

# PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DI WHIZ PRIME HOTEL MANADO

Oleh

Tri Hastuti

Yuriewaty Pasoreh

Nicolas Mandey

*e-mail:* [trihastutijarif@gmail.com](mailto:trihastutijarif@gmail.com)

## Abstrak

Dewasa ini semakin banyak orang yang melakukan perjalanan tempat yang memiliki potensi pariwisata, termasuk Indonesia. Salah satu daerah di Indonesia yang saat ini banyak menarik minat para pelancong adalah Sulawesi Utara. Seiring ramainya kunjungan dari para wisatawan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan permintaan untuk penginapan. Hotel Whiz Prime Manado adalah salah satu penyedia jasa layanan perhotelan di kota Manado. Whiz Prime Hotel Manado memiliki divisi Humasnya sendiri yang disebut dengan Marketing Communication. Dengan adanya Humas, tentu diharapkan jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Namun, pada kenyataannya jumlah pengunjung yang datang mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui peran humas dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan peneliti berharap dapat memberikan masukan bagi pihak perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Informan yang sudah ditetapkan adalah Humas dari Whiz Prime Hotel Manado dan 5 orang pengunjung yang sedang menginap. Model Miles dan Huberman digunakan digunakan sebagai analisis data dengan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Hotel Whiz Prime Manado masih kurang berperan, hal ini dikarenakan: 1. Sebagai penasehat ahli, Humas tidak mengetahui tugas dan tanggung jawab Humas secara umum; 2. Sebagai fasilitator komunikasi, Humas akan berkomunikasi dengan publiknya apabila terjadi masalah; 3. Sebagai fasilitator proses pemecahan masalah, Humas hanya sejauh memberikan masukan dan saran saja, keputusan dan kebijakan berada dalam wewenang *Sales Marketing Manager*; 4. Sebagai teknisi komunikasi, Humas menggunakan media cetak hingga media sosial sebagai sarana promosi, namun beberapa pengunjung mendapatkan informasi tentang hotel dari aplikasi penyedia layanan pemesanan hotel secara online.

**Kata Kunci:** Peran, Humas, kunjungan, hotel

## Abstract

Nowadays more and more people are traveling to places that have tourism potential, including Indonesia. One of the areas in Indonesia that currently attracts many tourists is North Sulawesi. Along with busy visits from tourists, of course, it has an effect on increasing demand for lodging. Hotel Whiz Prime Manado is one of the hotel service providers in the city of Manado. Whiz Prime Hotel Manado has its own PR division which is called Marketing Communication. With the existence of Public Relations, it is expected that the number of visitors will increase. However, in reality the number of visitors who came has decreased. The purpose of this study is to determine the role of public relations in increasing the number of visits and researchers hope to provide input for the company.

The method used in this research is qualitative research methods. Informants who have been appointed are Public Relations from Whiz Prime Hotel Manado and 5 visitors who are staying overnight. Miles and Huberman's model was used as data analysis using source triangulation.

The results of this study indicate that the Public Relations of Whiz Prime Manado Hotel is still not playing a role, this is because: 1. As an expert advisor, Public Relations does not know the duties and responsibilities of Public Relations in general; 2. As a communication facilitator, Public Relations will communicate with the public if a problem occurs; 3. As a facilitator of the problem solving process, Public

Relations only provides input and suggestions, decisions and policies are within the authority of the Sales Marketing Manager; 4. As a communication technicalist, PR uses print media to social media as a means of promotion, however, some visitors get information about hotels from an online hotel booking service provider application.

**Keywords:** Role, Public Relations, visits, hotels

## 1. PENDAHULUAN

Public Relations memiliki peranan penting untuk merealisasikan strategi komunikasi perusahaan. Public Relations berfungsi untuk menjalin komunikasi dua arah antara perusahaan dengan publik internal dan eksternal serta membina hubungan yang saling menguntungkan dengan khalayak atau pihak-pihak yang dianggap penting oleh perusahaan. Aktivitas Public Relations adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan.

Humas atau *Public Relations* menjadi bagian yang sangat penting bagi perusahaan, dalam hal ini kaitannya dengan usaha di bidang jasa perhotelan karena mampu memberikan dampak yang sangat luas bagi publik (pelanggan dan calon pelanggan) yaitu adanya rasa loyalitas terhadap hotel, sehingga dapat memberikan profit bagi perusahaan dan membangun citra perusahaan. Semakin baik citra dari perusahaan akan memberikan nilai tambah dan *positioning* bagi hotel itu sendiri di dalam perkembangannya dapat meningkat.

Dewasa ini semakin banyak orang yang melakukan perjalanan ke tempat-tempat yang jauh, terlebih ke negara atau daerah yang memiliki potensi pariwisata. Tidak terkecuali Indonesia, negara dengan ribuan destinasi wisatanya yang menarik banyak wisatawan baik dari daerah-daerah di Indonesia sendiri maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Indonesia merupakan negara yang kaya dengan beragam pariwisata, mulai dari tempat bersejarah, tempat hiburan, beragam kuliner sampai industri perhotelan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan lokal dan internasional. Salah satu daerah di Indonesia yang saat ini banyak menarik minat para pelancong adalah Sulawesi Utara.

Seiring ramainya kunjungan dari para wisatawan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan permintaan untuk penginapan. Dengan berkembangnya industri perhotelan, maka timbul persaingan antarperusahaan perhotelan

untuk meningkatkan kualitasnya dalam menarik pengunjung tamu hotel. Adapun cara yang ditempuh setiap hotel berbeda satu dengan yang lainnya. Produk yang ditawarkan berupa fasilitas dan mutu pelayanan yang dapat bersaing.

Hotel Whiz Prime Manado adalah salah satu penyedia jasa layanan perhotelan di kota Manado. Whiz Prime Hotel Manado memiliki divisi Humasnya sendiri yang disebut dengan Marketing Communication. Dengan adanya Humas, tentu diharapkan jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Namun, pada kenyataannya jumlah pengunjung yang datang mengalami penurunan. Berdasarkan prariset yang dilakukan oleh peneliti di hotel Whiz Prime Manado, jumlah pengunjung yang awalnya berjumlah tiga ribu orang per bulan, menurun menjadi dua ribu lima ratus orang per bulan. Adapun faktor yang mempengaruhi terjadinya penurunan ialah tingginya persaingan dengan hotel lain yang juga berada di dekat lingkungan berdirinya Whiz Prime Hotel.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui peran Humas dalam meningkatkan jumlah kunjungan di Whiz Prime Hotel Manado dengan fokus penelitian: 1. Peran Humas sebagai penasehat ahli; 2. Peran Humas sebagai fasilitator komunikasi; 3. Peran Humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah; 4. Peran Humas sebagai teknisi komunikasi.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengertian Humas

Secara umum, Humas adalah proses interaksi dimana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing Public Opinion* menyebutkan bahwa public relations adalah profesi yang mengurus hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu (Widjaja, 2001).

#### 2.1.1. Peran Humas

Pengertian peran menurut Soejono Soekanto (2002:243), peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran.

Peran Public Relations menurut Dozier antara lain:

1. Penasehat Ahli (Expert Prescriber)
2. Fasilitator Komunikasi (Communication Fasilitator)
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Fasilitator)
4. Teknisi Komunikasi (Communication Technician)

#### 2.2. Hotel

Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Djarm'an Satori (2017:25) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Djarm'an Satori (2017:23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artefak, dan lain sebagainya.

Penelitian ini dilakukan di Whiz Prime Hotel Manado. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai 1 orang Humas hotel dan 5 orang pengunjung sebagai informan dengan fokus penelitian: 1. Peran Humas sebagai penasehat ahli; 2. Peran Humas sebagai fasilitator komunikasi; 3. Peran Humas sebagai fasilitator

proses pemecahan masalah; 4. Peran Humas sebagai teknisi komunikasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles and Huberman yang meliputi: Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Peran Humas sebagai Penasehat Ahli

Seorang praktisi Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*Communicator Fasilitator*).

*Marketing Communication* di hotel Whiz Prime Manado tidak hadir bersamaan dengan dibukanya hotel Whiz Prime Manado. *Marketing Communication* baru ada sejak bulan April 2016. Sebelumnya, tugas Humas ditangani langsung dari pihak perusahaan. Saat ini kedudukan *Marketing Communication* berada di bawah *Sales Marketing Manager*. Humas hotel Whiz Prime Manado sudah 3 tahun menjabat sebagai *Marketing Communication* dan sebelum menjadi Humas di hotel Whiz Prime Manado, beliau belum pernah menjadi Humas di perusahaan/instansi manapun, namun ia memiliki pengalaman menangani beberapa *event*.

Berlatarbelakang seorang sarjana ekonomi dengan jurusan Akuntansi, Humas hotel Whiz Prime Manado yang juga alumnus dari Universitas Sam Ratulangi mengatakan bahwa tidak begitu mengetahui tugas dan tanggung jawab Humas secara umum. Ia melakukan tugasnya secara *learning by doing*, mempelajari tugasnya dari hal-hal yang dikerjakan dan mengikuti Standar Operasional Prosedur perusahaan.

Adapun tugas dan tanggung jawab Humas hotel Whiz Prime Manado adalah merangkap sebagai *sales*, grafik desain, melakukan promosi, mengadakan event, dan saling mengkoordinasi dengan GM (General Manager).

