BAB III

TEMUAN PENELITIAN

A. Strategi marketing Humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam Promosi

Setelah melakukan beberapa pengumpulan data dan analisis data, penulis menemukan strategi utama yang dilakukan humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam usaha memasarkan produk dan jasa menurut Wita Agustina humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam wawancara "Mempromosikan Hotel Atau Produk Kita Selalu Bekerjasama Dengan Semua Media Seperti Radio Dan Media Cetak".[1]

Strategi dalam memanfaatkan media ini dinyatakan oleh pegawai divisi humas itu sendiri.Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin memiliki strategi dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang tercakup dalam kegiatan strategi Humas yaitu dalam pemasaran seperti

1. *Sales Blast*

   Salest Blast Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin adalah memasarkan penjualan secara besar-besaran melalui media cetak, radio dan juga media sosial

2. *Email Blast*

   *Email Blast*pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dengan mengirim pesan singkat ke semua pelanggan yang memiliki potensi menerima pesan kita

3. *Event* Promo

   Strategi ini merujuk pada suatu kegiatan yang berkerjasama dengan pihak luar dalam sebuah event untuk promosi

Kegiatan tersebut merupakan penerapan dalam strategi humas di Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam mempromosikan hotel atau jasa yang tersedia. Untuk itu dalam menjalankan atau menerapkan strategi tersebut pihak divisi humas

[1] Sumber wawancara

memiliki tahapan/langkah-langkah agar strategi yang dilakukan terlaksana dan juga mencapai target yang di inginkan .

"Strategi marketing yang kita gunakan dengan cara *Sales Blast, Email Blast, Promo Promo Event.* yang dimaksud *sales blast* itu ya kita memasarkan penjualan secara besar-besaran melalui media cetak radio itu salah satu caranya, untuk *email blast* kita cuman mengirim pesan singkat ke semua pelanggan yang dikiranya merespon pesan kita. Untuk promo event banyak ya salah satunya bekerjasama dengan pihak luar tertentu".[2]

Langkah-langkah dalam menerapkan strategi marketing oleh divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin sebagai hasil dari wawancara dari wita agustina selaku pihak humas hotel berpendapat sebagai berikut:

1. Solusi

Ini adalah apa yang benar-benar dicari dan diinginkan pelanggan. Bila produk dan jasa Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin terbukti jelas dalam pemecahan masalah yang besar, setengah dari pekerjaan pemasaran divisi humas dinyatakan telah berhasil. hotel dan jasa yang memiliki permintaan tinggi akan mendapatkan perhatian pertama dan lebih sering. Berikan target pasar hotel apa yang mereka inginkan atau apa yang membuat mereka tertarik untuk melihat. Mencari kerjasama yang bersangkutan

2. Penetapan Target Pasar Dalam Membuat Strategi

Pemasaran tidak mencapai target akan diklasifikasikan sebagai pemborosan, tidak efisien. Kegiatan pemasaran yang mencapai target pasarnya tergolong menarik, efektif dan sangat efisien. Dengan kuncinya berupa untuk dapat memberikan target pasar Anda sesuatu yang menarik bagi mereka. Pelancong dari luar banjarmasin biasanya datang ke Banjarmasin untuk urusan bisnis jadi kita manfaatkan dalam sigmentasi bisnis. Seperti menyangkutpautkan dalam penggunaan ruang rapat yang tersedia di Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin.

3. Media Menjadi Sarana Dalam Strategi Marketing

[2] Ibid

Dalam hal ini menentukan media yang ingin digunakan dalam strategi ini sebagai sarana promosi, misalnya target kita yang kebanyakan pebisnis lingkupnya koran, majalah dan juga media elektronik seperti media sosial menjadi sarana yang cukup efektif untuk mempromosikannya.

"Pertama-tama langkah yang kita lakukan tuh tertuju solusi seperti ketika kita membuat sebuah terobosan baru dan pastikan hal itu sangat dibutuhan oleh pelanggan. Untuk target pasar kita juga harus lebih diperhatikan untuk di banjarmasin sendiri kebanyakan tuh pendatang datang untuk urusan bisnis jadi kita manfaatkan dalam sigmentasi bisnis. Selanjutnya kita menentukan media apa yang perlu digunakan kan tadi kita mengadakan strategi marketing dengan target para pebisnis jadi untuk media kita gunakan surat kabar, media elektronik dan juga baliho kaya gitu."[3]

Setiap kegiataan yang berhubungan dengan strategi pemasaran pasti akan dilakukan di divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin, dalam lingkupnya target yang ingin dicapai harus selalu dicapai dalam penerapan strategi tersebut agar Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin maju berkembang.

Dalam menunjang kegiatan yang diadakan oleh humas Golden Galaxy Hotel Banjarmasin biasanya pihak hotel memberikan target bagi divisinya dan untuk itu rapat divisi sering diadakan untuk menentukan jadwal tahunan dalam strategi marketing pemasaran agar terkonsep dalam setiap e*vent* promosinya.

