

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Suatu proses untuk melaksanakan ide atau seperangkat aktivitas baru, dengan harapan dapat terciptanya suatu tujuan yang dapat tercapai, hal ini dapat disebut sebagai Implementasi. Sangat erat hubungannya dengan suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan agar dapat menguntungkan. Proses tersebut tentunya memerlukan suatu fokus yang jelas dengan adanya kegiatan yang dapat menjalin hubungannya dengan tamu pada bidang jasa.

Layanan yang diberikan oleh Hotel menjadi salah satu *point* yang dilihat oleh para tamu. Setiap Hotel pastinya selalu berkompetisi memberikan yang terbaik melalui inovasi ataupun kegiatan untuk diberikan kepada para tamu. Melihat pentingnya tingkat kualitas layanan jasa, maka aspek terpenting ialah mengelola hubungan dengan tamu.

Hal ini bertujuan untuk bisa menciptakan hubungan sosial yang baik, kita perlu memahami perilaku tamu agar bisa memberi produk ataupun jasa yang sesuai dengan keinginan para tamu. Pemahaman atas perilaku tamu yang baik juga akan memudahkan dalam memberikan pelayanan untuk menyediakan jasa dengan kualitas yang baik. Maka dari itu, peneliti meneliti bagaimana implementasi program *customer relations* dengan menggunakan proses *public relations* dimulai

dari tahapan perencanaan, tindakan & komunikasi hingga tahapan evaluasi karena hubungan dengan *customer* sangatlah penting. *Customer Relations* didefinisikan sebagai sebagai suatu rangkaian aktivitas sistematis yang dikelola sebagai usaha untuk semakin memahami, menarik perhatian, dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang menguntungkan (*Most Profitable Customer*) demi mencapai pertumbuhan perusahaan yang sehat.

Kegiatan *Public Relations* adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan *Public Relations* terbagi menjadi dua yaitu: *External Public Relations* dan *Internal Public Relations*. Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang *public relations*. Semua elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak terkait langsung dengan perusahaan. Antara lain: *community relations, customer relations, media & press relations, government relations*.

Kegiatan *Internal Public Relations* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi atau perusahaan tersebut. antara lain; *employee relations, stockholder relations, investor relations*.¹ Penelitian ini termasuk kedalam kegiatan *External Public Relations* yaitu *Customer Relations*.

Implementasi program *customer relations* di Horison Ciledug Jakarta melalui teknologi baru yang dapat mengubah persamaan, membuat orang

¹*Public Relations*. (2019, November 6). Retrieved from Dosen Pendidikan: <https://www.dosenpendidikan.co.id/public-relations-adalah/>

memungkinkan untuk tumbuh dengan makanan yang tidak biasa, yaitu pada salah satu tempat yang biasanya sulit untuk mendapatkan akses makanan. Teknologi tersebut adalah *urban farming*, kegiatan penanaman *urban farming* di Hotel Horison Ciledug Jakarta ini sudah berlangsung dari Bulan Februari 2019 dan diharapkan mendapatkan antusiasme dari para *loyal customer* yang berkunjung ke Hotel Horison Ciledug Jakarta.

Hotel Horison Ciledug Jakarta ialah Hotel yang baru beroperasi selama 3 tahun. Berlokasi di daerah perkotaan strategis dekat dengan akses tol, terletak di Jl. Ciledug Raya No.17 Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Hotel yang sangatlah unik, berbeda dengan Hotel lainnya. Hotel dengan fasilitas bintang empat (4) dengan sertifikasi Hotel Bintang tiga (3).

Lengkapya fasilitas yang diberikan oleh Hotel ini dan suasana yang bertemakan *European Hotel* menjadikan hotel ini nyaman, dilengkapi fasilitas kolam renang, *bath-up* untuk kamar *executive suite*, *high speed internet*, *restaurant indoor and outdoor & ballroom*.

