

BAB IV

HASIL PENELITIAN

1.1 Gambaran Fokus Penelitian

Pada bagian ini peneliti memberikan gambaran mengenai obyek penelitian. Obyek penelitian terdiri atas Cyber Public Relations Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Costumers Di Masa Setelah Pandemi Covid 19. Data-data yang terdapat dibawah ini peneliti dapatkan dari wawancara terhadap informan terkait.

1.1.1 Sejarah Hotel Savero Depok

Savero Hotel Depok merupakan hotel berbintang 3 yang berdiri megah di pusat kota Depok tepatnya di JL. Margonda Raya No. 230A Jawa Barat 16423. Savero Hotel Depok adalah hotel kedua dibawah naungan Savero Hotels Group dan di buka sejak 18 Februari 2018 oleh MGS. H. Idrus Ali. Hotel ini menyusun konsep yang sama dengan Grand Savero Bogor yaitu elegan dan mewah.

Savero Hotel Depok membentuk badan usahanya menjadi PT (Perseroan Terbatas) dengan nama PT Savero Indohotel Jaya Nusantara. Savero Hotel Depok menawarkan fasilitas dengan pelayanan terbaik. Di dalam bangunan 10 lantai ini terdapat 110 kamar, 6 meeting room, ballroom utama (Orchid Ballroom) dengan kapasitas mencapai 500 pengunjung (standing), Restaurant dengan kapasitas 130 pengunjung untuk kawasan tanpa asap rokok dan kapasitas 20 pengunjung untuk kawasan merokok, total 150 pengunjung, spa, fitness center, lounge mewah serta pelayanan pesta yang bermutu.

Savero Hotel Depok mempunyai 110 kamar yang dibagi menjadi 4 tipe Superior (66 kamar), tipe Deluxe (36 Kamar), tipe Suite (6 Kamar) dan tipe Family Suite (2 Kamar) untuk Penthouse masing-masingnya di desain dengan koleksi yang nyaman dan modern. Savero hotel Depok

dikenal sebagai hotel baru di kota Depok dengan fasilitas dan pelayanannya yang maksimal untuk para tamunya, beberapa karyawan dari.

Savero Hotel Depok telah mendapatkan Sertifikat Kompetensi dari pemerintah kota Bogor yang berarti karyawan Savero Hotel Depok ini sudah sangat berkompeten di bidangnya masing-masing. Karena belum adanya divisi *Public Relations* di hotel ini maka peran *Public Relations* dijalankan oleh divisi Secretary General Manager (Publik Eksternal) dan Human Resources Department (HRD) (Publik Internal).

Walaupun tidak adanya divisi *Public Relations*, tetapi fungsi dan tugas *Public Relations* di hotel ini tetap berjalan dengan baik, Savero Hotel Depok telah melakukan banyak kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Selain itu agar lebih dekat dengan masyarakat luas khususnya masyarakat di Kota Depok dan sekitarnya pihak Savero Hotel Depok sering mengadakan afternoon tea bersama para wartawan dan admin-admin kota Depok untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pihak-pihak tersebut.

1.1.2 Visi Savero Hotel Depok

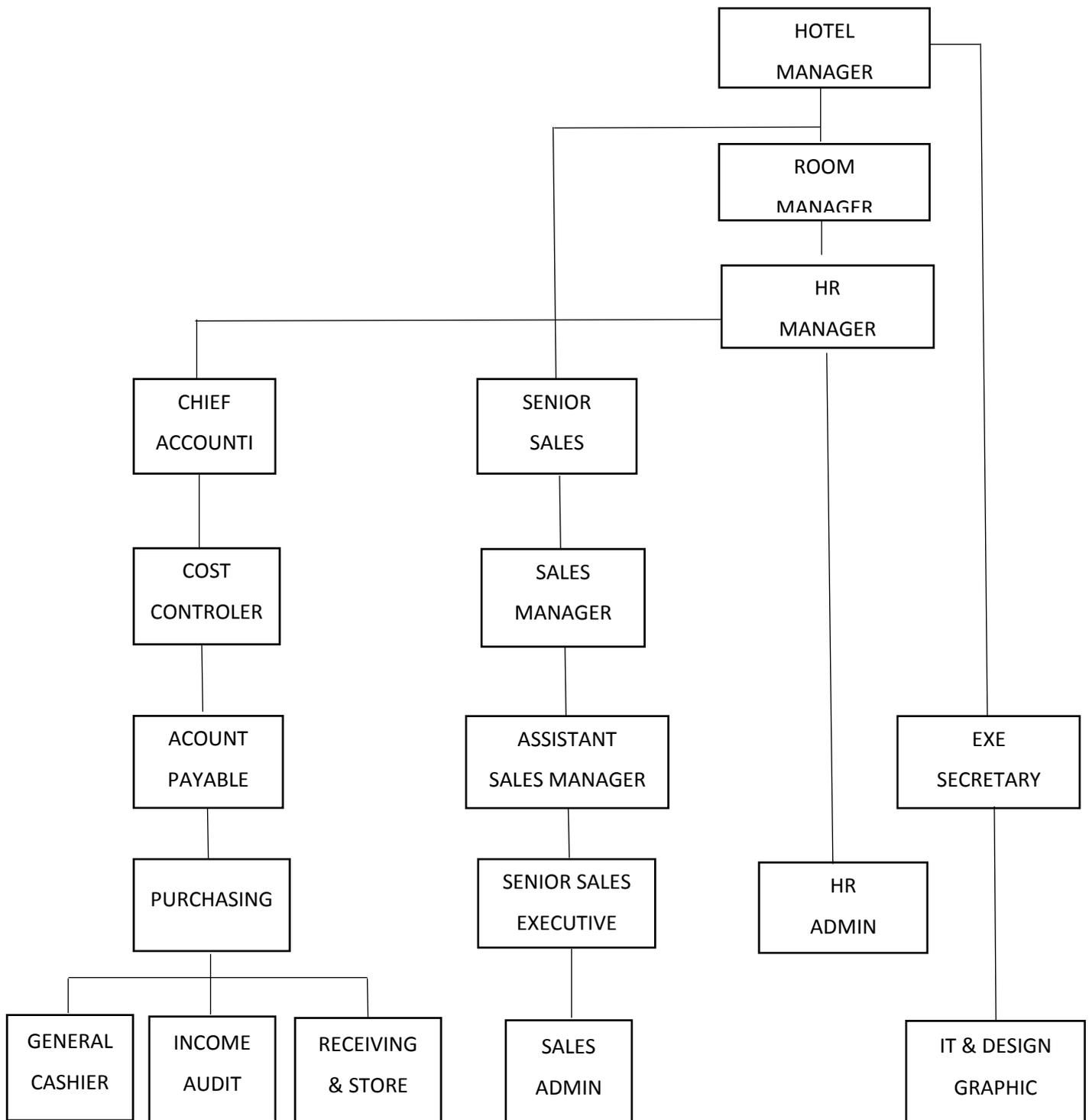
Tumbuh dan berkembang sebagai perusahaan yang menjadi pilihan di industri perhotelan dalam aspek kepuasan pelanggan, peningkatan penjualan, kesejahteraan karyawan serta keuntungan melalui kreasi dan inovasi para karyawan yang kompeten.

1.1.3 Misi Savero Hotel Depok

1. Memberikan pelayanan terbaik dan produk berkualitas kepada semua pelanggan.
2. Menciptakan keuntungan jangka panjang yang berkelanjutan yang bermanfaat bagi perusahaan dan semua mitra bisnisnya.
3. Meningkatkan nilai tambah bagi stakeholder dengan menerapkan manajemen perusahaan yang baik dan etika bisnis yang baik

4. Saling menghormati dan selalu meningkatkan kerjasama yang baik diantara karyawan untuk kepentingan dan keuntungan mereka sendiri.

1.1.4 Struktur Organisasi Hotel Savero Depok



1.1.5 Logo dan Arti



Kata Savero berasal dari bahasa latin yang artinya "Putih", yang diibaratkan dengan kesucian dan ketulusan, sehingga bertujuan untuk bermanfaat bagi masyarakat luas. Selain itu masing-masing huruf dari kata "Savero" memiliki arti khusus didalamnya, yaitu:

- Sincerity : Mengerjakan setiap tugas dengan penuh keikhlasan.
- Asserive : Percaya diri dalam menghadapi situasi
- Valuable : Memastikan setiap produk dan pelayanan, memenuhi kebutuhan setiap tamu, kapanpun.
- Excellent : Selalu memberikan pelayanan dan produk terbaik
- Reliable : Memberikan solusi kapanpun diperlukan.
- Outstanding : Memastikan setiap pelayanan dan produk mempunyai kualitas diatas harapan pelanggan.

Sedangkan untuk pemilihan warna hitam dan gold tidak ada makna khusus didalamnya, dipilihnya warna demikian karena memang sudah GSM (Grafik Standar Manual) yang sud in olch badan pusat Savero Hotels Group.

1.2 Hasil Penelitian

Terdampak nya salah satu usaha properti perhotelan dikarenakan adanya pandemi covid 19 yang membuat banyak sekali hotel-hotel di indonesia tutup dikarenakan sepi pengunjung dan aturan dari pemerintah yang tidak boleh buka sebelum pandemi mereda, Hotel Savero Depok salah satunya yang terdampak. Kini pandemi covid 19 sudah mereda Hotel savero Depok kembali beroperasi seperti biasanya dengan “Cyber Public Relations Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Costumers Setelah Masa Pandemi Covid 19” untuk tetap menjaga protokol kesehatan dan selalu memberikan penawaran-penawaran yang terbaik, pelayanan yang terbaik agar costumers bisa berkunjung kembali seperti biasanya.

1.2.1 *Cyber Public Relations*

1. *Transparency*

Hotel Savero Depok sudah berdiri kurang lebih 4 tahun lamanya transparansi dalam memberikan informasi mengenai riview hotel, terutama terkait protokol kesehatan sangat diterapkan di akun media sosial hotel. Rahma *Public Relations* Hotel Savero Depok sebagai informan I menjelaskan seperti apa pihak hotel melakukan *transparency* pesan.

“untuk eksternal kita melakukan transparency informasi terkait protokol kesehatan yang diterapkan pihak hotel, fasilitas hotel, promo-promo yang kita tawarkan, dan riview setelah mereka cek out bagaimana kesan nya tentang hotel dan pelayanan baik buruknya lalu kita upload di media sosial hotel dan kita beri tanggapan langsung”

Hal ini juga dikemukakan oleh informan II Ayu sebagai Makom Hotel Savero Depok yang memberikan pelayanan dan informasi yang dibutuhkan Public eksternal.

“sebelumnya kita pernah tutup saat masa pademi sebelum kita buka kembali kita benar-benar merapihkan hotel ini

contohnya seperti mendisinfektan semua area, lalu kita juga buat video sendiri tentang protokol kesehatan ga hanya di bagian depan tapi semua bagian termasuk reastaurant juga dan di uplod di media sosial kita agar public eksternal mengetahui bahwa kita menjalankan protokol kesehatan dan juga kita harus membuat bagaimana Hotel Savero tetap eksis di masa pandemi dan sesudahnya agar tetap eksis dan diingat oleh Public eksternal”



2. Internet Porosity

Ketika media digital menjadi perantara utama saat ini Hotel Savero Depok memulai interaksi kepada pihak eksternal melalui media sosial karena saat ini era digital sangat berkembang jadi informasi mengenai hotel akan disebarakan dengan cara yang lebih informal dan lebih transparan. Informan I mengatakan Jika ada yang kurang jelas mengenai hotel bisa ditanyakan langsung di sosial media.

“Jika ada costumers yang bertanya lewat media sosial contohnya di instagram atau tiktok mengenai tentang hotel pasti kita akan langsung bales dan informasi yang kita berikan ke media sosial juga lebih informal tidak kaku dan baku”

Hal ini kemukakan informan II karena perkembangan media digital sangat pesat hotel savero depok menerapkan untuk lebih aktif lagi berinteraksi langsung dengan costumers yang belum pernah berkunjung ke hotel maupun sudah lewat media sosial karena itu sebagian dari pelayanan.

“lebih aktif lagi interaksi di media sosial semenjak pandemi covid, karena saat pandemi digital berkembang saat cepat kan biasanya costumers menanyakan bagaimana protokol yg kita jalankan dan ada promo apa saja. Dan kita lebih aktif ke media sosial instagram dan tiktok karena kan lebih gampang tersebarnya kalo youtube paling lebih kedurasi yg panjang dan kan lama tersebarnya harus butuh subscriber yg banyak, informasi pasti kita sebarakan selalu apalagi sekarang sudah berkembang sekali media digital dulu di intagram hanya bisa uplod foto, sekarang sudah ada reels dan tiktok yang media nya video itu lebih gampang dan juga kita biasanya beriinteraksi lewat media internet lain seperti website kita sendiri”

a. *The Internet As An Agent*

Media digital berkembang sangat cepat tetapi dalam memberikan informasi ada Faktor-faktor yang crucial dan menjadi penting dalam melaksanakan transparansi pesan yang dijelaskan oleh informan I.

“faktor yg paling penting dan crucial dalam tranparansi pesan tidak boleh menjelekan apalagi menjatuhkan kompetitor dan kita menjadi hotel diri sendiri tidak boleh menyamakan hotel lain karena kita punya identitas yang unik dan juga terkait bahasa dalam melakukan transparansi pesan kita menghindari bahasa-bahasa yang tidak baik walaupun kita informal tapi tetap bahasa kita jaga”

Hotel savero depok memanfaatkan internet sebagai salah satu agen penyebar informasi mengenai promosi, yakni melalui video dan foto yang menarik, menawarkan promo-promo dari transformasi pesan dari satu orang ke orang lain secara online yang diharapkan dari semua yang bisa dijalankan efek akhirnya atau hasil akhirnya adalah ketertarikan costumers untuk datang menginap di hotel. Hal ini disampaikan oleh informan II sebagai berikut:

“saya punya team karyawan disini dan mereka juga saya anggap marketing saya sebagai media promosi, saya punya penawaran promo-promo atau informasi tentang mengenai hotel pasti mereka

saya minta untuk bikin status juga di sosial media mereka masing-masing yang pastinya mereka memiliki relations berbeda-beda setiap orangnya, jadi tidak hanya lewat media sosial hotel savero depok saja”

Jadi Hotel Saverio Depok ini memanfaatkan media sosial untuk mengencangkan dan menyebar luaskan informasi melalui media sosial kepada costumers atau calon costumers

b. Richness In Content

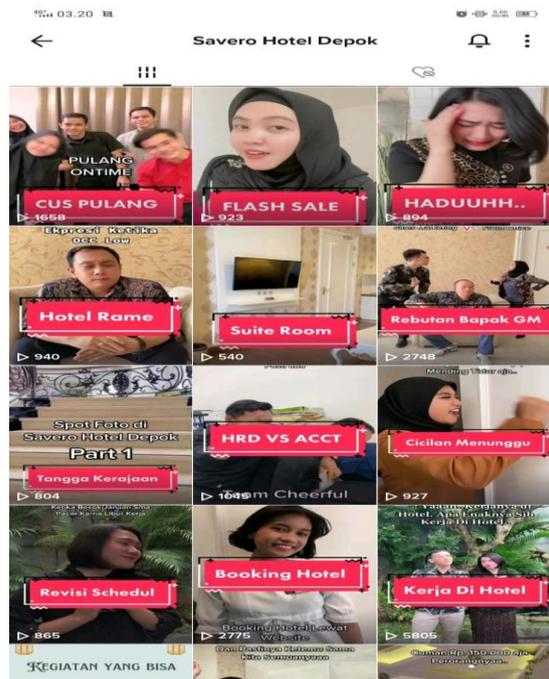
Content yang berkualitas memiliki banyaknya informasi yang diberikan dan beragam dalam penyampaian nya bisa dalam beragam bentuk di antara lain seperti foto,video,musik,dll. Informan 1 menjelaskan.

“konten yang bermanfaat dan yg memberikan banyak informasi dari keadaan saat ini di masa pandemi covid 19 sampai tentang hotel, bermanfaat menurut kami dalam artian berguna untuk pihak hotel, costumers dan calon costumers yang dituju”

Dari banyak informasi diberikan dan beragamnya dalam membuat content yang berkualitas dan akan mempertahankan kepercayaan costumers dan calon costumers terhadap hotel. Informan II mengemukakan content yang bisa mempertahankan kepercayaan tersebut

“Untuk saat ini kita ga lepas dari content informasi protokol kesehatan walaupun covid sudah berkurang dan kita membuat content selain fasilitas dan promo-promo yang menarik dan membuat riview dari costumers yang sudah menginap atau kritik yang kita dapat. Kita juga membuat content video saat staff hotel memberikan pelayanan kepada costumers. Dan hampir semua content yang kita buat dengan konsep yang informal dan mengikuti frekuensi top content yang ada”.

Pihak hotel telah membuat content yang berkualitas dan melaksanakan kekayaan informasi dengan beragam cara sehingga dapat mempertahankan kepercayaan, content yang dibuat selalu mengikuti frekuensi top content sehingga costumers dan calon costumers terhibur tetapi dengan isi content yang informatif



c. *Reach*

Dalam membuat content sebagai media promosi ada pencapaian yang di inginkan agar content yang di buat tersebar luas sehingga banyak public eksternal mengetahui tentang Hotel Savero Depok. Informan I menjelaskan pencapaian dalam content di buat.

“keberhasilan konten yaitu pada saat ada costumers yang datang untuk menginap memberi tau atau kita tanyakan bahwa mereka mendapat informasi seputar hotel melalui content yang kita buat dan publikasikandi sosial media kita instagram maupun tiktok. berarti konten yang kita buat berhasil menarik calon costumers untuk datang dan menginap”.

Informan II menjelaskan keberhasilan dalam content yang di buat dan di publikasi di media sosial Hotel Savero Depok

“keberhasilan konten menurut saya untuk platfrom di tiktok yaitu fyp (for your page) dan di instagram reels dari banyaknya yang insight dan likes nya karena itu pencapaian yang bener-bener kita fikirkan sebelum membuat konten nya bagaimana bisa untuk mencapai itu”.

