Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki persaingan bisnis yang semakin kompetitif, upaya untuk meningkatkan pelayanan sangat perlu diperhatikan, pelayanan merupakan hal yang utama yang harus diperhatikan oleh industri perhotelan.Karena hal ini menyangkut kebutuhan dan kepuasan pelanggan yang dapat meningkatkan daya saing dalam memberikan pelayanan atau jasa kepada pelanggan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.Pelayanan merupakan produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.[1]

Dalam pelayanan diperlukan orang-orang yang mempunyai keramahan, kesopanan dan kemampuan berkomunikasi yang baik, profesional dan efektif sehingga konsumen mudah memahami dan mengerti apa yang akan disampaikan. Dengan adanya kemampuan dalam menciptakan pelayanan terbaik maka pelanggan tidak akanmempunyai tanggapan negatif terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Hotel.

Pelanggan pada zaman sekarang adalah pelanggan yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang.Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan.Oleh sebab itu sangat penting bagi Alpha Hotel yang merupakan salah satu penyedia jasa perhotelan di Pekanbaru untuk merancang konsep pemasaran yang tepat.Sebab hanya perusahaan yang memiliki wawasan tentang pelanggan dan konsep pemasaran yang dapat tetap bertahan hidup. Perusahaan tidak terkecuali yang bergerak di bisnis perhotelan dituntut untuk dapat memberikan nilai lebih, dengan cara memperhatikan dan memberikan apa yang diinginkan pelanggannya.

---

[1]Afni Rahmadanti, "*Persepsi Siswa terhadap Pelayanan Prima di SMA Negeri 2 Painan*", Vol. 3 No. 1, Juni 2015.Hal. 2

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pelayanan tersebut merupakan hal yang harus diperhatikan dengan serius agar pelanggan yang menggunakan tidak merasa kecewa. Berdasarkan hasil observasi peneliti masih ada keluhan para pelanggan mengenai pelayanan pihak Hotel yang belum sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Komentar negatif mengenai makanan, fasilitas kamar yang kurang diperhatikan, kebersihan serta pelayanan dari pihak Hotel masih menjadi keluhan dari beberapa pelanggan.Hal ini terbukti dengan hasil observasi penulis yang dilihat dari komentar pelanggan Alpha Hotel melalui situs traveloka.com yang merupakan situs wisata yang membantu wisatawan.Berdasarkan fenomena diatas maka hal tersebut tentunya dapat merusak citra Hotel dimata masyarakat khususnya pelanggan.

Alpha Hotel sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan sudah seharusnya dapat memberi pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat terwujudnya pelayanan prima.Untuk itu Alpha Hotel perlu merancang program kerja manajemen, sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan maka pihak Hotel harus bersentuhan langsung dengan pelanggan agar bisa menciptakan pelayanan prima kepada pelanggan.tanpa pelayanan yang baik sebuah perusahaan/instansi pemerintah akan ditinggalkan oleh pelanggannya.

Menurut Cultip, Public Relations (PR) adalah manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan *public* yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.[2]

Menurut Harlaw, adanya interaksi yang terus menerus antara perusahaan dengan beberapa publiknya, maka dibutuhkan suatu posisi dalam perusahaan yang mampu memfasilitasi dan memelihara interaksi tersebut. Wilcok mendefinisikan *public relations* sebagai fungsi manajemen tersendiri yang membantu membentuk dan memelihara jalannya komunikasi mutual, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara suatu organisasi dengan *public* melibatkan manajemen terhadap berbagai masalah atau isu, dan membantu

[2] Cutlip, Scott, *Effective Public Relations*, Kencana, Jakarta, 2006, Hal. 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

manajemen tetap terinformasi dan responsif terhadap *opini public*. Menjelaskan, menekankan tanggung jawab manajemen tetap sepadan dan secara *efektif* menyesuaikan perubahan dengan menggunakan penelitian dan menyuarakan teknik komunikasi etis sebagai alat-alat dasarnya.Secara lebih khusus, Hotel sebagai salah satu bidang usaha penyedia jasa tidak lepas dari interaksi terus-menerus dengan publiknya tersebut.[3]

Penerapan fungsi manajemen komunikasi yang matang merupakan faktor pendukung tercapainya salah satu tujuan yang ingin dicapai Alpha Hotel dalam menciptakan pelayanan prima. Peran manajemen Alpha Hotel berdasarkan kepada semakin tingginya tingkat persaingan, kritik dan saran yang timbul dari pelanggan yang harus diselesaikan secara profesional, semakin pintar dan kritisnya masyarakat menyebabkan pihak Alpha Hotel memiliki strategi khusus dalam menciptakan pelayanan prima bagi pelanggan.