Salah satu alasan lainnya mengapa tidak bisa menjadi hotel bintang empat (4) dikarenakan target market di daerah Ciledug yang memang dapat dijangkau setara dengan hotel bintang tiga (3). Lokasi Hotel Horison Ciledug Jakarta berada di daerah kota metropolitan ini, yang dimana sangat jarang untuk ditanami tumbuh-tumbuhan, tetapi Hotel Horison Ciledug Jakarta bisa memanfaatkan ruang *outdoor restaurant* menjadi sangat bermanfaat bahkan dapat meningkatkan citra positif Hotel.

Maka, ketika di Hotel Horison Ciledug Jakarta melakukan kegiatan penanaman *Urban Farming*, hal ini menjadi kesempatan yang baik dan juga kegiatan yang positif dalam mendukung penghijauan. Hotel Horison Group yang menaungi beberapa Hotel Horison di seluruh Indonesia mencatat, bahwa Hotel Horison Ciledug menjadi Hotel yang pertama dalam penanaman kegiatan *Urban Farming*. Dapat menjadi percontohan untuk seluruh Hotel Horison Group jika dari kegiatan *urban farming ini* terdapat antusiasme dan kesan positif dari tamu yang berkunjung ke hotel.

Kegiatan penanaman *Urban Farming* ini menjadikan Hotel Horison Ciledug semakin berinovasi dengan adanya ternak ikan nila, ikan lele dan juga adanya pemeliharaan burung *lovebird*. Kegiatan maupun program yang dicanangkan ini tidak lain dan tidak bukan bertujuan untuk implementasi program *customer relations*, dengan fokus awal ialah pemeliharaan pada penanaman kegiatan *urban farming*.

Keunggulan lainnya yang dimiliki Hotel Horison Ciledug Jakarta, menjadi peringkat nomor 1 Hotel di daerah Jakarta menurut penilaian dari *Tripadvisor* pada tahun 2019. Hal ini, terlihat bahwa tidak hanya berdasarkan harga, tetapi berdasarkan kemampuan Hotel untuk membantu *customer* menghasilkan nilai untuk mereka, juga membina hubungan jangka panjang, implementasi nya pada program *customer relations* melalui kegiatan penanaman *Urban Farming*.

Urban Farming ini juga bisa menghasilkan makanan sehat yang dapat dikonsumsi oleh *customer*. Penanaman *Urban Farming* untuk menjalani gaya hidup

sehat. Teknik pertanian perkotaan ini diklaim lebih ramah lingkungan. Dengan teknologi yang tepat, pertanian bisa pergi kemanapun dan itu telah menjadi tren baru dalam dunia pertanian di perkotaan. Adapun ketika seseorang berpindah dari desa ke kota, tentu sebuah kota akan mempersempit sebuah lahan atau tanah- tanah yang sebenarnya masih bisa ditanami sebuah ladang pertanian.

Urban farming tidak hanya bermanfaat dari segi ekonomi, namun juga kesehatan. *Urban farming* juga merupakan wujud upaya merevitalisasi lingkungan, menciptakan lahan hijau, mengurangi panas dan polusi udara. Konsep pertanian kota untuk masa depan, melihat besarnya keuntungan yang dapat diperoleh dari *urban farming*, pakar kebijakan publik dari *Austrsalian National University*, Robert Costanza lebih jauh mengungkapkan strategi yang perlu dilakukan oleh pemerintah kota, yaitu menjadikan *urban farming* sebagai bagian dari *urban planning* atau perencanaan tata kota di masa depan.²

Sangatlah unik, Hotel Horison Ciledug Jakarta pun memanfaatkan ruang terbukanya di kawasan *outdoor restaurant* yang menjadi lahan hijau produktif. Kegiatan penanaman *Urban Farming* ini juga dipilih sebagai salah satu program *customer relations* yang diteliti oleh peneliti karena suatu kegiatan yang memanfaatkan baik lahan maupun ruang yang ada sebagai solusi kota Hijau.

²Dekoruma, K. (2019, February 27). *Mengenal Urban Farming, Konsep Pertanian Kota untuk Masa Depan*. Retrieved from Dekoruma.com: <https://www.dekoruma.com/artikel/82123/urban-farming-konsep-pertanian-kota>

Kegiatan penanaman *Urban Farming* di Horison Ciledug Jakarta memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata para konsumennya.

Melalui kegiatan penanaman *Urban Farming*, hal tersebut dapat meningkatkan antusias tamu di Hotel Horison Ciledug Jakarta. Karena konsep pertanian kota tersebut sangat berpengaruh hubungannya kepada tamu. Dalam aksinya, tamu dapat melakukan aktivitas dengan berkontribusi terhadap ruang terbuka hijau dan ketahanan pangan tersebut. Hal ini, membuat tamu semakin tertarik untuk melakukan kegiatan *Urban Farming*.

Maka, peneliti ingin mengetahui bagaimana implementasi program *customer relations* melalui kegiatan penanaman *urban farming* tersebut. Peneliti menggunakan tahapan proses *public relations* sebagaimana yang diajukan oleh Cutlip, Center & Broom, proses *public relations* tentunya ada 4 tahapan. Pada penelitian ini, peneliti fokus pada tahapan perencanaan dari implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta, kemudian pada tahapan tindakan dan komunikasi, yaitu tahap ketiga yang mencakup pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap *public* demi mencapai tujuan program.³ Dan juga pada tahapan Evaluasi dari Implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *Urban farming*.

³ Cutlip, Scoot M and Center, Allen. H and Broom, Glen M. *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011. h.320

Pertanyaan dalam tahapan ketiga adalah, “siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, serta kapan, di mana dan bagaimana?” Tahapan aksi dan komunikasi ini yang tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan nya dan apa yang dikomunikasikan dan tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini, yaitu tentang Implementasi program *Customer Relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan *Urban Farming*.

Di *New Jersey*, kota-kota seperti Camden dan Trenton menjadi lebih padat karena mereka mengkonversi ke dalam ruang perkotaan. Sehingga ketika seseorang ingin melakukan kegiatan bertanam, akan melakukan kegiatan *urban farming*. *Urban Farming* adalah konsep memindahkan pertanian konvensional ke pertanian perkotaan, yang berbeda ada pada pelaku dan media tanamnya.

Pertanian konvensional lebih berorientasi pada hasil produksi, sedangkan *urban farming* lebih pada karakter pelakunya.⁴ Horison Ciledug Jakarta dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berkomunikasi langsung secara efektif dengan pelanggan melalui kegiatan penanaman *Urban Farming*, hal ini dapat mempengaruhi pikiran pelanggan dan dapat mempertahankan pelanggan dengan membina hubungan jangka panjang.

Dalam penelitian ini peneliti melaksanakan periode riset ini dimulai dari Bulan Maret 2019 sampai dengan Desember 2020. Karena dalam jangka satu tahun

⁴ Aprilia Ramadhina, Gaya Hidup, Lingkungan, Ragam Asri (2018, Aug 14) retrieved from <http://majalahasri.com/apa-itu-urban-farming/>

tersebut, Hotel Horison Ciledug mulai mencanangkan kegiatan penanaman *Urban Farming*. Beberapa kegiatan di dalamnya juga dilakukan oleh beberapa karyawan Hotel Horison Ciledug Jakarta agar program bagi *customer* dapat terimplementasikan dengan baik melalui kegiatan penanaman *urban farming*.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut untuk penyusunan skripsi, dengan Judul: **“Implementasi Program *Customer Relations* di Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *Urban Farming*.”**

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut yang dituangkan pada Fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana langkah perencanaan implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*?
2. Bagaimana langkah tindakan dan komunikasi implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*?
3. Bagaimana langkah evaluasi implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui langkah perencanaan implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*.
2. Untuk mengetahui langkah tindakan dan komunikasi implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*.
3. Untuk mengetahui langkah evaluasi dari implementasi program *customer relations* di Hotel Horison Ciledug Jakarta melalui kegiatan penanaman *urban farming*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan mengenai teori-teori mengenai teori komunikasi, khususnya informasi mengenai *Customer Relations* dan *Urban Farming*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi bagi pengembangan ilmu Komunikasi khususnya pada pihak Hotel Horison Ciledug Jakarta dalam pengembangan pemberian informasi tentang hubungan dengan tamu melalui kegiatan penanaman *Urban Farming*.