

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Surakarta yang sering juga disebut dengan kota Solo merupakan salah satu kota yang mempunyai potensi bisnis yang sangat besar. Ditambah lagi dengan dijadikannya bandara Adi Sumarmo sebagai bandara internasional menjadikan kota ini semakin ramai. Selain itu kota Solo terletak dipersimpangan antara Yogyakarta, Solo, dan Semarang atau yang sering disebut dengan persimpangan Joglosemar. Hal ini merupakan daya tarik tersendiri bagi para pengusaha yang hendak mengembangkan usahanya di kota Solo ini.

Selain letak yang strategis dari kota Solo, kota Solo juga terkenal sebagai kota wisata dan kota budaya. Semua ini merupakan karakter yang kental dari kota Solo yang memang tidak akan lepas dari budaya yang ada di masyarakatnya. Di kota Solo terdapat beberapa tempat yang masih mempunyai nilai budaya yang cukup tinggi, karena memang di kota Solo mempunyai peninggalan sejarah yang cukup banyak. Diantaranya tempat-tempat tersebut yaitu di kota Solo terdapat Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, Keraton Mangkuneran, Taman Hiburan Sriwedari, Taman Satwa Taru Jurug, Moseum Radya Pustaka, yang merupakan daya tarik tersendiri yang bagi kota Solo.

Kota Solo selain sebagai kota budaya dan tujuan wisata, kota Solo juga mempunyai aktivitas yang sangat padat. Hal ini dapat dilihat setiap ruas

jalan pada waktu pagi dan sore harinya. Hal ini menunjukkan begitu pesatnya aktivitas yang ada di kota Solo. Hal ini didukung dengan adanya banyak industri, sekolah, bahkan perguruan tinggi yang ada di kota Solo ini.

Kondisi yang demikian ini merupakan salah satu pertimbangan yang bagi para pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya di kota Solo ini. Dengan kondisi yang demikian membuat kota Solo mempunyai nilai tersendiri bagi para wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik yang hendak berkunjung ke kota Solo. Dengan banyaknya wisatawan yang datang ke kota Solo ini membuat banyak para pengusaha atau pelaku bisnis yang berniat untuk mengembangkan usahanya di kota ini.

Mengingat banyaknya wisatawan yang datang ke kota Solo maka permintaan akan kebutuhan penginapan yang ada kota Solo juga mengalami peningkatan. Dengan kondisi yang demikian maka tidak heran jika di kota Solo ini banyak berdiri usaha-usaha penginapan-penginapan, baik yang mulai dari wisma, pondok, losmen, sampai dengan hotel-hotel yang berbintang banyak berdiri di kota Solo ini.

Seiring dengan semakin banyaknya agenda kegiatan baik berskala nasional maupun internasional yang digelar di kota Solo, tidak heran apabila kota Solo menjadi semakin banyak dikunjungi oleh pelaku bisnis, wisatawan baik manca negara maupun domestik. Hal ini merupakan bukti semakin berkembangnya kota Solo sebagai kota kunjungan wisata dan bisnis. Hal ini juga didukung dengan adanya perkembangan pembangunan infrastruktur

yang ada di kota Solo yang semakin baik sehingga berdampak pada banyaknya investor yang ingin mengembangkan usahanya di kota Solo.

Dengan kondisi yang seperti ini tidak heran apabila perkembangan ini memberikan dampak terhadap usaha perhotelan yang ada di kota Solo. The Sunan Hotel Solo sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang akomodasi perhotelan yang ada di Solo merupakan perusahaan perhotelan yang baru, dimana dulunya bernama Quality Hotel Solo. Bergantinya nama The Sunan Hotel merupakan bentuk keberanian pihak manajemen hotel untuk melakukan ekspansi yang lebih bebas sehingga tidak terikat dari manajemen Quality yang ada di pusat.

Meskipun baru saja berganti nama, namun perkembangan dan tingkat penjualan jasa yang ada di The Sunan Hotel Solo termasuk dalam kategori hotel yang mempunyai tingkat penjualan yang tinggi. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang mendukung perkembangan dari The Sunan Hotel Solo. Selain kondisi dan kebijakan pemerintah kota Solo yang selalu gencar dalam meningkatkan promosi daerah dan potensi daerah yang ada, The Sunan Hotel Solo juga termasuk dalam hotel yang mempunyai aktivitas *branding* yang sangat baik, sehingga mendukung penjualan produknya.

Di bawah departemen *public relations* (PR) yang ada banyak sekali aktivitas *public relations* yang dilakukan oleh *public relations officer* The Sunan Hotel Solo dalam membangun *image* dan mendukung penjualan produknya. Sehingga tidak heran apabila The Sunan Hotel Solo selalu dapat memenuhi target hunian yang ditetapkan oleh pihak manajemen hotel.

Menurut bagas (2000: 104) pada penelitian yang terdahulu dengan judul “*Pengaruh Aktivitas Public Relations Terhadap Keputusan Pengunjung Menginap Di Hotel Sunan Solo* “ *Public relations* merupakan bagian penting dari perusahaan khususnya perusahaan perhotelan untuk lebih mendekatkan perusahaan dengan konsumen. *Public relations* sebagai ujung tombak dari perusahaan berfungsi sebagai media perantara antara pihak perusahaan dengan masyarakat melalui informasi yang diberikan oleh *public relations* tentang perusahaan terhadap produk perusahaan. *Public relations* merupakan suatu upaya untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dalam rangka membangun hubungan yang baik dengan konsumen maupun berbagai lembaga dan masyarakat demi tercapainya tujuan perusahaan. Citra perusahaan dapat terbentuk dengan baik melalui kerja *public relations* di masyarakat. Sehingga dalam hal ini *public relations* mempunyai peran besar terhadap kelangsungan perusahaan. *Public relations* juga dapat berperan dalam mempengaruhi konsumen terhadap produk perusahaan.

Mengingat peranan penting aktivitas *public relations* dalam mempengaruhi perilaku konsumen, maka dalam penelitian ini penulis ingin mengangkat permasalahan ini sebagai pembahasan dalam penelitian ini. Untuk itu dalam penelitian ini penulis memberikan judul : ” **STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF STRATEGI PUBLIC RELATIONS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE TAHUN 2011**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana strategi *Public Relations* yang dipakai untuk membangun *corporate image* di The Sunan Hotel Solo?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah maka tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk: ”Untuk mengetahui strategi public relations yang dipakai untuk membangun *corporate image* di The Sunan Hotel Solo”.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang berupa *public relations* dalam membangun *corporate image* ini, diharapkan akan bermanfaat:

- a. Bagi ilmu pengetahuan terutama ilmu komunikasi, diharapkan memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu manajemen komunikasi khususnya bidang *public relations*.
- b. Memberikan deskripsi tentang strategi *public relations* dalam membangun *corporate image* di The Sunan Hotel Solo. Deskripsi atau gambaran dan masukan bagi manajemen The Sunan Hotel Solo dalam upayanya membangun citra perusahaan.