"Kerjaan humas kita tuh banyak ya terus juga lingkupnya besar jadi untuk pihak divisi lain memberikan dukungan dan bantuan terhadap divisi kita, terus kita biasanya mengadakan rapat tahunan untuk evaluasi dan juga perencanaan biar kedepannya kerjaan divisi humas udah terkonsep."[4]

Kerterkaitan dengan pihak luar divisi maupun hotel saat menerapkan strategi *marketing* sudah sering terjadi. Dalam hal ini biasanya media cetak ataupun radio, untuk pihak luar divisi sendiri biasanya kita bekerja sama dengan divisi *Entertaiment General Manajer* dan *Financial controler.*

"Untuk pihak hotel sendiri tapi beda divisi pasti sering ya seperti kerjasama dengan divisi *Entertaiment General Manajer* dan *Financial controler* karena ini kan untuk tujuan hotel sendiri jadi antara divisi kita dan divisi lain harus saling komunikasi. Nah untuk kerjasama pihak luar hotel biasanya sih pihak media kaya radio atau media cetak."[5]

---

[3] Ibid
[4] Ibid
[5] Ibid

Dalam segi pemasaran yang efektif new media menjadi jalan strategi marketing dalam mempulikasikan promonya tersebut, untuk target marketing itu sendiri hampir semua pelanggan mengunakan new media dalam kebutuhan sehari-harinya.

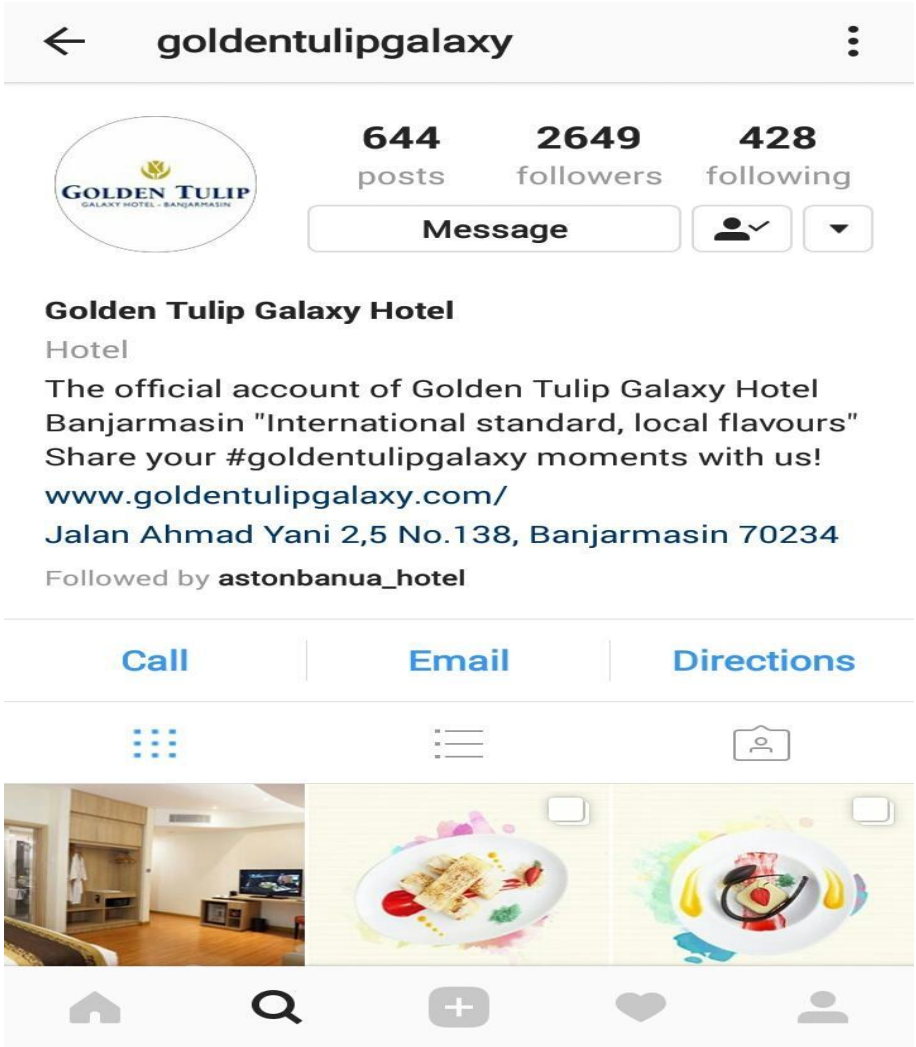
Hal ini menjadikan *new media* menjadi sarana efektif bagi pihak humas dalam strategi marketing nya dalam wawancara dengan pihak divisi humas GoldenTulip Galaxy Hotel Banjarmasin menurut wita agustina humas golden tulip galaxy hotel sangat efektif tentunya dan dalam setiap marketing kita pasti melakukan strategi marketing untuk persennya ya sekitar 85% target kita yang tercapai dan itu cukup memuaskan. "Sangat efektif tentunya dan dalam setiap marketing kita pasti melakukan strategi marketing untuk persennya ya sekitar 85% target kita yang tercapai dan itu cukup memuaskan ". [6]

New media yang sering digunakan oleh pihak hotel dalam mempromosikan hotel/jasa yaitu berupa

1. Instagram

   Untuk Instagram Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin sendiri mempunyai id goldentulipgalaxy yang dipegang langsung oleh pihak humasnya, dalam publikasi di instagram sendiri biasanya pihak hotel mempublikasikan gambar kamar, gambar makanan dan juga event promo yang akan diadakan serta kegiatan-kegiatan promosi dan tentunya dalam bentuk visual yang menarik dengan hastaq tertentu.

[6] Ibid



Gambar 3.1

Gambar account Instgram pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin.

