

Citra khalayak terhadap industri perhotelan (Studi kasus tentang citra khalayak terhadap Sahid Jaya Hotel & Tower)

Desiria Ekarini Ramadini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284057&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini bidang pariwisata mendapat perhatian khusus di seluruh dunia. Indonesia juga ikut berpartisipasi menggalakkan pariwisata dengan Visit Indonesia 1991. Semakin meningkatnya usaha memajukan pariwisata, mengakibatkan tuntutan masyarakat terhadap sarana dan fasilitas yang ada menjadi tinggi. Tempat menginap atau hotel adalah salah satunya. Persaingan yang semakin keras dalam dunia perhotelan menyebabkan setiap hotel berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan dan produk wisata yang terbaik agar citra yang baik dapat lahir dan secara finansial hotel mendapat pemasukan bertambah. Yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan tentang produk dan jasa dalam hotel adalah Humas. Citra yang positif pada suatu industri perhotelan akan memberikan nilai dan sekaligus memberikan ciri khusus yang membedakan hotel tersebut dengan hotel lainnya. tambah Berangkat dari pentingnya citra yang positif terhadap suatu usaha, penulis ingin memberikan suatu gambaran mengenai citra khalayak terhadap Sahid Jaya Hotel Tower. Citra yang tergambar adalah hasil komunikasi Humas dan pengalaman khalayak pada waktu mereka berkunjung ke hotel. Sampel Sengaja (Purposive Sample) adalah sampel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu semua orang yang berusia 17 tahun keatas dan pernah menggunakan fasilitas Sahid Jaya Hotel dan Tower. Alasan pemilihan umur 17 tahun keatas karena menurut Undang Undang Kesejahteraan Anak No.VI/1974 seseorang dinyatakan dewasa. Penarikan sampelnya dilakukan secara kebetulan (accidental), maksudnya orang-orang yang diketahui oleh penulis memenuhi syarat sebagai sampel penelitian, langsung saja dijadikan responden, jumlahnya sebanyak 80 orang. Citra khalayak diukur melalui empat aspek yaitu informasi, pelayanan, suasana dan fasilitas sebagai aspek-aspek yang berperan besar dalam dinamika usaha perhotelan. Metode yang digunakan untuk mengukur citra adalah Semantic Differensial yang disajikan dalam bentuk grafik. Sedangkan untuk menggambarkan komposisi responden tentang kelamin, jenis pekerjaan, latar belakang responden dan jalur informasi digunakan usia, jenis kunjungan tabel frekuensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra diberikan oleh khalayak terhadap Sahid Jaya Hotel dan Tower yang secara keseluruhan adalah positif. Walaupun secara umum bersifat positif, namun tampak bahwa aspek citra tentang fasilitas dengan butir Sahid Tour memiliki citra yang paling rendah dibanding dengan yang lain. Ini disebabkan karena Sahid Jaya Hotel dan Tower mengkhususkan pemasaran pada Holding Company sebagai target market dan tidak teralukan pada pemasaran person to person. Kalaupun secara pribadi turis asing maupun lokal menginap, biasanya sudah diorganisir oleh agen perjalanan tertentu sehingga Sahid Tour kurang begitu mendapat tanggapan. Dari hasil penelitian ini juga terlihat bahwa khalayak memiliki citra positif dengan nilai terbesar untuk aspek pelayanan dengan kategori ramah tamah dan atensi terhadap tamu. Ciri keramahan budaya Indonesia melekat pada Sahid Jaya Hotel dan Tower, terbukti dari hasil akhir yang ada pada penelitian ini.