

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis perhotelan untuk memperebutkan pelanggan tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk seperti fasilitas dan pelayanan, melainkan sudah dikaitkan dengan merk yang mampu memberikan citra khusus bagi pelanggannya. Hal tersebut dapat didasari oleh pola berpikir untuk menempatkan hotel menjadi nomor satu di mata masyarakat, maka dari itu penempatan iklan untuk memperkenalkan hotel sangat diperlukan.

Prinsipnya hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Hotel menurut Surat Keputusan Menteri perhubungan (dalam Rachman, 2005:10) adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan berikut dengan makanan dan minuman. Sebagai industri jasa setiap perusahaan hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Dengan kata lain, kekuatan usaha ini, ialah bagaimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik kepada para tamunya. Setiap hotel atau berbagai bentuk penginapan lainnya akan berusaha memberikan nilai tambah (*valueadded*) yang berbeda terhadap produk dan jasa yang diberikan kepada tamunya.

Saat ini perkembangan industri jasa khususnya hotel sangat mampu menarik para pengusaha dan menanamkan modalnya di bidang jasa. Hal ini dikarenakan Indonesia sering menjadi tempat kunjungan para turis mancanegara bahkan menjadi tempat bertemunya para *businessman*, untuk mengadakan transaksi bisnis, seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan baik dari instansi pemerintah maupun perusahaan swasta.

Setiap hotel mempromosikan berbagai kelebihan layanan, keunggulan maupun nilai tambah bagi pelanggan diperkenalkan dan ditampilkan sebagai wujud keunggulan satu sama lain untuk menarik pelanggan.

Persaingan yang kompetitif tersebut didasarkan pada upaya untuk memenangkan pasar, yaitu khalayak pengguna jasa hotel yang menginap di

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hotel untuk maksud tertentu. Agar dapat menarik pelanggan atau pengguna jasa hotel, membutuhkan upaya maksimal yang dapat menarik minat pelanggan untuk memilih menginap di hotel yang dipandanginya dapat memberikan kenyamanan, serta dapat menyediakan apa yang menjadi kebutuhannya.

Prinsipnya hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Hotel menurut Surat Keputusan Menteri perhubungan (dalam Rachman, 2005:10) adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan berikut dengan makanan dan minuman. Sebagai industri jasa setiap perusahaan hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Dengan kata lain, kekuatan usaha ini, ialah bagaimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik kepada para tamunya. Setiap hotel atau berbagai bentuk penginapan lainnya akan berusaha memberikan nilai tambah (*valueadded*) yang berbeda terhadap produk dan jasa yang diberikan kepada tamunya.

Saat ini perkembangan industri jasa khususnya hotel sangat mampu menarik para pengusaha dan menanamkan modalnya di bidang jasa. Hal ini dikarenakan Indonesia sering menjadi tempat kunjungan para turis mancanegara bahkan menjadi tempat bertemunya para *businessman*, untuk mengadakan transaksi bisnis, seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan baik dari instansi pemerintah maupun perusahaan swasta.

Salah satu upaya untuk menarik pelanggan tersebut adalah dengan bauran promosi melalui media online. Penulis memilih promosi melalui media online karena tingkat jumlah konsumen yang telah banyak beralih dari offline ke online. Informasi yang sangat mudah, banyak dan cepalqazt didapatkan dengan membuka internet kini telah terbukti membuat banyak konsumen memilih jalur online sebagai media pencariannya. Selain itu dengan melakukan promosi melalui media online, iklan tampil 24 jam non stop untuk bisa diakses oleh para pelanggan setiap harinya. Maka dari itu promosi melalui media online akan sangat efektif untuk bisa q1menarik pasar yang lebih luas.

Hotel Grand Central Pekanbaru menjadi objek penelitian penulis, hotel ini merupakan salah satu hotel berbintang yang ada di Kota Pekanbaru, Hotel Grand Central ini diklasifikasikan sebagai hotel bintang empat karena memiliki fasilitas yang lengkap termasuk kolam renang, pusat kebugaran, ruang karaoke hingga pusat bisnis dan fasilitas rapat/perjamuan. Hotel ini memiliki 161 kamar dengan berbagai tipe kamar yaitu Superior Room, Deluxe Room, Grand Deluxe Room, Studio Suite Room, Executive Suite Room, Grand Suite Room dan President Suite Room. Kamar-kamarnya yang bergaya kontemporer menawarkan pemandangan kota dan akses Wi-Fi gratis. Grand Central Hotel Pekanbaru berjarak 10 menit berkendara dari Pekanbaru Mall, dan tersedia layanan antar-jemput 2 kali sehari. Hotel ini berjarak 15 menit berkendara dari Bandara Internasional Sultan Syarif Qasim II. Anda dapat memanfaatkan layanan antar-jemput bandara pulang pergi gratis.¹

Namun mengingat hotel ini merupakan hotel yang baru berdiri di Kota Pekanbaru, tentu saja pihak Hotel Grand Central Pekanbaru memiliki tantangan besar dan persaingan yang kompetitif dengan hotel-hotel ternama lainnya di Pekanbaru. Maka dari itu, pihak hotel Grand Central Pekanbaru melakukan bauran promosi untuk menarik minat calon pelanggan dan menempatkan hotel ini menjadi layak dimata masyarakat. Bauran promosi yang dilakukan salah satunya adalah dengan menggunakan media online.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Hotel Grand Central Pekanbaru selain melalui media online adalah dengan melalui media cetak seperti koran dan brosur. Promosi yang dilakukan melalui media online adalah memasang iklan di sejumlah media sosial seperti Website di www.grandcentralpekanbaru.com, Facebook di Grand Central Hotel PKU, Twitter di @gch_pku, serta Instagram di @Grand Central Hotel Pekanbaru.²

Promosi bisnis menggunakan media online kini tumbuh semakin pesat. Hampir seluruh hotel kini ambil bagian dan turut memanfaatkan dunia

¹Grand Central Pekanbaru, artikel diakses pada 17 Maret 2015, dari www.grandcentralpekanbaru.com

²Nanang, HRD Manager, wawancara, Hotel Grand Central Pekanbaru, 26 November 2016, 14:05 WIB.

