



**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS ROYAL
CARAVANHOTEL TRAWAS DALAM MENINGKATKAN
MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU**

Moh Anas Muslimin

Sekolah Tinggi Islam Sabilul Muttaqin Pungging Mojokerto, Indonesia

E-mail : kanjemnganas@gmail.com

Abstrak

Perkembangan bisnis perhotelan sekarang ini sangat pesat di Indonesia. Bidang promosi menjadi bagian yang penting dalam perusahaan perhotelan sebagai sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasarannya yaitu tamu, dimana tugas ini diemban oleh seorang *Public Realtions*. Berjalannya zaman, prinsip syariah sudah memasuki bisnis perhotelan. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisa, strategi komunikasi *Public Relations* seperti apa yang digunakan Royal caravan hotel trawas yang menggunakan prinsip syariah dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu. Dalam skripsi ini peneliti menggunakan jenis penelitian berdasarkan pendekatan deskriptif analisis. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah *Public Relations* Royal caravan hotel trawas dan objeknya yaitu strategi *Public Relations* Royal caravan hotel trawas dalam membangun citra. Penelitian dilakukan di bulan Juni 2022 sampai dengan selesai dilaksanakan. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Lalu teknik pengolahan data dengan cara mengambil kesimpulan guna mencari jawaban dari pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah. Adapun metode yang digunakan dalam menganalisa data yaitu menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis peneliti dengan *Public Relations* Royal caravan hotel trawas, strategi komunikasi yang pertama yaitu strategi promosi, royal caravan hotel trawas menggunakan media cetak dan *sales call* sebagai bentuk promosi. Strategi kedua, yaitu Pelayanan Syariah misal menerima pasangan yang bukan muhrim, hanya menyediakan makanan dan minuman halal, tiap kamar terdapat Al-Quran, buku doa, sajadah, dan arah kiblat. Bentuk komunikasi *Public Relation* royal caravan hotel trawas yaitu komunikasi massa dan antar pribadi. Komunikasi massa

Public Relation Royal caravan hotel trawas adalah *sales call*. Komunikasi antar pribadi berkaitan dengan fasilitas yang nyaman dan syariah tentunya.

Kata Kunci: *Public Relation*, strategi komunikasi, syariah, analisis deskriptif

Pendahuluan

Indonesia kini mengalami proses perubahan yang sangat mendasar, baik dalam bidang ekonomi pada umumnya, maupun sektor pariwisata dan perhotelan pada khususnya. Dengan berkembangnya industri perhotelan, maka timbul persaingan antar perusahaan perhotelan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para tamunya. Adapun cara yang ditempuh setiap hotel berbeda satu dengan yang lainnya. Produk yang ditawarkan berupa fasilitas dan mutu pelayanan serta harga yang dapat bersaing dan yang terutama adalah komunikasi pemasaran yang baik.

Salah satunya kegiatan pemasaran yang penting dalam industri perhotelan adalah bidang promosi (*marketing division*) yang merupakan suatu sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasarnya (tamu). Bidang promosi dalam bisnis perhotelan sebgaiian besar diemban oleh seorang *Public Relations*. Untuk itu seorang *Public Relations* dalam suatu perusahaan sangat diperhitungkan kedudukannya karena memiliki peranan dalam perputaran sistem dan manajemen perusahaan. Seorang *Public Relations* dapat menjangkau aspek-aspek sosial dan kepentingan publik, karena *Public Relations* bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dan konsumen.

Institute of Publlic Relations (IPR) menandang *Public Relations* sebagai persamaan dari reputasi, yakni hasil dari apa yang Anda kerjakan, apa yang Anda ucapkan dan apa yang orang laiin katakan pada diri Anda. Selanjutnya IPR mendefinisikan praktik *Public Relations* sewbagai disiplin dan serangkaian usaha untuk menjaga reputasi dengan tujuan memperoleh penngertian atau pemahaman dan dukungan, serta mempengaruhi opini dan perilaku. Meskipun suatu organisasi harus memiliki pendekatan yang konsisten menyangkut komunikasi dan manajemen reputasi, proses keseluruhannya dapat dibagi kesejumlah wilayah atau bidang. Terminologi dan pembagian ini tentunya tidak harus konsisten dan disetujui secara universal, tapi kebanyakan praktisi memandang disiplin ini terdiri dari beberapa dari bidang utama sebagai berikut :

- a. Komuunikasi korporasi dan keuangan
- b. Hubungan dengan pemerintah

- c. Komunikasi pemasaran
- d. Komunnikasi internal
- e. Hubungan dengan masyarakat

Metode Penelitian

Metode merupakan suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian, sedangkan penelitian adalah semua kegiatan pencarian penyelidikan, dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian. Metode kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti melakukan instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/Kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Metode yang dipakai dalam mengumpulkan data adalah metode deskriptif yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang strategi komunikasi *public relations* royal caravan hotel trawas dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alami. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan secara alamiah, apa adanya dalam situasi normal serta tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Analisis Strategi *Public Relations* Royal Caravan Hotel Trawas

Public Relations Royal caravan hotel trawas berada dibawah *sales and marketing department*, dimana depertemen ini telah memiliki dasar atas teknik penjualan dan menarik pelanggan agar dapat menjadi tamu hotel dan menikmati fasilitas yang telah tersedia di Royal caravan hotel trawas. Atas dasar itulah Royal caravan hotel trawas kini memperluas jaringanpromosinya dengan berbagai strategi.

Sebagai hotel yang menggunakan prinsip syariah, yang berarti seluruh ajaran Islam yang berupa norma Ilahiyah

digunakan dalam seluruh kegiatan hotel maka dapat diperkirakan akan sedikit sulit dalam mencari tamu yang dapat menerima segala ketentuan hotel yang telah ditetapkan, namun hal ini tidak menjadi kendala bagi seorang *Public Relations* Royal caravan hotel trawas karena mereka terlihat “percaya diri” dengan berdasar ridho Allah SWT segala hal yang meragukan menjadi meyakinkan tamunya, seperti menghilangkan kesan keraguan atas konsep syariah itu sendiri yang berubah dari hotel konvensional menjadi syariah. Terbukti dengan makin meningkatnya jumlah tamu yang datang menggunakan fasilitas Royal caravan hotel trawas.

B. Strategi *Public Relations* Royal caravan hotel trawas

Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting dalam industri perhotelan, karena apabila dirancang dengan baik dapat meningkatkan hasil penjualan dan menumbuhkan citra positif dari perusahaan seperti Royal caravan hotel trawas, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik pula. Dengan meningkatnya persaingan dibidang usaha perhotelan saat ini, maka setiap hotel harus memiliki cara tersendiri dalam menawarkan produk jasa hotelnya pada masyarakat luas maupun dalam mempertahankan pelanggan yang telah ada. Demikian pula pada Royal caravan hotel trawas yang terus berupaya mempertahankan pelanggan dengan cara melaksanakan penjualan dan memasarkan produk yang dimiliki, dimana *public relation* merupakan salah satu medianya.

Strategi yang digunakan *public relations* Royal caravan hotel trawas yaitu :

1. Strategi Promosi

Hasil wawancara penulis dengan *Public Relations* Royal caravan hotel trawas :

“Kami melakukan berbagai promo dalam media sosial seperti memasang Instagram, Facebook, Twitter dll.

Lalu, kami juga melakukan “sales call” yang berkerjasama dengan Departemen Sales and Marketing yaitu merupakan teknik marketing *Public Relations* adalah kegiatan mempromosikan, memperkenalkan produk, melobi, melakukan penawaran atas program-program yang sedang berlaku di Royal caravan hotel trawas kepada instansi atau lembaga tertentu. Seperti, kunjungan kami ke Departemen Agama, Media Cetak (Koran, Majalah), maupun ke lembaga BUMN.”

“Saya tidak bekerja sendiri dalam “sounding” hotel kami, saya juga memiliki assistant dan bekerjasama dengan departement marketing. Jadi ya, saya membagi tugas saya juga. Sistemnya ya itu saja promo dengan “sales call”, guna menjalin relasi dengan para rekan-rekan kami (tamu)”.

“Lebih ke verbal ya, saya ngobrol, berbicara dengan rekanan kami awalnya kami perkenalkan diri, dan mencoba mengenali kebutuhan pelanggan lebih bertanya kegiatan-kegiatan event-event pelanggan misalnya “biasanya Bapak,Ibu kalau buat acara tahunan dari perusahaan dimana? Apa lain kali bisa mencoba membuatnya di tempat kami?. Seperti itu kira-kira”²¹

Dari hasil wawancara ini didapat bahwa Royal caravan hotel trawas menggunakan media cetak sebagai strategi periklanannya. Beberapa iklan cetak yang sudah dilakukan Royal caravan hotel trawas yaitu memasang iklan di surat kabar Republika dan Bisnis Indonesia. Iklan menjadi salah satu cara yang paling potensial dalam penyampaian pesan kepada konsumen, karena secara tidak langsung iklan memberi gambaran produk, fasilitas, ataupun hal yang ditawarkan oleh Hotel untuk memenuhi kepuasan para konsumennya yaitu tamu.

Selain itu Public Relations Royal caravan hotel trawas telah mengenali target sasaran komunikasi sesuai dengan tujuan dari strategi komunikasi yaitu dengan telah terjalinnya hubungan baik antar sesama *client* dari segmen pasar yang tebagi oleh media,insatansi pemerintahan, maupun perseorangan.

C. Bentuk Komunikasi *Public Relations* Royal caravan hotel trawasSyariah

1. Komunikasi Massa

Sebagai seorang *Public Relations* hotel syariah salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan adalah dengan komunikasi antar pribadi. Misalnya; penawaran atas *event* yang diadakan oleh royal caravan hotel trawas dengan berkunjung ke instansi-instansi terkait dan memberikan gambaran secara lisan dengan kalimat yang sopan dan santun seraya memberikan *leaflet,brochure* yang berisi gambar,ilustrasi serta kalimat-kalimat yang berkaitan dengan promosi oleh Royal caravan hotel trawas.

Komunikasi verbal yang umum digunakan oleh Public

Relations Royal caravan hotel trawas adalah dengan *sales call*, di dalam *sales call* ini erat kaitannya dengan proses me-lobby pelanggan ataupun calon tamu yang dikkunjungi.

Adapun bentuk me-lobby yang dilakukan ialah seperti :

- a. Ungkapan terima kasih atas kepercayaan client terhadap Royal caravan hotel trawas untuk menggunakan fasilitas hotel
- b. Terjadinya tawar-menawar harga dalam penawaran promo Royal caravan hotel trawas. Seperti ; penawaran kamar ataupun fasilitas lain (*meeting room*, aneka menu restoran)
- c. Adanya teknik persuasif secara tidak langsung (halus) dalam mempromosikan penawaran.

Ketiga bentuk proses me-lobby tersebut merupakan suatu sarana yang digunakan Royal caravan hotel trawas untuk mempresentasikan segala bentuk promosi yang dilakukan Royal caravan hotel trawas. Seperti ungkapan terima kasih atas kepercayaan client merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh Royal caravan hotel trawas untuk menjalin hubungan baik dengan client. Sedangkan untuk tawar-menawar harga dalam penawaran promo Hotel juga sebagai suatu usaha Royal caravan hotel trawas untuk meningkatkan jumlah reservasi tamu baik yang akan menggunakan kamar, *meeting room*, ataupun yang hanya ingin menggunakan fasilitas restoran. Adapun teknik persuasif dapat berupa penjelasan secara lisan dari seorang Public Relations kepada client yang disertakan memberikan

leaflet, brochure yang isinya menggambarkan ilustrasi atau kalimat-kalimat yang mempromosikan Royal caravan hotel trawas.

