

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini telah berkembang pesat, dalam menjalankan suatu bisnis tentu komunikasi merupakan hal yang paling terpenting. Komunikasi adalah sebuah proses interaksi untuk berhubungan dari satu pihak ke pihak lainnya yang pada awalnya berlangsung sangat sederhana, dimulai dengan sejumlah ide-ide yang abstrak atau pikiran dalam otak seseorang untuk mencari data atau menyampaikan informasi yang dikemas menjadi bentuk pesan kemudian disampaikan secara lisan maupun tulisan, tanpa adanya komunikasi dalam dunia bisnis maka bisnis tersebut tidak dijamin akan berjalan dengan lancar.

Komunikasi pemasaran adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran, untuk mencapai jangkauan yang luas (Kusniadji.2016: 86). Dengan kata lain, tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau khalayak sasaran. Setiap pengusaha mempunyai cara yang berbeda-beda dalam memasarkan produknya tergantung pada tujuan spesifiknya. Salah satu cara yang umum digunakan adalah dengan menggunakan promosi. Seperti halnya munculnya berbagai jenis iklan di jejaring sosial media untuk memperkenalkan produk atau jasa dibuat semenarik mungkin untuk menarik konsumen. Berbagai strategi diterapkan untuk memudahkan konsumen mengetahui detail produk atau jasa yang dijual.

Dalam dunia bisnis terdapat berbagai macam bisnis, termasuk barang dan jasa. Produk barang dan jasa merupakan produk yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, untuk memudahkan kita untuk melakukan sesuatu baik dari segi barang ataupun jasa. Salah satu contoh pemasaran produk ataupun jasa yang dilakukan dalam bentuk menjual barang seperti perlengkapan rumah maupun pekerjaan, sedangkan pemasaran jasa itu seperti jasa pengangkutan, penerbangan, tempat pariwisata, penginapan, pertunjukan, pertandingan dan juga termasuk kesehatan.

Dalam berbagai bidang usaha di dalam dunia bisnis, salah satunya adalah bidang usaha pemasaran jasa dalam bentuk penginapan. Pemasaran jasa dalam bentuk penginapan disini adalah untuk menawarkan kepada masyarakat untuk merasakan langsung akan manfaat jasa yang ditawarkan oleh pihak Hotel kepada pengunjung. Strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Jadi, promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Seberapa berkualitasnya suatu produk ataupun jasa. Bila konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk atau jasa itu akan berkualitas bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah menggunakaninya. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah pesan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pasar. Tujuan komunikasi pemasaran ini sendiri adalah untuk menyampaikan pesan tertentu kepada khalayak dengan sasaran yang sudah diidentifikasi secara jelas.

Jadi, strategi komunikasi pemasaran merupakan keseluruhan tindakan atau rencana yang telah disiapkan oleh sebuah perusahaan/organisasi untuk mencapai tujuannya.

Di sini penulis meneliti Hotel yang ada di Lhokseumawe yang bernama "Hotel Diana". Hotel Diana yang berlokasi Jl. Merdeka Timur, Mon Geudong, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe di jalan arah pulang Kota, letaknya yang bagus untuk orang yang melewati arah jalan pulang tersebut jika mereka merasa lelah dengan perjalanan mereka bisa memilih untuk bermalam di Hotel tersebut. Penulis meneliti Hotel tersebut karena ada suatu hal yang menarik perhatian diantaranya Hotel Diana sering digunakan untuk event kecil maupun event besar, dan bahkan sering digunakan oleh beberapa organisasi yang sudah booming seperti Tiens, dan lain sebagainya. Untuk itu perlu penulis teliti secara mendalam lagi mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam pemasarannya.

Tabel 1.1
Data Hotel Yang Ada Di Kota Lhokseumawe

No	Hotel yang ada di Kota Lhokseumawe
1.	Wisma Rajawali
2.	Hotel Diana
3.	Winton Hotel
4.	Harun Square Hotel
5.	OYO 90487 Wisma Kuta Karang Baru
6.	OYO 2972 Wisma Sartika
7.	Habib Homestay Syariah Near Fakultas Kedokteran Universitas Malikussaleh Red partner

8	Lido Graha Hotel
9.	The Royal Residence
10.	OYO 3278 Penginapan Alfajri

Sumber : Tripadvisor.ac.id

Berdasarkan sumbernya TripAdvisor.ac.id 10 Hotel ini dikategorikan Hotel dengan fasilitas yang ada dengan harga termurah di Kota Lhokseumawe. Maka dari itu tingkat kualitas pelanggan juga berbeda. Di sini penulis meneliti Hotel yang bernama "Hotel Diana". Dengan letaknya juga sangat bagus salah satu juga menjadi daya tarik penulis dalam penelitian untuk diketahui secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam pemasarannya.

Komunikasi pemasaran pada Hotel Diana Lhokseumawe dalam meningkatkan jumlah pelanggan adalah kegiatan pemasaran dengan memperkenalkan Hotel Diana Lhokseumawe dari berbagai segi pihak pelayanan, kenyamanan, fasilitas dan lain sebagainya yang tujuannya untuk memperkenalkan dan menawarkan kepada masyarakat untuk menikmati dan menggunakan fasilitas Hotel Diana.

Dari tabel di atas bisa kita lihat bahwa Hotel Diana menjadi salah satu Hotel dengan pilihan terbaik yang ada di Kota Lhokseumawe. Berada di urutan kedua membuat Hotel Diana itu menjadi salah satu pilihan Hotel yang sangat baik, meskipun demikian ada beberapa ulasan tamu Hotel yang menjadi fokus penelitian penulis, salah satu diantaranya adalah keluhan pelanggan mengenai tentang

beberapa fasilitas yang dikeluhkan oleh konsumen diantaranya yaitu fasilitas kamar Hotel , tempat parkir, dan wifi yang terbatas.

Gambar 1.1 Ulasan Pengunjung

 suleman nagaya 5/5 setahun lalu di  Google bapak sappamnya suka galak, ditanya boleh parkir didini tapi cara jawab nya kurang enak Kamar 4,0 Layanan 1,0 Lokasi 5,0 ...	 Sulestiana Muhammad Rizki 5/5 setahun lalu di  Google Nyaman banget.. design nya bagus banyak hiasan nya.. view depan sangat bagus ...
 Putri Eka Sari 5/5 2 tahun lalu di  Google Hotel diana alhamdulilllh pelayanannya oke, jujur, kamarnya juga bersih dan satu lagi bisa jga untuk satu keluarga.. ...	 Joni Purnomo 2/5 3 tahun lalu di  Google Kesan pertama yg tdk menyenangkan,pagi mau BAB airnya gk ngalir...mau sarapan menu nya habis...dicomplain tapi jawabannya tdk memuaskan,akhirnya sarapan diluar..Amsiong.. ...
 Zulkarnain Yahya 1/5 9 bulan lalu di  Google Air kamar mandi bau menyengat tawas..... ...	 Usman Rambe 2/5 5 tahun lalu di  Google AC nya kurang dingin Intai 2 kamar 2 pling ujung mohon di cek dan diperbaiki jika kurang service, scra kslurahan oke sih. ...

Sumber: Google (Ulasan pengunjung)

Dalam setiap jenis usaha tentunya bagian marketing yang harus mempunyai pemikiran ekstra yaitu dalam mengatur strategi khusus agar dapat menarik perhatian penduduk sekitar maupun orang-orang lain akan usahanya. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi

pemasaran yang dilakukan oleh pihak Hotel dalam memperbaiki pelayanan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran pada Hotel Diana Lhokseumawe dalam meningkatkan jumlah pelanggan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas peneliti tertarik membuat rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Hotel Diana Lhokseumawe dalam meningkatkan jumlah pelanggan?
2. Apa hambatan Hotel Diana Lhokseumawe dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Hotel Diana dalam meningkatkan jumlah pelanggan
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Hotel Diana dalam meningkatkan jumlah pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian skripsi yang telah penulis uraikan di atas, penulis juga memiliki pandangan mengenai manfaat yang akan dicapai dari penulisan ini nantinya.

a. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis adalah :

1. Dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya tentang studi komunikasi pemasaran.
2. Dapat memberikan wawasan atau informasi dan keilmuan, terutama bagi mahasiswa, akademis, dalam mengembangkan komunikasi pemasaran.
3. Meningkatkan pemahaman peneliti dalam bidang komunikasi pemasaran Hotel Diana Lhokseumawe.

b. Manfaat Praktis :

Manfaat yang dapat penulis ambil dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk pihak Hotel tentunya diharapkan mampu meningkatkan komunikasi pemasaran yang baik agar semakin memajukan usahanya dengan banyaknya pelanggan di Hotel tersebut.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, saran dan ide pikiran bagi Hotel Diana Lhokseumawe yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran.

3. Bagi mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu komunikasi pemasaran yang telah didapatkan selama ini untuk dimasa yang akan datang dalam dunia pendidikan.