#### 4.2. Peran Humas sebagai Fasilitator Komunikasi

Dalam hal ini, praktisi Public Relations bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen

dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

Apabila terjadi masalah antara perusahaan dengan publiknya, Humas hotel Whiz Prime Manado selaku pihak hotel akan mengkomunikasikannya dengan baik kepada tamu atau konsumen agar masalah tidak membesar. Apabila ada masalah yang lebih besar, Humas hotel Whiz Prime Manado akan segera menghubungi media (cetak, sosial, online) guna mencegah beritanya keluar.

#### 4.3. Peran Humas sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Peranan praktisi Public Relations dalam pemecahan masalah persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

Peran Humas hotel Whiz Prime Manado sebagai fasilitator proses pemecahan masalah hanya sejauh memberikan masukan dan saran saja, keputusan dan kebijakan merupakan wewenang dari *Sales Marketing Manager*. Jika berhubungan dengan media, peran Humas sangat diperlukan.

#### 4.4. Peran Humas sebagai Teknisi Komunikasi

Peranan communications technician ini menjadikan praktisi Public Relations sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *of communication in organization*.

Sebagai teknisi komunikasi, Humas hotel Whiz Prime Manado melakukan promosi ke media-media sambil melihat pasar. Adapun media yang pernah digunakan ialah media cetak, spanduk, *in house promotion*, sms blast, media broadcast, *Instagram*, media online, *inflite magazine*. Pihaknya juga memasang promosi di luar Manado seperti memasang klan di Bandara Soekarno-Hatta di Jakarta sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Adapun cara menentukan pasar ialah dengan melihat hari. Pada weekdays atau hari kerja sangat untuk para pelancong bisnis, sedangkan weekend atau pada akhir pekan cocok untuk muda-mudi atau keluarga yang mau menghabiskan waktu bersama. Setelah

itu pihak hotel memasang promo sesuai pasarnya.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan setelah dilakukan analisis, sesuai dengan rumusan masalah yaitu bagaimana peran Humas dalam meningkatkan jumlah pengunjung, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas hotel Whiz Prime Manado kurang berperan, hal ini dikarenakan:

1. Sebagai Penasehat Ahli, dasar pendidikan Humas hotel Whiz Prime Manado tidak sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan sekarang. Humas hotel Whiz Prime Manado yang merupakan sarjana ekonomi tidak mengetahui tugas dan peran Humas secara umum, namun melakukan tugasnya secara *learning by doing*.
2. Sebagai Fasilitator Komunikasi, apabila terjadi masalah antara perusahaan dengan publiknya, pihak hotel akan mengkomunikasikannya agar masalah tidak membesar. Apabila masalah membesar, Humas hotel Whiz Prime Manado akan menghubungi media guna mencegah berita keluar.
3. Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah, Humas hotel Whiz Prime Manado hanya sejauh memberikan masukan dan saran saja, keputusan dan kebijakan berada dalam wewenang *Sales Marketing Manager*, jika berhubungan dengan media, maka Humas akan banyak berperan.
4. Sebagai Teknisi Komunikasi, Humas hotel Whiz Prime Manado menggunakan media cetak, spanduk, *in house promotion*, sms blast, media broadcast, media social *Instagram*, media online, dan *inflite magazine* sebagai layanan komunikasi dan promosi. Namun demikian, pengunjung yang diwawancarai oleh peneliti mengaku mendapatkan informasi mengenai hotel dari aplikasi penyedia layanan pemesanan hotel secara online.

### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil yang dapat ditarik kesimpulan maka dapat disusun beberapa saran yang dapat mungkin sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas

dan kinerja hotel. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak hotel dapat meningkatkan kinerja dan pelayanan agar tamu merasa aman dan nyaman untuk menginap.
2. Diharapkan pihak hotel dapat bekerjasama dengan platform penyedia layanan pemesanan hotel secara online.

Soekanto, Soerjono. 2002. Teori Peranan. Jakarta: Bumi Aksara.

Sulastiyono, Agus. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Alfabeta, cv.

#### Sumberlainnya:

Maryam. 2017. Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *JomFisip*. 4 (2) : 6-7

[www.whizprime.com](http://www.whizprime.com)

#### DAFTAR PUSTAKA

Agus, Sulastiyono, 2008. Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi; Teknik dan Prosedur Divisi Kamar, Penerbit Alfabeta CV, Bandung

Agusnawar. Resepsionis Hotel. 2004. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Assumta, Sr Maria Rumanti. 2002. Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta : PT. Grasindo

Broom, Glenn. M., Dozier, David. M. 2000. Using Research in Public Relations: Application to Program Management. New Jersey: Prentice Hall

Jefkins, Frank. 2003. Public Relations – Disempurnakan oleh Danel Yadin. Jakarta: Erlangga

Kriyantono, Rachmat. 2014. Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta: Kencana.

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UIP.

Nesia, Andin. 2014. Dasar-dasar Humas : Yogyakarta. Graha Ilmu  
PT. Raja Grafindo Persada. Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 1998. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta:

Ruslan, Rosady. 2008. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Satori Djam'an, Komariah Aan. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung

Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama