

STRATEGI PUBLIC RELATIONS KUSUMA SAHID PRINCE HOTEL SOLO DALAM MEMBENTUK CITRA DI TENGAH PANDEMI COVID 19

Azalia Agnes Wulandari, Rahmat Wisudawanto, Musta'an
Universitas Sahid Surakarta
Email : azaliaagnes17@gmail.com

ABSTRACT

Pandemi COVID-19 di Indonesia berdampak signifikan terhadap sektor perhotelan. Salah satunya adalah Hotel Kusuma Sahid Prince (KSPH) Solo. KSPH Solo membutuhkan peran Humas untuk merancang strategi di era pandemi covid 19. Selain itu, strategi ini bertujuan untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat untuk menginap, berkunjung, dan mengadakan acara di KSPH Solo tanpa merasa takut, khawatir, dan cemas. Kepercayaan masyarakat akan membentuk opini dan perilaku untuk membangun citra yang baik dan positif terhadap Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi Humas Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam membentuk citra ditengah pandemi covid 19.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode kualitatif. Data yang digunakan adalah hasil wawancara dengan Humas KSPH Solo, screenshot Instagram KSPH Solo, dan observasi ke KSPH Solo. Selanjutnya, penelitian ini juga menggunakan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling yang meliputi data-data yang berkaitan dengan Humas dan strategi citra. Selain itu, responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Kajian ini menunjukkan bahwa strategi kehumasan yang direncanakan Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat dilaksanakan secara optimal meskipun terdapat banyak keterbatasan, seperti mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogram, mengambil tindakan dan komunikasi, serta mengevaluasi program.

Kata kunci : Strategi *Public Relation*, Citra, Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo, Instagram.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic in Indonesia had a significant impact on the hotel sector. One of them is Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo. KSPH Solo requires the role of public relations to design a strategy in the covid 19 pandemic era. In addition, this strategy aims to restore public confidence to stay, visit, and hold events at KSPH Solo without feeling afraid, worried, and anxious. Public trust will form an opinion and behavior to build a good and positive image of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. This study aims to explain the public relations strategy of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo in forming an image in the covid 19 pandemic era.

This research is descriptive with qualitative methods. The data used the results of interviews with public relations KSPH Solo, Instagram screenshots of KSPH Solo, and observations to KSPH Solo. Furthermore, this study also used the results of questionnaires that were distributed to respondents. The sampling method is purposive sampling which includes data related to public relations and image strategies. In addition, the respondents are selected based on specific predetermined criteria. This study indicates that the planned public relations strategy of Kusuma Sahid Prince Hotel Solo can be carried out optimally even though there are many limitations in the covid 19 pandemic era, such as defining problems, planning and programming, taking action and communication, and evaluating programs. Therefore, the image formed through the questionnaire distributed to the respondents got the community's good and positive image towards Kusuma Sahid Prince Hotel Solo.

Keywords: Public Relations Strategy, Citra, Kusuma Sahid Prince Hotel (KSPH) Solo, Instagram.

PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 membuat kondisi perekonomian di Indonesia semakin parah. Hal ini berdampak pada semua sektor, khususnya pariwisata yaitu perhotelan yang ada di Kota Solo. Pandemi covid 19 ini membuat hotel-hotel yang ada di Kota Solo mengalami kerugian yang sangat besar. Salah satu contoh kerugian yang dialami perhotelan yang ada di Kota Solo adalah penutupan 12 hotel dari 165 hotel yang tersebar di Kota Solo. Penutupan ini terjadi karena kondisi yang semakin buruk dan penanganan kasus covid 19 yang ada di Kota Solo belum menunjukkan adanya tanda-tanda pemulihan yang signifikan. Selain itu, ketua PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) Kota Solo yaitu Abdullah Soewarno juga menyatakan bahwa ada 29 hotel yang tersebar di Kota Solo juga sudah mengambil keputusan untuk merumahkan 151 karyawannya. Keputusan merumahkan karyawan 29

hotel tersebut karena biaya operasional yang harus ditanggung setiap bulannya sangat tinggi dan *ocupansi* kamar terus menurun drastis.

Setiap hotel harus memiliki strategi-strategi khusus untuk memulihkan kondisinya di tengah pandemi covid 19 ini. Marrus (2002:31) strategi sebagai proses untuk menentukan rencana oleh para pemimpin yang berada di puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang dalam organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana supaya tujuan yang telah direncanakan dan disusun tersebut dapat dicapai. Oleh karena itu, perusahaan dalam menyusun strategi-strategi khusus yang akan digunakan

harus berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan dan menyangkut tujuan, kebijakan, tindakan yang dilakukan dengan melihat unsur kemampuan internal, kelemahan, perubahan lingkungan sehingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya dan memiliki keunggulan yang kompetitif. Selain itu, strategi yang baik juga akan mempengaruhi citra perusahaan dan masyarakat. *Public Relation* diperlukan oleh suatu perusahaan untuk merancang strategi-strategi yang akan direncanakan dan disusun dalam manajemen. *Public Relation* adalah praktek Humas yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan (terus-menerus) dalam rangka menciptakan dan mempertahankan niat baik (*goodwill*), serta sikap-sikap yang saling pengertian yang bersifat timbal balik (*mutual understanding*) antara suatu organisasi atau perusahaan dengan segenap khalayaknya. (Jefkins, 1996:8). Oleh karena itu, *public relation* berfokus pada praktek secara terencana dan terus menerus untuk menciptakan *goodwill* dan saling pengertian sehingga menimbulkan timbal balik antara perusahaan dan khalayak.

Kusuma Sahid Prince Hotel adalah salah satu hotel di Kota Solo yang terkena dampak pandemi covid 19 ini. *Public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo menyusun beberapa strategi agar dapat memulihkan kondisi Kusuma Sahid Prince Hotel Solo sehingga mendapat kepercayaan kembali oleh tamu yang ingin berkunjung dan menginap di Kusuma Sahid Prince Hotel Solo serta mempertahankan citra yang telah dibentuk.

METEOODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini menjelaskan, menggambarkan atau meguraikan Strategi *Public Relaion* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo Dalam Membentuk Citra Di tengah Pandemi Covid 19. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan data yang berasal dari 2 data yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan mengenai jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu observasi dan wawancara. Menurut Kaelan (2012) observasi secara terminologis dimaknai sebagai pengamatan atau peninjauan secara cermat. Data primer yang berasal dari observasi ini adalah dengan terjun ke Kusuma Sahid Prince Hotel Solo secara langsung untuk melakukan pengamatan dan peninjauan tentang permasalahan yang sedang terjadi terkait strategi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel dalam membentuk citra ditengah pandemi covid 19. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide-ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam suatu informasi dan ide tersebut. (Kaelan, 2012). Data primer yang berasal dari wawancara ini adalah dengan melakukan wawancara dengan pihak *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo yang berkaitan dengan strategi yang dilakukan untuk membentuk citra di tengah pandemi covid 19 agar dapat tetap bersaing dengan hotel-hotel yang ada di Solo dan sekitarnya.

Untuk data sekunder adalah dokumentasi dan kuesioner. Dokumentasi menurut Arikunto (2006) teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. Data sekunder yang berasal dari dokumentasi ini adalah mengambil data-data baik itu catatan dan foto-foto yang dimiliki Kusuma Sahid Prince Hotel Solo, serta surat kabar yang berkaitan dengan strategi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam membentuk citra ditengah pandemi covid 19. Dan dengan mengambil data dari media sosial instagram Kusuma Sahid Prince Hotel Solo yang berkaitan dengan strategi yang telah dibuat dan dilakukan oleh *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam membentuk citra ditengah pandemic covid 19. Kuesioner adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan kriteria tertentu dan hasil dari kuesioner tersebut dapat memperlihatkan

citra yang telah dibentuk oleh *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo ditengah pandemi covid 19.

Dalam penelitian ini tidak meneliti dan menganalisa semua postingan yang terdapat di media sosial instagram milik Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Karena penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Teknik pengumpulan *purposive sampling* menurut Bungin (2006) adalah teknik *sampling* yang mencukup orang-orang yang diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data ini memiliki 2 kategori yang memiliki kriteria masing-masing yaitu sampel tentang strategi dan sampel tentang citra yang berkaitan dengan strategi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dalam membentuk citra ditengah pandemi covid 19. Untuk menguji validasi data yang telah dikumpulkan peneliti menggunakan teknik pengecekan mengenai keabsahan data yang telah dikumpulkan. Menurut Norman K. Denzin (1970) triangulasi adalah langkah pemanduan berbagai sumber data dan metode dalam suatu penelitian tentang suatu gejala sosial tertentu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. Teknik analisis interaktif artinya adalah dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisis untuk memperoleh fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan. Analisis data diperoleh dari seluruh data yang didapatkan dari wawancara, kuesioner, observasi, screenshot instagram Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Penarikan kesimpulan pada penelitian ini adalah dengan melakukan penelitaian awal, kemudian melakukan pengumpulan data. Selanjutnya melakukan penyaringan atau pemusatan data. Dan menyajikan data dalam penelitian ini bahwa data yang disajikan data yang valid.

PEMBAHASAN

Pada sub bab pembahasan ini akan disajikan data yang berkaitan dengan strategi yang telah dibuat dan disusun oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo yang menyatakan bahwa *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel telah melakukan 4 tahapan sebagai berikut ini :

Pelaksanaan strategi ini dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik karena pihak *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel melakukan pengamatan tentang isu-isu pada media dan mengamati opini dan perilaku yang dibentuk publik ditengah pandemi covid 19 ini. Selain itu, *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo juga melakukan perencanaan yang rinci, jelas dan berurutan hal ini dapat dilihat dalam pembuatan media plan. Selain itu, *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo juga menyusun program atau acara yang akan dilakukan dan diselenggarakan berdasarkan waktu yang telah ditentukan dan ditetapkan, seperti penyemprotan disinfektan yang dilakukan setiap 1 minggu 2 kali di semua ruangan dan program vaksin untuk seluruh karyawan dan karyawan Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Selain itu, *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo juga mengerti dan memahami apa yang menjadi keinginan dari masyarakat ditengah pandemi. Dan juga dalam menyampaikan informasi *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo juga memperhatikan kata-kata, bahasa, SOP hotel yang digunakan sebelum informasi tersebut disebarluaskan kepada masyarakat. Selain itu, *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo juga menilai dan mengukur apakah rencana dan program yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik atau tidak serta melihat hambatan dan kelemahannya. Dengan demikian pelaksanaan strategi *public relation* sudah dijalankan sesuai dengan tahapannya.

Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa citra yang dibentuk adalah citra yang baik dan positif. Hal ini didukung dengan masyarakat dapat memahami harapan yang diinginkan oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden setuju bahwa mereka memahami harapan yang diinginkan Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Selain itu, masyarakat dapat memahami harapan yang diinginkan *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden setuju bahwa mereka memahami harapan yang diinginkan *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat berkomunikasi dengan efektif dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat berkomunikasi dengan efektif dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Hal ini ditunjukkan dengan 67% responden setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel

dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Walaupun terdapat responden tidak setuju jika Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Hal ini ditunjukkan dengan 33% responden tidak setuju. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat mempengaruhi persepsi dan harapan masyarakat yang baik terhadap Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Hal ini ditunjukkan dengan 67% responden setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat mempengaruhi persepsi dan harapan masyarakat yang baik. Walaupun terdapat responden tidak setuju jika Kusuma Sahid Prince Hotel Solo dapat mempengaruhi persepsi dan harapan masyarakat yang baik terhadap Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Hal ini enunjukkan 33% responden tidak setuju. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo mempunyai pengaruh yang penting. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel Solo mempunyai pengaruh yang penting. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo tidak mempunyai pengaruh negatif. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden tidak setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel Solo tidak mempunyai pengaruh negatif. Selain itu, Kusuma Sahid Prince Hotel Solo mempunyai pengaruh positif. Hal ini ditunjukkan dengan 100% responden setuju bahwa Kusuma Sahid Prince Hotel Solo mempunyai pengaruh positif.