2. Facebook

   Tidak jauh berbeda dengan media sosial Instagram divisi humas juga membuat account dengan id @goldentulipgalaxyBJM, di facebook sendiri divisi humas mempublikasikan tentang ulasan hotel dan juga visual dan tulisan kamar dan makanan serta promo yang ada, dan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berkomentar langsung dan langsung ditanggapi oleh divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin.

Gambar 3.2

Account Facebook

"Zaman semakin berkembang ya apalagi dalam bentuk digital, dan kita tau pelanggan hampir semua memakai gadget untuk kebutuhan. Dan untuk sosial media sendiri sudah sangat populer. Untuk itu kita lebih berpikir menjadikan sarana promo kita. untuk media sosial yang kita gunakan kebanyakan diminati banyak pelanggan *Email*, *instagram* dan *facebook*, untuk Instagram dan facebook kan basic nya tidak cuman tulisan tapi juga visual jadi ada kelebihannya."[7]

[7] Ibid

B. Strategi pemasaran humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin melalui *new media* sebagai sarana promosi

1. New Media Sarana Promosi

Sebagai pengguna gadget hal ini menjadikan *new media* menjadi kebutuhan yang penting, dan menjadikan manfaat bagi pihak hotel dalam mempromosin segala sesuatunya seperti visual gambar kamar dan makanan yang di sediakan oleh pihak hotel dan juga promo-promo disetiap *event.*

Dalam menarik minat pelanggan sendiri pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin mengadakan *event* yang biasanya terjadi dihari-hari besar ataupun peringatan seperti hari pahlawan dan juga tahun baru dengan mengadakan event promo bagi yang mengupload tentang hari pahlawan dengan *hastaq* dan *tag* ke Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dan akan dipilih pemenang nya, dan bagi yang menang akan diberikan promo khusus dari pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin. Hal ini menjadi nilai promosi bagi pihak hotel dalam mengenalkan produk/jasa hotel lebih jauh.

> "Untuk konsep kita pendekatan ke pengguna new media itu sendiri, seperti up to date kata orang jaman sekarang dan juga seperti hari-hari spesial terkadang kita mengadakan event di new media kaya di instagram untuk hari nasional kita mengadakan kontes mengupload kegiatan nasional pengguna instagram dengan hastaq hari nasional dan juga tidak lupa tag kepihak kita, dan untuk pemenang itu bakalan mendapatkan diskon dari kita. dan itu kadang peminatnya lumayan banyak".[8]

Untuk publikasi di new media Ig dan Facebook sendiri Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin biasanya menampilkan visual kamar serta makanan yang tersedia di resturant hotel dan juga kegiataan-kegiatan promosi hotel dengan tampilan yang menarik.

[8]Ibid

Gambar 3.3

Visual kamar yang tersedia Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin di *Account New Media Instagram*

Gambar 3.4

Visual makanan yang di upload di new media Instagram

Gambar 3.5

Visual makanan yang diupload di Instagram

Gambar 3.6

Visual Event Yang Diadakan Oleh Golden Tulip Galaxy Hotel

Gambar visual event yang diadakan oleh Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin yang bekerjasama dengan pihak luar seperti MANDIRI, GARUDA INDONESIA, TIKI serta RADIO J dan banyak lainnya. Untuk memberikan kesan maksimal dalam acara event menyambut Tahun baru pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin menampilkan berbagai macam pertunjukan yang meriah dengan bekerjasama dengan entertainer dan memberikan hiburan yang diinginkan pelanggan.

Seperti acara tahun baru 2018 Golden tulip galaxy hotel mengadakan acara party menyambut tahun baru 2018, tema party tersebut adalah Superheroes villain party yang mengundang berbagai macam hiburan seperti acara musik band dan dj

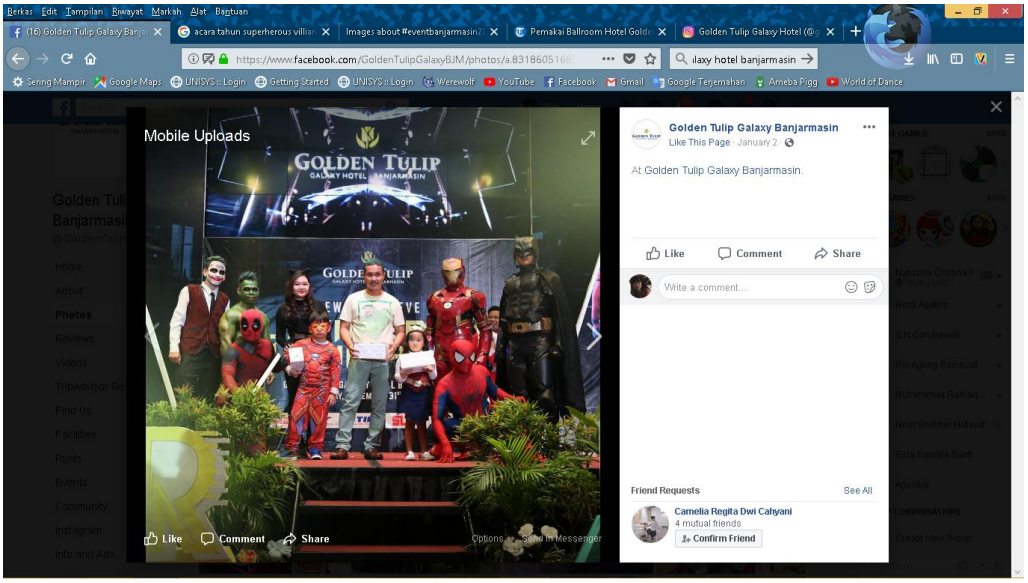
sampai pergelaran seni seperti sulap dan painting face dan ada juga pertunjukan busana modeling. Untuk idr sendiri yaitu 350.000 nett sudah sama makan malam dan BBQ yang disediakan oleh pihak hotel.

Dan acara tersebut cukup meriah karena didatangi berbagai kalangan mulai dari anak kecil sampai orang dewasa. Untuk hiburan anak kecil sendiri yaitu bagaimana para bintang tamu sendiri memakai kostum superhero yang populer dikalangan anak kecil sekarang seperti spiderman, batman dan superman sehingga cukup di senangi anak-anak. Dan untuk memeriahkan acara tahun baruan di golden tulip galaxy hotel. Pihak penyelenggara mengadakan undian berhadiah menginap di hotel tersebut di grand suite room.Setelah acara selesai tidak lupa bagi pihak humas dalam mempulikasikan acara tahun baru tersebut di instagram terkait dalam strategi pemasaran itu sendiri.

Gambar 3.7

Visual gambar yang menampilkan acara kegiatan tahun baru yang diselenggarakan hotel

Dan untuk new media Facebook sendiri sama seperti instagram dalam mengulas produk dan jasa yang dilakukan hotel, terlebih lagi di facebook kita dapat melihat ulasan hotel tersebut dan seperti halnya instagram facebook juga dapat meninggalkan sebuah komentar dari netijen di kolom disetiap gambar yang di upload.



Gambar 3.8

Visual Gambar yang menampilkan acara tahun baru di hotel melalui facebook.

2. Strategi Marketing Humas Dalam Mempublikasikan Sebuah Event Di Sosial Media

Suatu event diolah untuk memberikan kepentingan pihak hotel dan pelanggan dalam hal ini humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam mengolah suatu event acara harus dilakukan beberapa tahap menyesuaikan segment pasar yang diminati, melalui

a. Observasi

Melakukan pengamatan terhadap pelanggan, keinginan pelanggan serta hal-hal yang menarik bagi pelanggan.

a. Survey

Melakukan wawancara langsung terhadap pelanggan yang datang maupun yang di sosial media, hal itu membarikan kita masukan ebih bagaimana event sesuai dengan sigmentasi.

Observasi dan survey dilakukan untuk mengukur target pasar yang ingin dicapai apakah relevan dengan event yang akan adakan.

"Mengolah suatua cara berdasarkan segment pasar yang diminati melalui observasi mengamati pelanggan apa yang diinginkan serta yang dibutuhkan dan survey dengan cara mengasih beberapa pertanyaan kepada pelanggan yang datang dan meng update semua sosial media yang ada dengan visual yang menarik yang telah kita buat". [9]

Untuk strategi marketing yang dilaksanakan dengan cara mengolah suatu event untuk promosi hal ini menjadi acuan untuk mencapai target yang diinginkan oleh divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin. Dan menjadikan keuntungkan pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dan juga pihak pelanggan serta pihak yang berkerjasama.

Untuk sebuah event sering kali divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin melakukan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu agar mudah dalam mencapai target marketing. Dan kerjasama yang sukses dalam menerapkan strategi marketing Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dengan pihak lain terkait new media.

a. Mengadakan fire drill training yang berkerjasama dengan pihak pemadam kebakaran wilayah banjarmasin, dalam latihan mengantisipasi pertolongan pertama dalam kebakaran yang dilakukan di halaman hotel dengan melibatkan karyawan hotel.
b. We could be a hero adalah bentuk event donor darah yang diselanggarakan oleh pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin yang berkerjasama dengan pihak luar salah satunya palang marah indonesia dll untuk khalayak yang ingin

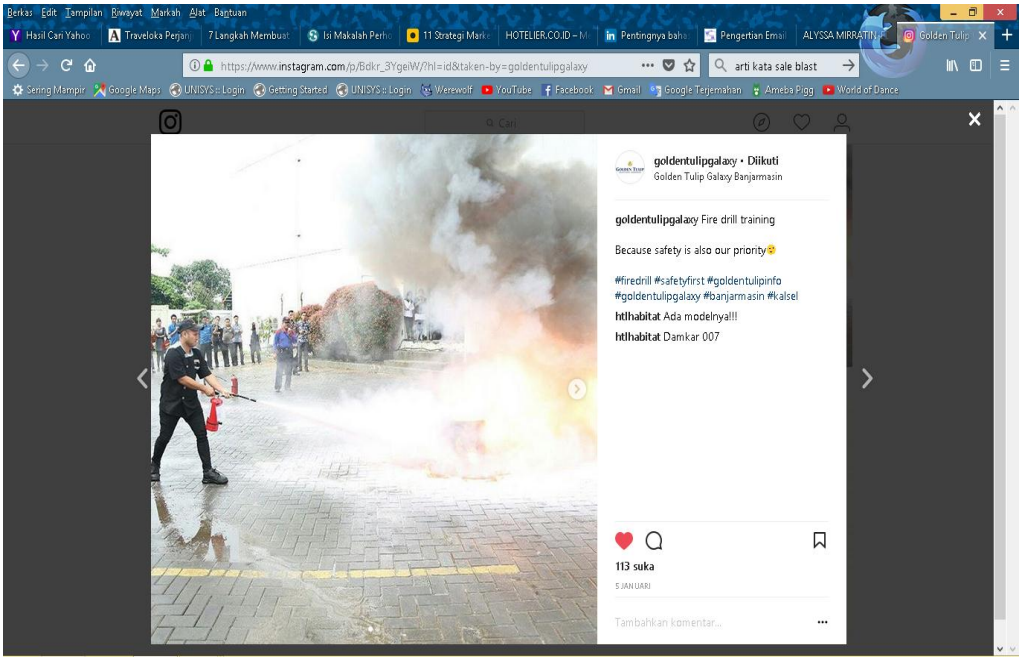
[9] Ibid

mendonorkan darahnya sebagai bentuk partisipasi pihak hotel akan memberikan *reward* kepada pendonor bagi yang mengupload di Instagram dengan hastag tertentu dan di taq ke pihak hotel.

c. Berkerjasama dengan tribun harian banjarmasin bagi member tribun family akan mendapatkan potongan harga dalam penyewaan kamar serta pembelian makanan di Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin.

d. Bekerjasama dengan pihak traveloka tentunya dalam pemasaran yang memudahkan bagi khalayak untuk pemesanan kamar hotel.

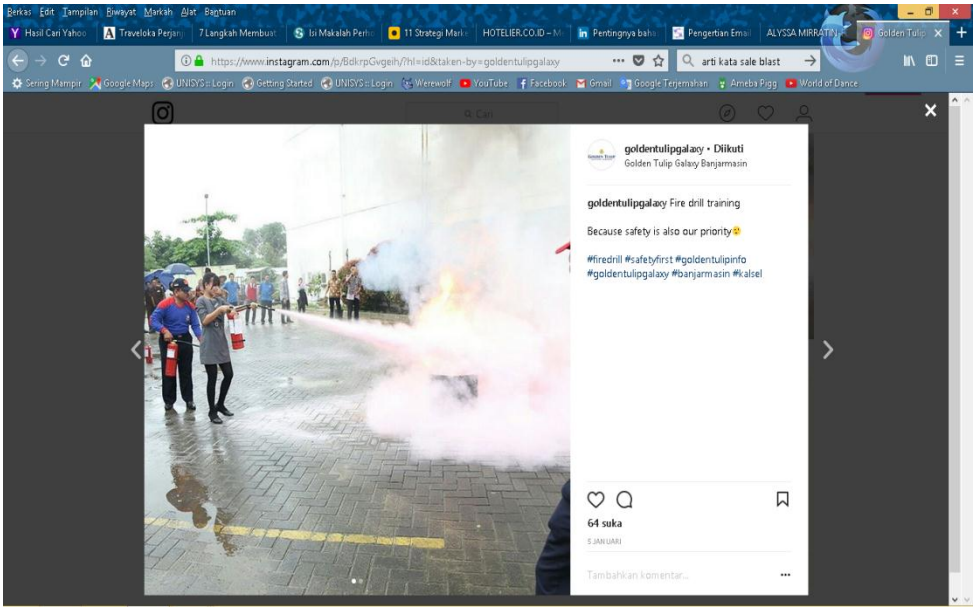
”lumayan banyak ya salah satunya seperti traveloka dan juga seperti acara event yang kita adakan di new media yang bersangkutan dengan pihak luar seperti pemerintahan setempat dalam mengadakan donor darah atau juga bumi hijau nah itu kerjasama yang kita lakukan dengan pihak pemerintah dengan menggunakan new media sebagai sarana pemasarannya. Berkerjasama dengan tribun harian banjarmasin bagi *member tribun family* akan mendapatkan potongan harga dalam penyewaan kamar serta pembelian makanan”.[10]