Unsur-unsur kepercayaan

1. Kehandalan

Konsistensi kemampuan hotel untuk memberikan pelayanan harus sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan dan fasilitas harus sesuai dengan harapan costumers . kehandalan mencerminkan jasa pelayanan dari penyedia berupa kemampuan untuk melaksanakan jasa layanan yang dapat dipercaya. Informan II menjelaskan bagaimana cara mengukur konsistensi hotel dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang dalam pandangan public relations untuk mempertahankan kepercayaan

“cara mengukur konsistensi dengan di setiap pekan nya kita melihat data statistik jumlah costumers yang menginap di hotel kami dan untuk mempertahankan kepercayaan costumers kepada hotel kami berinteraksi langsung kepada costumers yang sedang menginap di hotel seperti menanyakan tentang pendapat mereka dalam kenyamanan maupun pelayanan dan fasilitas yang kami berikan dan tidak hanya yg menginap di hotel saja, kami juga mengukur dengan cara melakukan live streaming di media sosial hotel yang sudah terjadwal untuk berinteraksi langsung kepada public eksternal untuk informasi tentang seputar hotel”



1. Kejujuran

Kejujuran sangat utama yang diterapkan pihak hotel khususnya mengenai informasi fasilitas hotel, foto dan video yang kita publikasi di media sosial Hotel Savero Depok dan Website yang selalu sesuai.

Informan I menjelaskan kejujuran tentang jasa yang diberikan hotel

“tentunya kejujuran sangatlah utama yang diterapkan pada saat penerimaan staff hotel yang akan bekerja dan ketelitian kami dalam memberikan tugas kepada staff hotel yang selalu kami perhatikan saat melalukan tugas nya contohnya seperti barang costumers yang tertinggal untuk di amankan sampai costumers menghubungi pihak hotel untuk menanyakan barang yang tertinggal”

Informa II menjelaskan tentang kejujuran informasi fasilitas yang di publikasi di media sosial

“pastinya selalu sesuai, dengan keadaan foto dan video mengenai informasi fasilitas yang kami berikan di sosial media dengan apa yang ada di hotel dan sesuai keadaan yang hotel berikan dikarenakan kita menghindari foto, video yang di edit berlebihan sehingga tidak sesuai dengan keadaan hotel dan membuat kecewa costumers terkait kejujuran pihak hotel dari itu kita bisa bertanggung jawabkan apa yang kita publikasi itu sesuai”



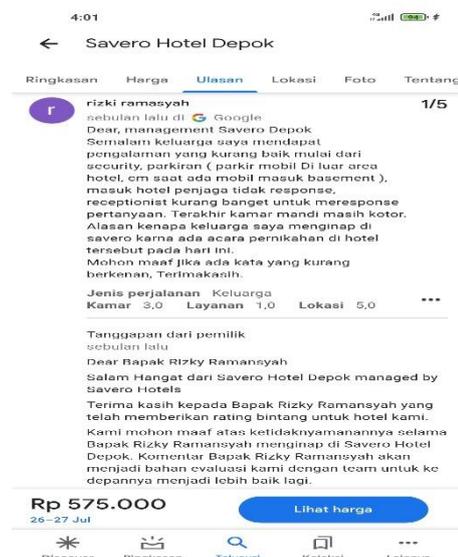
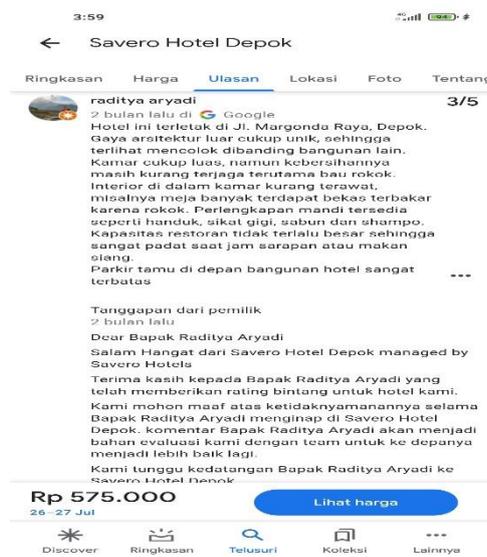
2. Kepedulian

Kepedulian hotel yang terhadap menerima kritik dan saran dari costumers karena itu bentuk kepeduliaan pihak hotel kepada costumers untuk evaluasi hotel agar berkembang. Informan I menjelaskan

“pastinya kita terima dengan baik dikarenakan kita tidak menutup akses untuk saran dan kritik costumers kepada hotel dikarenakan untuk evaluasi dan perkembangan hotel. Biasanya di kritik tentang cek-in yang tidak sesuai jam dikarenakan pengunjung hotel sedang ramai-ramainya”

Informan II menjelaskan kepeduliaan hotel kepada costumers dengan cara menerapkan protokol kesehatan di hotel dan pelayanan jasa yang diberikan

“yang pertama pastinya kita memperdulikan kesehatan costumers dikarenakan masa pandemi covid 19 walaupun pandemi covid 19 sudah mereda tetapi kita masih menjalankan protokol kesehatan yang di anjurkan pemerintah agar kesehatan nya terjaga, yang kedua kenyamanan dikarenakan kita tidak tau seperti apa ekspetasi costumers terhadap hotel,kami memberikan pelayanan yang terbaik sehingga membuat costumers mempunyai kesan yang baik terhadap hotel sehingga membuat costumers kembali lagi untuk menginap di lain waktu dan yang terakhir kami meminta pendapat costumers yang cek-out tentang jasa dan fasilitas yg diberikan hotel”



3. Kredibilitas

Cara mempertahankan kredibilitas Hotel Savero Depok yang diterapkan agar costumers tidak merasa kecewa dan tidak mengurangi rasa kepercayaan terhadap hotel sehingga costumers berkunjung kembali di lain waktu. Informan I menjelaskan

“kita tidak mengurangi kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan walaupun kita sedang memberikan harga promo itu adalah salah satu kredibilitas yang kita pertahankan”

Tidak hanya kredibilitas hotel nya saja tetapi kredibilitas kepada staff hotel nya juga di terapkan agar staff hotel mampu mencerminkan citra baik nama hotel dan merasa nyaman dalam menjalankan tugasnya. Informan II menjelaskan

“pertama yang harus dijaga attitude karyawan dan dipertahankan sesuai prosedur hotel walapun terkadang tamu memberikan complain tetapi harus tetap menjaga attitude dengan baik, kami juga rutin dalam memberikan vitamin kepada karyawan agar kesehatan selalu terjaga”



1.2.2 Pakar Sosial Media dan Designer Grafis

Dari hasil wawancara dengan pihak Hotel Savero Depok peneliti juga mewawancarai seorang pakar ahli bidang sosial media dan juga design grafis, hal ini dilakukan untuk memastikan dan mengukur apakah dari semua Cyber Public Relations yang dilakukan Hotel Savero Depok melalui

media sosial Instagram sudah cukup efisien dan berhasil dalam melakukan Cyber Public Relations untuk jasa dan fasilitas tersebut melalui media sosial. Berdasarkan wawancara dengan Rayhan Muhammad Hadi selaku pakar sosial media dan designer grafis ACC(Astra Credit Company) beliau menyatakan :

“menurut saya sangat efektif,akan tetapi kembali lagi ke media sosial apa yang kita gunakan. Apakah media sosial tersebut sesuai dengan target pasar yang kita inginkan, lalu juga media sosial itu adalah media yang paling cepat memberikan informasi kepada satu sama lain menurut saya. Terkadang para pengguna media sosial itu akan berbagi kepada teman-teman nya jika content yang kita buat itu menarik tanpa harus kita yg bersusah payah menarik khalayak luas untuk melihat content yang kita buat”

Dari pernyataan tersebut dijelaskan bahwa beriklan melalui media sosial itu sangat efektif, karena informasi yang di sampaikan kepada public akan lebih cepat dan mudah tersampaikan. Terlebih jika media sosial dari content yang dibuat menarik dan juga mengikuti frekuensi yang ada itu akan lebih muda dalam menarik minat para costumers. Akan tetapi perlu dilakukan riset terlebih dahulu tentang media sosial apa yang akan di gunakan untuk mencakup target pasar Hotel tersebut

“kalau dibilang menjalankan dengan baik, sudah cukup baik menurut saya. Karena bisa dilihat mulai dari followers instagram dan tiktok nya yang sudah cukup banyak, lalu juga bisa dilihat di highlight instagram Hotel Savero Depok yang cukup lengkap informasi mengenai hotel dari fasilitas,lokasi,kegiatan dan juga promo yang sedang berlangsung. Antusis para costumers menanyakan tentang penawaran hotel, berarti Cyber Public Relations Hotel Savero Depok itu telah berhasil melakukannya dengan baik melalui media sosial nya. Dan juga postingan galeri instagram nya terbilang menarik”

Dari pernyataan tersebut dijelaskan bahwa Hotel Savero Depok telah berhasil melakukan Cyber Public Relations melalui media sosialnya tersebut. Dengan konten-konten menarik yang dibuat oleh Hotel Savero Depok itu untuk mempartahankan kepercayaan costumers dan calon

costumers, menurut seorang pakar ahli cara menjalin komunikasi dengan para konsumen di media sosial.

“untuk berinteraksi dan juga menjalin hubungan dengan konsumen sebenarnya cukup mudah, kita adakan qna atau tanya jawab dengan para followers kita di instagram agar terjadinya komunikasi dua arah dan juga dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan para konsumen”

Dari pernyataan tersebut Cyber Public Relations Hotel Savero Depok berhasil menjalankan komunikasi dua arah kepada costumers dan calon costumers lewat live instagram, menurut pakar apakah media sosial Hotel Savero Depok sudah menarik dari segi visual maupun informasi serta transparan.

“menurut saya sudah cukup menarik, terlebih lagi untuk postingan di media sosialnya terbilang kreatif dan inovatif. Dan juga informasi yang disampaikan di media sosial Hotel Savero Depok sudah sangat lengkap dan transparan”

4.2.3 Costumers Hotel Savero Depok

Untuk memastikan dan mengukur apakah dari semua Cyber Public Relations yang telah dilakukan melalui media sosial instagram dan tiktok yang dilakukan Hotel Savero Depok sudah cukup efisien dan berhasil dalam melakukan Cyber Public Relations. Berdasarkan wawancara dengan Bobby Guntur Prabowo menyatakan:

“iya, content yang dibuat cukup menarik menurut saya. Berkonsep cukup menghibur dan informatif, lalu juga instagram dan tiktok nya Hotel Savero Depok rapih dan juga enak liat. Terlebih lagi Hotel Savero Depok membungkus informasi nya dengan mengikuti frekuensi yang ada”

Dari pernyataan diatas media sosial Hotel Savero Depok sudah menarik bagi costumers nya dengan postingan yang lengkap dan juga informasi yang akurat di media sosial instagram dan tiktok nya dan dibungkus dengan cara kreatif

“menarik banget karena promo yang di tawarkan bagi saya menggiurkan untuk saya yang suka menginap di hotel karena itu berbeda dari hotel-hotel yang biasa saya temui, jadi dari promo nya saja sudah menarik menurut saya”

Dari pernyataan di atas Hotel Savero Depok terbilang menarik karena promo yang ditawarkan tersebut membuat customers ingin mencari lebih tentang informasi hotel seperti apa. Fasilitas dan pelayanan jasa seperti apa yang diberikan hotel savero.

“untuk pelayanan nya cukup ramah dan santun, lalu staff hotel yang reaktif terhadap saya dikarenakan saya waktu itu membawa banyak barang bawaan menurut saya itu salah satu pelayanan yang baik. Kamar nya bagus seperti di foto atau pun video”

1.3 Pembahasan

Cyber public relations (Cyber PR) adalah sesuatu aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet yang bertujuan untuk membangun merk (brand) dan senantiasa memelihara kepercayaan (trust), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak dan tentunya dapat dilakukan secara one to one communication yang bersifat interaktif. *Cyber PR* tidak akan lepas dari sarana media elektronik dan sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi, Dijaman sekarang sepertinya sangat sedikit orang yang tidak mengenal internet. *Cyber Public Relations* adalah inisiatif sebagai cara atau strategi kerja akademisi dan praktisi Public Relations dengan menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya atau disebut pula dengan istilah *Public Relations* digital. (Hidayat, 2014, hal.93).

(Firdayanti, 2012) menyatakan kepercayaan adalah pemikiran dekriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Bagi produsen, kepercayaan konsumen adalah tujuan penting dari pemasaran. Kepercayaan sangat penting dalam mengembangkan loyalitas konsumen karena kepercayaan merupakan reaksi abadi yang dikembangkan dari waktu ke waktu setelah evaluasi pasca pembelian dan meningkatkan keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan tidak akan terlibat

dalam perilaku oportunistik. Untuk mewujudkan sebuah kepercayaan, produsen harus mampu mewujudkan ekspektasi produk, tercapainya kebutuhan, serta perasaan puas pada diri konsumen. Salah satu cara yang bagus untuk menarik kepercayaan konsumen adalah dengan menjalin hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan dengan berbagi trik yang interaktif, agar konsumen atau pengguna memiliki wawasan serta keyakinan bahwa produk yang dibelinya mampu memenuhi segala kebutuhan serta ekspektasinya tentang produk itu sendiri.

Cyber Public Relations adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan pesan dan informasi melalui sarana media sosial yang bertujuan untuk media promosi dan juga mendapatkan serta mempertahankan kepercayaan costumers, cyber public relations bergerak di sarana media digital dengan strategi kerja yang mempromosikan suatu jasa dan fasilitas dari perusahaan tersebut. Di era saat ini sangat cocok karena perkembangan teknologi yang sangat pesat dan tentunya sangat menguntungkan untuk bidang cyber public relations dalam menjalankan peran nya yang tidak dari media digital.

Hotel Savero Depok menggunakan media sosial sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan, menginformasikan tentang protokol kesehatan serta fasilitas dan jasa, dari mulai instagram dan tiktok mereka gunakan untuk menginformasikan kepada costumers untuk meningkatkan peminat dan kepercayaan. Keberhasilan dari cyber public relations dalam menyampaikan informasi untuk costumers akan berpengaruh untuk pengetahuan costumers terkait keadaan, fasilitas hotel.

Dari pembahasan hasil penelitian yang sudah di paparkan pada sub-bab sebelumnya, peneliti dapat mendeskripsikan jawaban yang mengacu pada tujuan penelitian ini:

1. *Transparency*

Elemen inti dari dalam online *public relations* adalah transparency yang mana menyiratkan keterbukaan. Perusahaan atau organisasi

diarahkan untuk semakin terbuka dalam memberikan informasi kepada public melalui media sosial.

Hotel Savero Depok dalam menyampaikan dan memberikan informasi selalu terbuka kepada public eksternal tentang apapun mengenai informasi hotel

2. Internet Porosity

Perusahaan atau organisasi banyak melakukan komunikasi menggunakan internet seperti melalui website dan platform media sosial. Informasi mengenai perusahaan akan disebar dengan cara informal dan lebih transparan.

Hotel Savero Depok lebih aktif di media sosial semenjak pandemi covid 19 untuk berinteraksi lewat platform media digital seperti instagram dan tiktok tentunya akan menjadi lebih mudah dengan adanya platform tersebut.

3. The Internet As An Agent

Yang dimaksud dengan *Agency* adalah proses transformasi pesan di mana pesan tersebut diberikan dari satu orang ke orang yang lain secara online, yang kemudian memberikan konteks dan pemahaman baru. Internet agency, yaitu ketika suatu pesan atau cerita mengalami perubahan selama proses melalui dunia maya merupakan fenomena yang lumrah terjadi. Konsep agensi internet menyatakan bahwa suatu pesan (dan, dalam konteks ini, sebuah pesan dapat berupa kata-kata, gambar, video, suara, atau bahkan program komputer) dapat diubah oleh orang dan teknologi, dan dalam proses ini bertindak sebagai agen.

Hotel Savero Depok mentransformasikan pesan tidak hanya melalui media sosial hotel saja, tetapi juga menggunakan media sosial para karyawan untuk serta menyebarkan dan menyampaikan informasi mengenai hotel. Dan juga dalam menyampaikan transparansi pesan di

media sosial menghindari hal yang nantinya menjadi crucial bagi hotel seperti merendahkan kompetitor

4. Richness In Content

Merupakan kekayaan informasi yang mana terdapat berbagai macam bentuk konten seperti gambar, kata-kata, suara, video, music dan sebagainya yang diperuntukkan untuk publik dan teknologi internet.

Dalam memberikan informasi yang cukup lengkap,beragam berkualitas berupa video dan foto Hotel yang sesuai dengan keadaan aslinya agar mempertahankan kepercayaan costumers di Hotel Savero Depok,media sosial yang lebih aktif seperti instagram dan tiktok @hotelsaverodepok di sana banyak informasi tentang penawaran promo dan fasilitas yang diberikan

5. Reach

Internet menawarkan jangkauan yang tidak terbatas ke semua konten yang tersedia.Siapa pun dapat mengaksesnya dari mana saja dan siapa saja dapat menjangkaunya. media sosial menawarkan fasilitas yang sama untuk semua pengguna yang dapat berbagi dengan siapa pun yang mereka sukai.

Pencapaian Hotel Savero Depok dengan menargetkan public eksternal yang diluar jangkauan berhasil tertarik karena adanya content yang kita buat di media sosial

6. Keandalan

Keandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Keandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

Hotel Savero Depok mengukur konsistensinya dengan cara melihat data statistik jumlah costumers hotel dalam perminggu dan juga melakukan interaksi langsung kepada costumers menanyakan tentang

fasilitas dan pelayanan jasa yang diberikan pihak hotel. Dan juga kepada calon costumers lewat live media sosial platform instagram dan tiktok

7. Kejujuran

Perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/pemasar kepada konsumennya.

Kejujuran sangat diterapkan Hotel Savero Depok dari mulai penerimaan calon karyawan hotel dan juga fasilitas dan jasa yang di promosikan lewat media sosial selalu sesuai dengan keadaan hotel

8. Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

Hotel Savero Depok tidak menutup bagi costumers yang ingin memberikan kritik dan saran mengenai hotel karena itu salah satu untuk evaluasi dan berkembangnya hotel dan juga selalu memberikan pelayanan yang terbaik

9. Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

Hotel tidak pernah mengurangi pelayanan dan fasilitas costumers menggunakan periode promo yang kita sediakan dan tidak kredibilitas tentang costumers saja tetapi juga para attitude karyawan yang harus tetap di jaga dan di pertahankan dengan baik di situasi apapun karena itu salah satu bentuk kredibilitas kami dalam pelayanan.