2. Komunikasi Antar Pribadi

Selain komunikasi massa yang digunakan *Public Relation* Royal caravan hotel trawas, juga digunakanlah bentuk antar pribadi yang melengkapi fasilitas atas suasana nyaman dan syariah tentunya. Dari pelayanan yang meliputi sikap ramah dan sopan saat membuka pintu antara *doorman* dan tamunya, isyarat salam yang santun, *reception* yang menyambut dengan sikap dan pakaian yang sopan serta syar'i. Royal caravan hotel trawas juga menyediakan sarana mushalla, restoran dengan makanan halal, isi kamar yang menyediakan buku doa dan dzikir, sajadah, penunjuk arah kiblat menambah nilai tambah tersendiri secara non-verbal dalam memanjakan para tamu yang berkunjung. Sebagai seorang *Public Relation* hotel syariah tidak mudah untuk meyakinkan para *client* untuk menanamkan kepercayaan dan menambah kesan tersendiri dengan nilai syariah yaitu dengan berpakaian formal memakai jilbab dan berpakaian sopan yang syar'i. Bertindak dengan sopan, santun dan melontarkan senyum yang wajar saat bertemu dengan *client*. Di sisi lain segala fasilitas yang disediakan adalah sebagai penunjang demi memenuhi pelayanan terhadap para tamu, artinya Royal caravan hotel trawas ingin memanjakan tamunya secara tidak langsung dengan pelayanan yang memuaskan.

Kesimpulan

1. Strategi komunikasi yang digunakan *Public Relations* royal caravan hotel trawas yaitu strategi promosi dan strategi pelayanan syariah. Strategi promosi yang diterapkan dalam royal caravan hotel trawas yaitu melalui media cetak (pemasangan iklan di surat kabar) dan melalui *sales call*. Strategi Pelayanan Syariah diantaranya tidak menerima pasangan yang bukan satu muhrim, tidak menyediakan makanan dan minuman beralkohol dan non-halal, tiap kamar terdapat Al-Quran, buku doa, sajadah, dan arah kiblat.
2. Bentuk komunikasi *Public Relation* royal caravan hotel trawas yaitu dengan komunikasi massa (*sales call*) dan antar pribadi (bentuk pelayanan yang diciptakan yang nyaman dan dengan prinsip syariah).

B. Saran

Adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Adanya penambahan fasilitas lainnya yang Islami dalam menunjang kemajuan Royal caravan hotel trawas, misalnya seperti adanya *drug store* atau minimarket halal mini, penambahan area hijau sehingga menambah kesan asri.
2. *Public Relations* Royal caravan hotel trawas memiliki peran tunggal

dalam bidang membangun pencitraan Royal caravan hotel trawas khususnya, dan menjalani peran sebagai media publicity Hotel Syariah pada umumnya.

3. Hotel syariah tidak hanya Royal Caravan Hotel group, tetapi makin bertambahnya hotel-hotel yang berkonsep syariah lainnya di Jakarta khususnya dan di Indonesia pada umumnya. Dan sebagai umat muslim baiknya kita dapat cermat dalam memilih hotel yang baik menurut agama, yang tidak menjerumuskan kita terhadap fasilitas yang mendukung kepada keburukan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Martopolo, Strategi Kebudayaan (Jakarta : Eister For Strategic End International Study , 2010)
- Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi; Sebagai Pengantar Ringkas*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2012)
- Beard, Mike. *Manajemen Departemen Public Relations*. The Institute of Public Relations, 2001.Crosby, Philip B. *Runing things*. New York : McGraw-Hill, 1986.
- Efendi, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra AdityaBakti, 2003.
- Irma Istarizkizra, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Strategi Komunikasi Bank CIMB NIAGA Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah* (Studi Pada TK Ketilang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), tahun 2009
- Komarudin. *Ensiklopedi Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara, 2010.