Gambar 3.9

Keterangan kegiatan fire dri training part 1

[10] Ibid

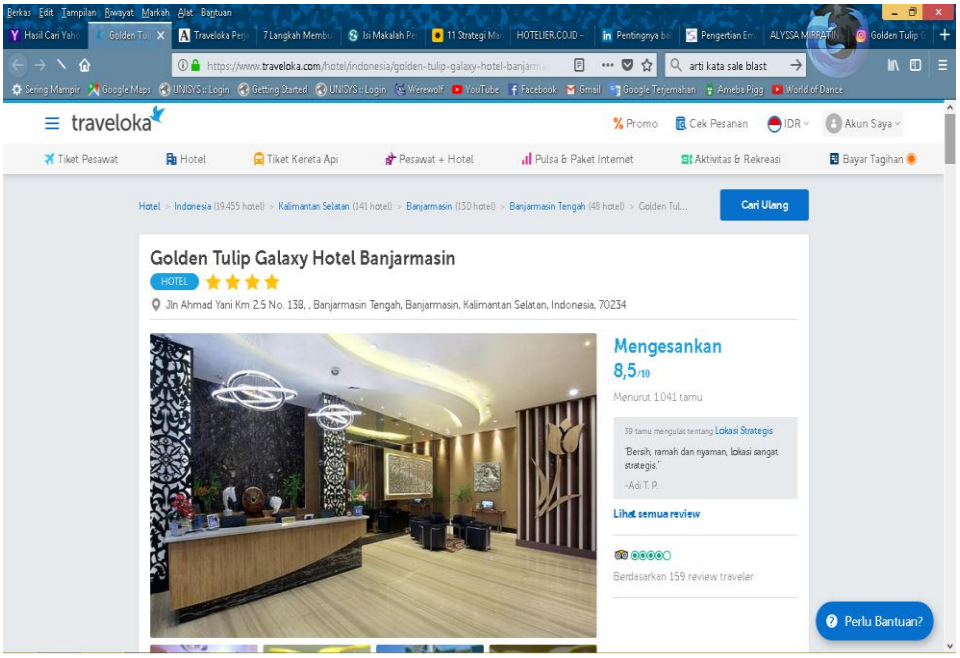


Gambar 3.10

Keterangan kegiatan fire dri training part 2

Gambar 3.11

Ket. Kegiatan donor darah yang berkerjasama dengan PMII dan juga perusahaan lain.



Gambar 3.12

Keterangan Kerjasama dengan pihak traveloka dalam segi publikasi pemasaran produk dan jasa.

Dalam kerjasama yang dilakukan pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin denga pihak lain terkait new media memberikan dampak signifikan dalam segi promosi, untuk mengenalkan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin lebih jauh tentunya.

Penggunan new media yang masih sangat baru menjadikan divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin harus belajar lebih banyak lagi. Untuk hal itu disetiap segala yang berhubungan dengan new media tidak semua halnya berjalan dengan baik.

C. STRATEGI MARKETING HUMAS ASTON BANUA HOTEL & CONVENTION CENTER DALAM PROMOSI

Kegiatan utama dari divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center dalam membangun citra hotel juga tidak lepas dari bagaimana humas Aston Banua Hotel & Convention Center mencari keuntung dalam segi pemasaran. Oleh karena itu

pihak humas Aston Banua Hotel & Convention Center selalu menerapkan strategi marketing dalam setiap kegiatan event atau promosinya.

Dalam menerapkan strategi tersebut divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center selalu membuat perencanaan yang matang agar target yang diinginkan tercapai. Tidak lepas dari strateginya promosi menjadi salah satu jalan pemasaran yang efektif dan efisien dengan bekerjasama dengen semua media yang ada seperti radio, media cetak serta new media.

Update semua media sosial yang ada untuk publikasi promosi yang ditawarkan pihak Aston Banua Hotel & Convention Center dan juga dengan membuat visual seperti baliho ataupun videotron untuk mempromosikan Aston Banua Hotel & Convention Center. Hal ini menjadi kegiatan rutin divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center dalam strategi pemasaran promosi hotel.

"Dengan cara merencanaakan hal tersebut dengan matang serta mempromosikan dengan *all media* (radio dan media cetak), update semua media sosial, memasang baliho untuk semua promosi Aston Banua Hotel & Convention Center." [11]

Langkah-langkah terpenting yang dilakukan divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center dalam strategi marketing promosi event sendiri Seperti yang diungkapkan wawancara dengan humas Aston Banua Hotel & Convention Center Saudari Keke fitria.

"Pertama yaitu dengan cara pendekatan kesemua media (radio dan media cetak) hal tersebut agar promo yang kita sampaikan dengan baik oleh pihak media dan disampaikan dengan akurat, tahap selanjutnya di adakan press release (promo) ke semua media yang ikut bekerjasama".[12]

Dalam menunjang kerja divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center dalam menerapkan strategi marketing pihak divisi huma membuat kalender event tahunan serta juga memberikan jarak dalam sebuah event agar event selanjutnya berjalan matang dan akurat dengan tidak maksud lain yaitu mendatang kan masa yang lebih banyak sesuai ekspetasi target. "Dengan cara membuat kalender event tahunan

[11] Ibid
[12] Ibid

serta juga memberikan jeda dalam sebuah event agar event selanjutnya berjalan dengan baik, tujuannya untuk mendatangkan masa yg ditargetkan tercapai."[13]

Kerjasama yang dilakukan pihak Aston Banua Hotel & Convention Center dalam strategi marketing sering terjadi seperti kerjasama dengan beberapa perusahaan rokok serta juga pihak media tentunya sangat membantu dalam segi publikasi "Ada, seperti kerjasama dengan beberapa perusahaan rokok serta juga pihak media tentunya yang sangat membantu dalam memasarkan."[14]

Dalam penerapan strategi marketing yang dilakukan divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center biasanya sangat efektif untuk mencapai tujuan sekitar kurag lebih 80 % target yang tercapai hal yang membuat kurang dari 100 % karena kadang kurang koordinasi antara pihak satu dengan pihak lain dan juga kurang akurasi terhadap daya tarik pelanggan. "Kurang lebih di 80 % target tercapat hal itu disebabkan kadang kurang koordinasi antara pihak pertama dan selanjutnya sehingga terdapat miss."[15]

Seperti contohnya pesan yang tidak sampai ke pelanggan seperti radio yang pada jaman sekarang minat dalam mendengarkan radio sudah berkurang serta media cetak seperti koran tidak semua pasar Aston Banua Hotel & Convention Center menbaca surat kabar setiap saat.

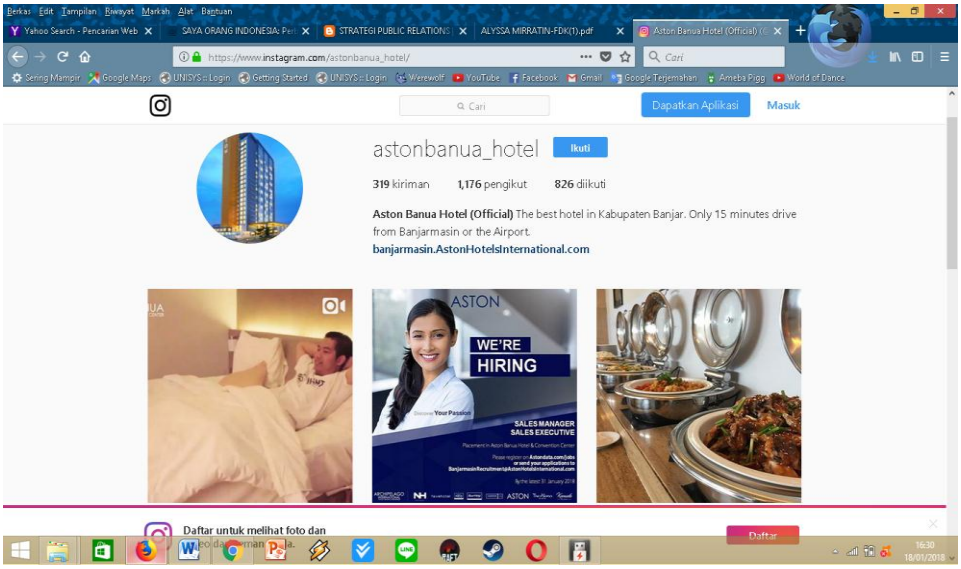
Oleh karena itu untuk sigmen ini new media hadir dan dibutuhkan menjadi tambahan publikasi promo yang di laksanakan hotel. Oleh sebabnya jaman sekarang gadget menjadi kebutuhan pokok yang tidak lepas. Dan menjadikan *new media* hal yang dikonsumsi oleh khalayak setiap saat.

Dalam memasarkan hotel dan produk ke konsumen umum, *new media* menjadi *alternatif* lain, oleh karena itu divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center membuat *sosial media* yang kebanyakan dikonsumsi oleh khalayak banyak dalam kata lain populer yaitu

1. Instagram

[13] Ibid
[14] Ibid
[15] Ibid

Untuk instagram sendiri bisa dicari dengan username @astonbanua_hotel, dalam publikasi di Instagram sendiri Aston Banua Hotel & Convention Center biasanya mempulikasikan tentang hotel dan makanan yang tersedia di restoran hotel serta juga event promosi dan kegiatan yang dilakukan pihak Aston Banua Hotel & Convention Center. Dalam mengupload promo gambar tersebut biasanya pihak humas menggunakan hastag tertentu.