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maya sebagai pintu promosi demi meningkatkan volume penjualan kepada calon pelanggan.

Secara keseluruhan, untuk menyampaikan sebuah pesan dari iklan melalui media online yang dilakukan oleh Hotel Grand Central Pekanbaru kepada pelanggannya adalah dengan pemilihan kegiatan-kegiatanpromosi yang tepat. Maka hal itu memastikan pesan yang disalurkan oleh Hotel Grand Central Pekanbaru dapat tepat sasaran bagi para pelanggan yang mengikuti perkembangan hotel maupun bagi masyarakat yang tidak mengenal hotel akan menjadi tahu dan memahami hotel secara keseluruhan.

Manfaat yang diperoleh dengan adanya kegiatan promosi ini tentunya akan semakin banyak masyarakat yang merupakan calon pelanggan mengetahui pelayanan yang lengkap, sehingga menjadi tertarik lalu menginap dan diharapkan merasa puas. Serta dengan hal tersebut dapat meningkatkan jumlah calon pelanggan di hotel terkait.

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah ini, maka penulis tertarik untuk mengambil judul: **“Kegiatan Promosi Hotel Grand Central Pekanbaru Melalui Media Online dalam Menarik Pelanggan”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam pemakaian istilah mengenai judul dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan penegasan istilah yang terkandung dalam judul. Istilah-istilah yang perlu ditegaskan adalah:

1. Kegiatan

Kegiatan adalah aktivitas, usaha, pekerjaan atau kekuatan dan ketangkasan serta kegairahan.³

2. Promosi

Promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual yang membangun berbagai informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Promosi adalah

³<http://kamusbahasaindonesia.org/Kegiatan>. Artikel diakses pada 3 Februari 2015

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha-usaha para pemasar untuk memberikan informasi dan mengingatkan orang-orang dalam pasar sasaran mengenai produk-produk, dan membujuk mereka untuk ikut serta dalam pertukaran. Para pemasar menggunakan banyak alat yang berbeda untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Alat-alat itu adalah iklan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Kombinasi dari alat-alat kombinasi yang digunakan suatu organisasi disebut bauran promosi.⁴

3. Hotel Grand Central Pekanbaru

Hotel Grand Central Pekanbaru adalah hotel yang terletak di Jalan Jendral Sudirman No. 1, Pusat Kota Pekanbaru. Lokasi yang strategis dan mudah untuk diakses baik menggunakan kendaraan umum sekalipun karena memang Hotel Grand Central berada tepat dipinggir Jalan Sudirman Pekanbaru. Hotel ini berjarak 15 menit berkendara dari Bandara Internasional Sultan Syarif Qasim II. Hotel ini tergolong *city hotel* melihat letaknya di tengah kota dengan tipe tamu bisnis dan transit. Apabila di tinjau dari jumlah kamar yg dimiliki yaitu 161 kamar, maka hotel ini termasuk kedalam golongan hotel berbintang empat.⁵

4. Media Online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna mememanfaatkannya.⁶

5. Pelanggan

Pelanggan adalah siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan kita, dapat berupa individu (perorangan), kolektif (organisasi) maupun masyarakat dalam arti luas.⁷

⁴Morissan, *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Kencana Perdana Group, Jakarta, 2012, hlm. 17.

⁵*Grand Central Pekanbaru*, artikel diakses pada 17 Maret 2015, dari www.grandcentralpekanbaru.com

⁶Jefkins Frank, *Periklanan*, PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta, 1995, hlm. 37.

⁷Richard F. Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM Manajemen, Jakarta, 2014, hlm. 37.

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan diteliti secara ilmiah adalah bagaimana kegiatan promosi Hotel Grand Central Pekanbaru melalui media online dalam menarik pelanggan.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi Hotel Grand Central Pekanbaru melalui media online dalam menarik pelanggan.

2. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini berguna dan memberikan manfaat yang besar, baik secara teoritis maupun secara praktis.

a. Secara Teoritis

- 1) Memberi gambaran dan informasi kepada pihak-pihak terkait, khususnya HRD Hotel Grand Central Pekanbaru dalam penyesuaian dan pengetahuan secara teori promosi melalui media online.
- 2) Sebagai bahan tambahan informasi dan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi.
- 3) Untuk memperluas wawasan (pengetahuan) dan cakrawala berfikir penulis dan pembaca dalam kajian ilmiah.
- 4) Memberikan gambaran kepada dosen, mahasiswa dan peminat ilmu komunikasi dalam bidang ilmu *public relations* dan sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis atau yang berkaitan dengan *public relations* khususnya dalam melaksanakan kegiatan promosi melalui media online.

b. Secara Praktis

- 1) Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau serta mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dalam penulisan ini dibagi kedalam beberapa bab, dan setiap bab terdiri dari sub-sub bab yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang: latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan

BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini membahas kajian teori, kerangka pikir dan kajian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini membahas gambaran umum Hotel Grand Central Pekanbaru, terdiri dari profil Hotel Grand Central Pekanbaru, sejarah singkat berdirinya, visi dan misi Hotel Grand Central Pekanbaru, serta struktur organisasi Hotel Grand Central Pekanbaru.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan dilapangan dan pembahasan.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta mengemukakan kesimpulan dan saran.