Alpha Hotel merupakan hotel bintang 3 yang letaknya strategis di pusat kota Pekanbaru dan letaknya berada ditempat pusat bisnis, menurut data yang didapatkan penulis di Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, Alpha Hotel berada pada urutan ketiga sebagai Hotel yang banyak dikunjungi pelanggan pada Tahun 2017.Hal ini dapat terlihat dalam Lampiran 1.1.Dengan kemampuan Alpha Hotel yang mampu menghadapi kompetitor, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Alpha Hotel Pekanbaru.tugas dan fungsi *public relations* dijalankan oleh *Human Resources and Development* (HRD), bagian manajemen Alpha Hotel tidak memiliki *public relations* secara terstruktur.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian**Manajemen Komunikasi Alpha Hotel dalam Menciptakan Pelayanan Prima terhadap Pelanggan ?**

B. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah serta menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran pengertian terhadap istilah yang ada didalam penelitian ini, maka

[3]*Ibid.* Hal.23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

perlu dijelaskan mengenai hal-hal yang akan menjadi pegangan penelitian, adapun penegasan istilah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Manajemen Komunikasi**

   Manajemen komunikasi oleh Harry Irwan, didefinisikan sebagai "*The process of using human, financial and technical resources in understanding and performing the communications function within corporation and between those and theirs publics*. (proses yang menggunakan manusia, keuangan dan sumber teknik yang berfungsi membentuk komunikasi antarperusahaan dan antara perusahaan dengan publiknya).[4]

2. **Alpha Hotel**

   Alpha Hotel merupakan Hotel bintang 3 yang berkonsep modernis & minimalis, menyediakan 140 kamar yang terdiri dari 3 tipe kamar yaitu, 56 tipe *Deluxe*, 44 tipe *Eksekutif*, dan 40 tipe *Super Eksekutif*. Alpha Hotel Pekanbaru beralamat di jalan H. Imam Munandar No. 17, terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu di jantung kota Pekanbaru, sangat dekat untuk menuju tempat-tempat seperti pusat perbelanjaan, berbagai lokasi wisata, lokasi rekreasi, serta hanya berjarak sekitar 5 sampai 10 menit dari bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.[5]

3. **Hotel**

   Hotel adalah suatu usaha yang bergerak dibidang akomodasi yang dikelola secara professional guna menghasilkan keuntungan dengan menyediakan pelayanan penginapan, makanan, minuman dan fasilitas lainnya.[6]

4. **Pelayanan Prima**

   Pelayanan prima (*Service Excellent*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan terbaik.Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau

---

[4]Dewi K. Soedarsono, *Sistem Manajemen Komunikasi*, Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2009, hal 46

[5] Hasil Data Sejarah Alpha Hotel Pekanbaru, pada tanggal 23 November 2017 pukul 10:00 WIB di Pekanbaru

[6] Utama, Gusti BR. *Pengantar Industri Pariwisata*, Deepublish, Yogyakarta, 2016, hal.43

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima apabila dapat/mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). pelayanan prima dalam hal ini ialah sesuai dengan harapan pelanggan.[7]

5. Pelanggan

Pelanggan merupakan pembeli yang melakaukan pembelian atau mengkonsumsi kembali produk tertentu berupa barang atau jasa semula.[8]

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian ini adalah "bagaimana manajemen komunikasi Alpha Hotel dalam menciptakan pelayanan prima terhadap pelanggan?"

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen komunikasi Alpha Hotel dalam menciptakan pelayanan prima terhadap pelanggan.

2. Kegunaan Penelitian
   a. Kegunaan Teoritis
      1) Untuk menerapkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai bagaimana manajemen Alpha Hotel dalam menciptakan pelayanan prima terhadap pelanggan
      2) Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan dibidang ilmu komunikasi.

---

[7]Sutopo dan Adi Suryanto, *Pelayanan Prima*, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta, 2006, hal. 10.

[8] Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hal. 14

b. Kegunaan Praktis

1) Memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan.
2) Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis dalam menyusun penelitian ini, maka penulis akan membahasnya dalam beberapa bab yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini berisikan kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik penelitian, validitas data penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi tempat penelitian, seperti sejarah, visi dan misi serta struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau