

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dampak pandemi COVID-19 terjadi di seluruh sektor kehidupan, mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, sosial, pariwisata, dan lainnya. Wabah Covid19 ini menekan pada industri pariwisata dan terlihat pada penurunan wisatawan. Dalam publikasinya, Dcode Economic dan Financial Consulting (2020) menyebutkan akibat pandemi COVID-19 ini, sektor pariwisata merupakan sektor yang paling terpuruk dibanding sektor lainnya.

Sementara berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Organisasi Pariwisata Dunia tau UNWTO, kerugian yang dirasakan akibat pandemi COVID-19 ini mencapai USD 300-400 miliar. Kerugian secara ekonomi ini disebabkan karena 20 hingga 30% perjalanan wisata internasional. (Eticon Rekayasa Teknik.” Mempromosikan Destinasi Wisata di Masa Pandemi COVID-19.”

[eticon.co.id/promosi-wisata-di-tengah-covid-19/](http://eticon.co.id/promosi-wisata-di-tengah-covid-19/). Diakses pada 30 Juni 2021 Jam 08.26)

Seluruh pengelola destinasi maupun pelaku usaha wisata melakukan banyak cara untuk dapat bertahan hidup (surviving). Ditengah pandemi destinasi yang menjadi pilihan calon wisatawan adalah destinasi yang mampu menjamin keselamatan, kesehatan, dan kenyamanan wisatawan. Dalam hal kesehatan, tentu yang dicari adalah kebersihan dan higienitas, baik dari sisi lingkungan destinasi, akomodasi, maupun ketersediaan makanan minuman. (Eticon Rekayasa Teknik.” Mempromosikan Destinasi Wisata di Masa Pandemi COVID-19.”

Perhotelan adalah usaha menyediakan pelayanan tempat tinggal serta makanan dan minuman. Menurut Jenderal Pengusaha Hotel hotel adalah akomodasi yang dikelola dengan cara komersial menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada di dalam menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya, dimana fasilitas yang di berikan dan jasa tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang telah menginap dan mendapatkan pelayanan dari Housekeeping. Housekeeping adalah sebutan dari Tata Graha yaitu salah satu departemen yang terletak di bawah Room Division. Definisi Housekeeping menurut dari Djohan, T.M (1993) ialah salah satu bagian yang ada di ruang lingkup hotel yang menangani hal-hal terkait dengan keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan seluruh kamar dan seluruh areal umum agar semua tamu dan karyawan dapat merasakan aman dan nyaman di dalam hotel.

Housekeeping dapat dibagi menjadi dua yaitu house yang artinya rumah dan Keeping yang artinya menjaga, sehingga dapat diartikan Housekeeping yaitu menjaga suatu rumah dalam arti yang luas, Housekeeping adalah bagian dari departemen yang ada di dalam hotel yang mempunyai tugas untuk menjaga dan membersihkan serta memelihara room atau kamar-kamar hotel ataupun area luar dari kamar hotel.

Dengan menggunakan standar operasional prosedur atau SOP masing-masing hotel, Housekeeping akan menjaga kebersihan kamar dan public area. Contohnya seperti di masa pandemi covid-19 ini, Housekeeping akan membersihkan dan menjaga kebersihan dengan standar-standar baru yang sudah disetujui. Pemberlakuan Protokol Kesehatan Covid-19 ini dilakukan secara serentak, mulai dari Front office, Housekeeping, F&B Service, dan department lainnya. Dari latar belakang di atas penulis menyadari bahwa penting adanya kajian tentang “Analisis Pelayanan Housekeeping Di Masa Pandemi Covid-19 di The Westin Resort and Spa”