Dengan demikian, penerapan strategi *public relation* turut berkontribusi pada pembentukan citra positif Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Hal ini dapat terlihat bahwa strategi yang diterapkan oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo berdampak pada citra baik dan positif yang terbentuk ditengah masyarakat terhadap tindakan yang telah dilakukan oleh Kusuma Sahid Prince Hotel ditengah pandemi covid 19 ini.

Tabel 4.2. Data Kuesioner citra Kusuma Sahid Prince Hotel Solo:

Parameter	Jumlah	
	Ya	Tidak
Citra merupakan harapan yang diinginkan oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	100%	
Citra membuat masyarakat memahami harapan dari Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	100%	
Citra membentuk komunikasi menjadi lebih efektif dan mudah dimengerti	100%	
Citra mempengaruhi persepsi	67%	33%
Citra menunjukkan persepsi dan harapan	67%	33%
Citra mempunyai pengaruh penting pada Kusuma Sahid Prince	100%	
Citra berpengaruh negatif terhadap kinerja Kusuma Sahid Prince Hotel Solo		100%
Citra berpengaruh positif terhadap kinerja Kusuma Sahid Prince Hotel Solo	100%	

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Strategi yang digunakan oleh *public relation* Kusuma Sahid Prince Hotel Solo menurut Cutlip, Center, Broom (2006:409) ada 4 tahapan yaitu mendefinisikan masalah ((*Defining Public Relations Problems*), perencanaan dan pemograman (*Planning and Programming*), mengambil tindakan dan komunikasi (*Taking Action dan Communicating*), mengevaluasi program (*Evaluating The Program*). Hal ini dapat dilihat dari analisis dan pembahasan berdasarkan data-data yang diperoleh diatas bahwa ditengah pandemi covid 19 seperti ini Kusuma Sahid Prince Hotel Solo berusaha secara optimal untuk melakukan strategi yang telah dibentuk dan direncanakan berdasarkan dengan peraturan pemerintah dan anjuran pemerintah yang tidak dapat diprediksi yang dapat berganti-ganti sewaktu-waktu dengan melihat situasi dan kondisi ditengah pandemi covid 19 ini.
2. Dari data kuesioner yang telah disebarkan kepada reponden dan telah dianalisis pada bab sebelumnya dinyatakan bahwa citra mempunyai pengaruh yang besar dan penting untuk Kusuma Sahid Prince Hotel Solo. Dan ditengah pandemi covid 19 ini untuk membentuk citra di tengah masyarakat melalui media instagram. Selain itu citra yang dibentuk oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo ditengah pandemic covid 19 ini mempunyai pengaruh yang positif dan tidak berpengaruh negatif. Hal ini dinyatakan oleh responden yang melihat postingan di instagram terkait dengan informasi tentang kegiatan yang dilakukan ditengah pandemi covid 19 dan menjalankan protokol kesehatan yang dilakukan oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo yang menyatakan bahwa citra yang dibentuk oleh Kusuma Sahid Prince Hotel Solo mempunyai pengaruh yang penting dan memiliki pengaruh positif .

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Cutlip, Center. 2000. *Effective Public Relations*. Bandung: Kencana Media Group.
- Denzim, Norman K, Tvona S. Lincolin. *Handbook Of Qualitative Research. Terjemahan Oleh Dariyatno,dkk*. 2009. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jefkins, Frank. 1996. *Public Relation*. Jakarta: Erlangga.
- Kaelan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora*. Yogyakarta: Paradigma.
- Sutrisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdaarya. *Filsafat, Seni, Agama, dan Humaniora*. Yogyakarta: Paradigma.