus bekerja dua kali lebih keras, dan harus lebih kreatif

dalam menarik perhatian pengunjung. Bila tidak, maka hotel yang telah didirikan akan gulung tikar karena kalah persaingan.

Salah satu tugas PR adalah membangun reputasi. Bila reputasi hotel mendapatkan penilaian yang positif oleh masyarakat, maka dengan sendirinya orang-orang akan merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lainnya yang ingin bertandang ke Cirebon, baik melalui media sosial, website pariwisata, aplikasi pada *smartphone*, ataupun promosi dari mulut ke mulut, yang dikenal dengan sebutan *word of mouth marketing*.

Dalam membangun reputasi yang baik, bukanlah suatu hal yang mudah, semudah membalikkan telapak tangan. Apalagi reputasi merupakan salah satu faktor penentu dalam usaha untuk meningkatkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan adanya komunikasi yang tepat dan strategis untuk membangun reputasi yang baik di mata publik. Reputasi membutuhkan proses yang lebih rumit dalam membangun, mempertahankan dan peningkatan yang jangka waktunya lebih panjang dibandingkan dengan *image* atau *brand*. Swiss-Belhotel Cirebon merupakan salah satu dari 3 hotel berbintang 4 yang ada di Cirebon. Memiliki keuntungan yang sangat besar yaitu lokasi yang sangat strategi serta memiliki layanan 24 *service room* serta digadang-gadang menjadi hotel bintang 4 terbaik dalam pelayanan dan kerahamannya di kota Cirebon.

Hal ini menarik perhatian penulis untuk meneliti peran PR d membangun reputasi Swiss-Belhotel Cirebon yang baik, hingga Swiss-Belhotel Cirebon menjadi hotel dengan pelayanan terbaik di Cirebon.

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Peran Public Relations Swiss-Belhotel Cirebon dalam Membangun Reputasi”.

## 1.2 Fokus Penelitian

*Public Relations* adalah suatu profesi yang memegang peranan penting dalam membangun reputasi suatu lembaga, baik lembaga profit, lembaga non-profit, maupun pemerintah. *Public Relations* pun berperan menjadi jembatan bagi lembaga dengan publiknya.

*Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) antara organisasi dan masyarakat, yang dijadikan sebagai sandaran tolak ukur keberhasilan atau kegagalannya (Cutlip Center and Broom, 2009:35).

Reputasi perusahaan merupakan aset strategis, karena reputasi dapat meningkatkan value dari perusahaan. Reputasi dibangun dari tindakan operasional sehari-hari yang konsisten dengan nilai perusahaan, tidak cukup dilakukan dengan jangka waktu tertentu saja. Dapat dikatakan reputasi lahir dari budaya yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Diperlukan segmentasi dan penentuan skala prioritas untuk membidik khalayak yang secara kritis mempunyai dampak tinggi,

misalnya influencer yang dapat mengubah opini publik terhadap perusahaan. Terlebih bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, opini publik dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap penilaian publik terhadap perusahaan.

Tugas dan fungsi *Public Relations* memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

*Public Relations* menunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi, yang menjadi sasaran adalah publik internal dan eksternal. PR harus dapat membina hubungan harmonis antara perhotelan dengan masyarakat, sehingga mencegah adanya kendala yang dapat merusak reputasi.

Dengan adanya penjabaran diatas, dapat diketahui bahwa PR memegang peranan penting dalam membangun reputasi suatu perusahaan. Begitu pula dengan PR Swiss-Belhotel Cirebon yang membangun reputasi hotel tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka fokus penelitian untuk penelitian adalah “Bagaimana Peran Seorang Public Relations Swiss-Belhotel Cirebon dalam Membangun Reputasi?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis melakukan penelitian ini antara lain :

- Mengetahui peran *Public Relations* Swiss-Belhotel Cirebon dalam membangun reputasi

- Mengetahui kendala-kendala dalam menerapkan strategi Public Relations yang dihadapi Swiss-Belhotel Cirebon.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini, penulis bagi dalam dua kategori, yaitu :

### **1.4.1 Manfaat secara Teoritis**

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang *public relations* yang berkaitan dengan peran *public relations* dalam membangun reputasi.

### **1.4.2 Manfaat secara Praktis**

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak yang terkait dan terlibat dalam bidang industri perhotelan, sebagai bahan masukan bagi mahasiswa yang mengambil jurusan *public relations* dalam membangun reputasi melalui peranan PR saat memasuki dunia kerja.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I            PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka membahas mengenai landasan konsep dan teori yang berkaitan dengan reputasi dan fungsi dan peran *Public Relations*. Kesimpulan dari landasan konsep dan teori disusun kerangka pemikiran.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang desain penelitian, penetapan informan dan key informan, instrument, readibilitas data, analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Membahas tentang peran *Public Relations* Swiss-Belhotel Cirebon dalam membangun reputasi, hasil penelitian, pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Membahas tentang kesimpulan dan saran yang relevan.