Sekretaris Jenderal Pengusaha Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Maulana Yusran mengatakan beban pengusaha perhotelan di tahun ini lebih berat dari tahun lalu. Pasalnya, sudah satu tahun lebih para pengusaha perhotelan merugi akibat covid-19. Dana cadangan yang digunakan pengusaha untuk bertahan di tengah anjaknya okupansi kian menipis. Sementara, kunjungan wisatawan lokal tak bisa diandalkan. Sebab, pada momentum libur panjang seperti Lebaran, tahun baru, dan libur sekolah, pemerintah justru melakukan pengetatan kegiatan masyarakat. "Lebaran juga tergantung destinasi, tidak di ibukota. Bisa meningkat kalau larangan mudik hilang. Tapi kemarin kita lihat ada larangan. Jadi 2021 kalau dibandingkan 2020 justru lebih berat karena sudah 1,5 tahun pandemi, Maulana menjelaskan sejak pandemi covid-19 dinyatakan masuk ke Indonesia pada Maret 2020 dan pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), penurunan okupansi melanda sektor perhotelan. Pada April 2020, okupansi hotel sudah berada di bawah 10 persen dan bahkan mencapai nol persen.

Tabel Customer 1.1

No	TAHUN	TOTAL JUMLAH CUSTOMER/TAHUN
1	2019	2568
2	2020	487

3	2021	729
---	------	-----

Menurut data yang diambil oleh penulis pada tahun 2019, 2020 dan 2021 Hotel Savero Depok salah satu wisata yang terkena dampak pandemi COVID-19.

Pada Tahun 2019 Keadaan masih normal dan belum adanya Covid-19 setelah adanya Covid-19 Hotel Savero Depok mengalami Lockdown atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada bulan Januari – April 2020 dan Juli – Oktober 2020 di buka kembali pada tanggal 20 November 2020, dan ditutup kembali pada bulan 15 Desember 2020 – 30 Desember 2020 karena meningkatnya jumlah masyarakat yang terpapar virus COVID-19.

Tingkat keterisian baru membaik setelah pemerintah melakukan adjusment atau penyesuaian kebijakan dengan melonggarkan PSBB. Namun, berdasarkan data PHRI, okupansi tak serta-merta kembali ke posisi semula. ia mencontohkan, misalnya, kontribusi Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE) yang biasanya mencapai 3040 persen belum mengalami perbaikan. Pada saat pelonggaran PSBB kita lihat apakah MICE atau leisure yang meningkat. Ternyata MICE enggak meningkat, hanya sekitar 10-15 persen di weekdays. Justru terjadi pertumbuhan sampai ada average 35 persen di leisure itu karena adanya long weekend dan cuti bersama," tuturnya Namun, pertumbuhan okupansi dari sisi leisure atau penginapan pun tak bisa mengkompensasi kerugian yang mendera hotel. Sebab, ketika okupansi meningkat, pengusaha menurunkan harga karena permintaan melemah. "Harus diingat juga kita hotel ga hanya bicara okupansi di sini. Kalau sebelum pandemi oke lah.

Sekarang meningkat okupansi tapi harga kamar kan turun," ucapnya Maulana mengungkapkan pengusaha sebenarnya cukup terbantu dengan sejumlah program pemerintah seperti menjadikan hotel sebagai tempat isolasi pasien covid-19. Sayangnya, kebijakan tersebut hanya dilakukan di sejumlah kota dan tidak merata ke berbagai wilayah, terutama destinasi wisata."Memang agak rumit di tiap daerah. Pemerintah pusat sudah jadikan bagian prioritas nasional namun implementasinya tergantung pemerintah daerah. Nah, ini masalahnya banyak perbedaan persepsi. Pemerintah daerah yang fokusnya tidak di sana sehingga banyak pengusaha jadi kesulitan.

Terkait diumumkannya tiga pasien terinfeksi positif corona di Kota Bogor, termasuk Wali Kota Bogor, Bima Arya Sugiarto, maka Savero Hotels Group memutuskan untuk menutup

sementara operasional ketiga properti Savero Hotels mulai Rabu, 25 Maret 2020 sampai dengan waktu yang ditentukan kemudian hari. Ketiga properti Savero Hotels, yaitu Grand Savero Bogor, Savero Hotel Depok dan Savero Style Bogor, mendukung program Social Distancing yang dikeluarkan oleh pemerintah dengan meniadakan aktivitas dan meliburkan seluruh karyawan. "Sehubungan dengan penurunan bisnis yang di sebabkan oleh Covid-19 sekaligus mendukung arahan pemerintah yang membatasi pergerakan massa untuk memutus rantai penyebaran virus tersebut, maka kami memutuskan untuk sementara waktu menutup servis dan fasilitas mulai dari tanggal 25 Maret," kata Mustafa Rahmatono, General Manager Savero Hotels Group. Manajemen Savero Hotels berharap, baik tamu dan karyawan tidak ada indikasi virus corona dengan melakukan tindakan antisipasi di awal.

*Cyber Public Relations* merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan media internet atau yang sering disebut dunia maya (*Cyber Space*). Kehadiran internet membuat perkembangan baru di dunia Public Relations, dengan melalui media internet suatu bentuk Public Relations yang baru terbentuk. Yuliatwati dan Enjang Pera Irawan (2016) dalam Jurnalnya yang berjudul Peran *Cyber Public Relations* dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online Volume 1 Nomor 1 menyebutkan bahwa *Cyber Public Relations* yaitu *Public Relations* yang menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu dengan menggunakan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya.

*Cyber Public Relations* sudah semakin dikenal oleh kebanyakan khalayak. Penggunaan internet oleh para praktisi Public Relations merupakan kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugasnya, karena segala aktivitas *Cyber Public Relations* dapat dengan mudah diakses oleh para publiknya dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Pemakaian internet sangatlah efektif jika dilihat dari masyarakat pada zaman sekarang yang tidak terlepas dari internet dan gadget, karena internet membuat pandangan baru setiap individunya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Popularitas dan urgensi dari penerapan *Cyber Public Relations* membuat banyak perusahaan dan lembaga gencar mempublikasikan dan menyebarkan informasi dengan internet dengan melalui Website yang dimilikinya untuk disampaikan kepada publiknya untuk meningkatkan citra di masyarakat, begitu pula dengan Hotel Savero Depok.

Dengan semakin berkembangnya pengguna internet yang semakin pesat maka arus penukaran informasi semakin cepat dan mudah, hal ini lah yang membuat masyarakat lebih cenderung berkomunikasi melalui internet, karna memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi tanpa ada batasan waktu, tempat, dan jarak. Dengan kemudahan ini membuat jutaan orang di dunia. Berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial. Saat ini sosial media digunakan untuk berbagai hal termasuk untuk promosi wisata. Dilansir dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), pengguna internet di Indonesia saat ini sekitar 63 juta jiwa. Kemudian untuk 95% dari data tersebut mengakses internet untuk bermain di jejaring sosial. Dari data tersebut sudah terlihat bagaimana potensi yang bisa didapatkan dari promosi di sosial media. Semakin banyak orang yang mengakses media sosial, maka semakin besar pula peluang untuk mempromosikan produk atau jasa agar dilirik penggunanya. Sebenarnya penggunaan media sosial untuk promosi sudah lama digunakan oleh pelaku bisnis.

Media online merupakan media baru (*new media*) yang mempunyai cara penyampaian informasi yang berbeda dari media konvensional yakni media cetak dan media elektronik. Media online membutuhkan perangkat berbasis komputer, gadget, dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi. Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadikan pengguna internet bebas dalam berkomunikasi. media online dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media online saat ini yang diketahui seperti Instagram, twitter, website, facebook, youtube, dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang pengguna manfaatkan.

Penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi dikalangan masyarakat umum semakin banyak diketahui manfaatnya. Hal ini dikarenakan media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu sangat cepat dalam memberikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja kita mau. Masyarakat mulai intensif menggunakan jaringan internet, karena sebagai media internet mampu memberikan informasi dalam skala besar dan dalam waktu yang sangat cepat. Kehadiran internet telah membawa revolusi kepada pengusaha atau tempat pariwisata untuk

melakukan sebuah promosi di media internet. Karena penyampaian informasinya sangat cepat dan tepat, media online atau internet dapat di akses dimana saja dan kapan saja jika terhubung dengan internet.

Media promosi adalah penjualan online atau website merupakan sarana yang paling digemari untuk memperkenalkan suatu produk maupun usaha. Website adalah media yang sangat mudah untuk di akses oleh siapapun kapan pun dan dimanapun sehingga banyak pengusaha yang memanfaatkan website untuk memperkenalkan produknya melalui media tersebut, bahkan sekarang ini pemanfaatan media sosial seperti halnya facebook, Instagram, dan youtube digunakan sebagai sarana promosi, sehingga dengan sangat cepat dan mudah bagi seseorang untuk memperkenalkan suatu produk atau barang, dan jasa tersebut sehingga tepat sasaran.

Melihat dari fungsi website yang kian lama terus berkembang, website telah menjadi pilihan utama sebagai media penjualan secara online sehingga lebih memudahkan bagi seseorang untuk melakukan transaksi jual beli secara cepat, mudah, dan efisien. Oleh karena itu Hotel Savero Depok pada saat pandemi covid-19 ini memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi sebagai salah satu bentuk untuk menarik perhatian para pengunjung/*traveller*. Media internet yang digunakan Hotel Savero Depok untuk memberikan informasi yaitu Website resmi [hotelsaverodepok](http://hotelsaverodepok.com), media sosial Instagram.

Media online yang digunakan Hotel Savero Depok untuk melakukan promosi yaitu website Hotel Savero Depok digunakan untuk memberikan informasi seperti sejarah Hotel Savero Depok, pemberitahuan fasilitas yang ada di Hotel Savero Depok, informasi tentang harga-harga room dan aula, dan pemesanan room secara online, selanjutnya ada media online instagram Hotel Savero Depok juga melakukan promosi di media sosial instagram, instagram Hotel Savero adalah [@hotelsaverodepok](https://www.instagram.com/hotelsaverodepok), di instagram banyak informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung/*traveller* seperti promosi yang ada di Hotel Savero Depok dan informasi lainnya. Hotel Savero Depok melakukan promosi melalui Cyber Public Relations atau media internet karena penyampaiannya sangat cepat atau tepat waktu, dapat di akses dimana saja, biayanya sangat murah, dan jangkauanya sangat luas, oleh karena itu Hotel Savero Depok memanfaatkan media online sebagai alat promo.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Apa saja strategi Public Relations di Industri Perhotelan ?
2. Bagaimana bentuk-bentuk Aktivitas *Cyber Public Relations* dalam mempertahankan Konsumen ?
3. Bagaimana Aktivitas *Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok dalam mempertahankan kepercayaan di masa pandemic mereda ?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan agar tercapai tujuan yang diharapkan, maka penelitian ini dibatasi pada “*Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Di Masa Setelah Pandemi Covid19”

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka Rumusan Masalah ini adalah: “Bagaimana *Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Di Masa Setelah Pandemi Covid19”

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui dan menggali informasi mengenai Aktivitas *Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dimasa Setelah Pandemi covid 19 dan mengetahui hal-hal : - Transparency – Internet Porosity – The Internet as an Agent – Content - Reach
2. Untuk Mengetahui Faktor-faktor sebagai peluang dan hambatan *Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Dimasa Setelah Pandemi Covid19

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap ilmu komunikasi khususnya *Public Relations* mengenai aktivitas *Cyber Public Relations* Hotel Savero Depok Dalam Mempertahankan Kepercayaan Konsumen Di Masa Setelah Pandemi Covid19

### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan membantu tempat pariwisata yang akan melakukan *Cyber Public Relations*. Penelitian ini paling tidak dapat memberikan gambaran atau pengetahuan bagaimana cara yang efektif dalam melakukan promosi melalui *cyber public relations*.