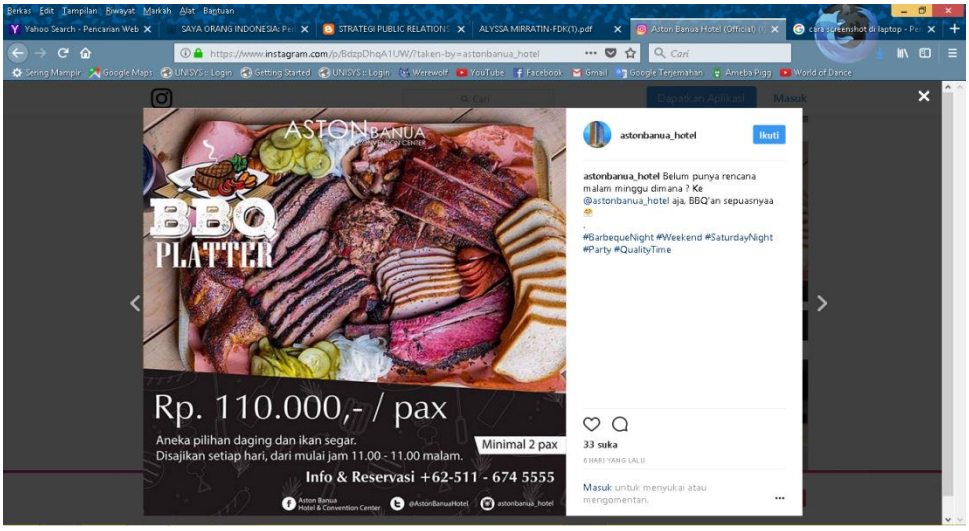


Gambar 3.13

Ket. Gambar Instagram Aston Banua Hotel & Convention Center

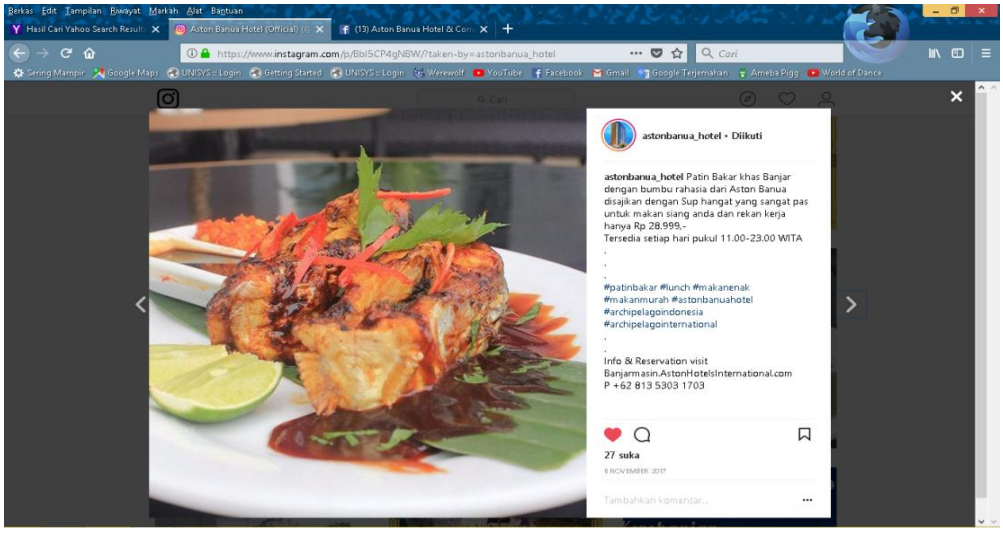
Gambar 3.14

Ket. Gambar Promo yang diadakan Aston Banua Hotel & Convention Center



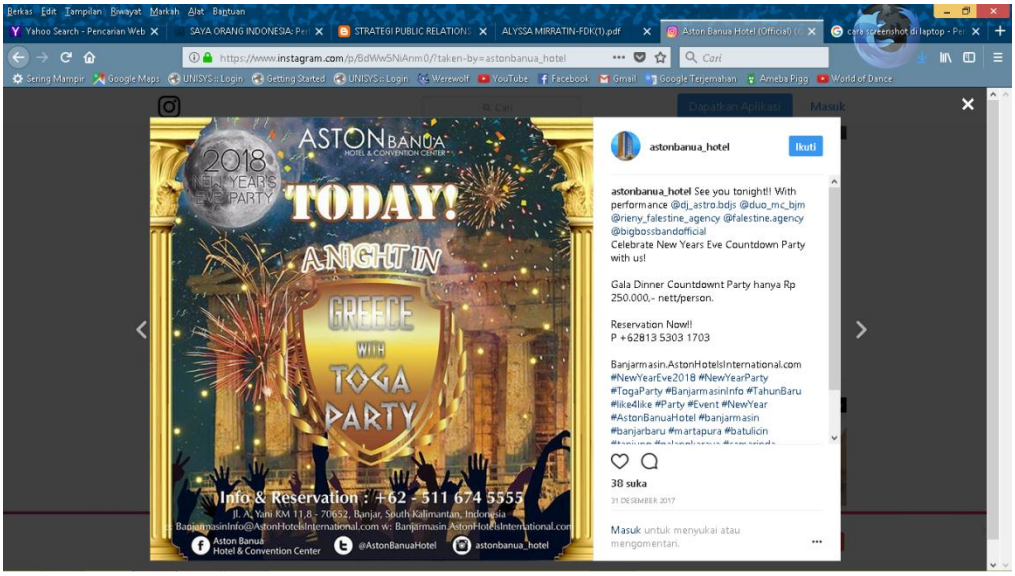
Gambar 3.15

Ket Gambar Menu Makanan Yang Tersedia Di Restoran Aston Banua Hotel &Convention Center



Gambar 3.16

Ket Gambar Publikasi Makanan Yang Tersedia Di Aston Banua Hotel & Convention Center

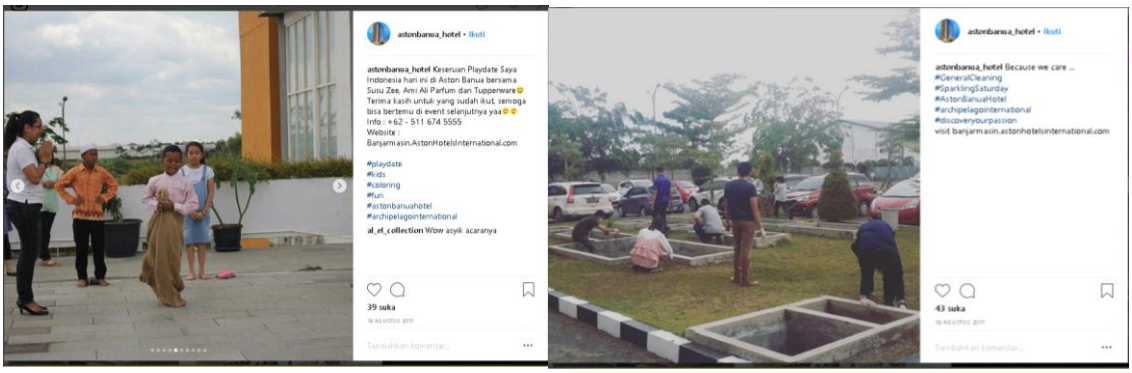


Gambar 3.17

Ket Gambar Event Promo Yang Diadakan Di Aston Banua Hotel &Convention Center

Dalam menyambut hari kemerdekaan indonesia tahun 2017 aston banua hotel & convention center mengadakan beberapa acara dalam merayakan kemerdakaan. Acara upacara bendera di halaman hotel yang dihadiri staff-staff hotel, acara bersih-bersih sampai lomba 17an yang untuk kalangan anak-anak.

Untuk acara lomba 17an itu sendiri berkerjasama dengan susu zee, Ami ali Parfum dan Tupperware, dimana berbagai macam lomba seperti lomba mewarnai buku gambar dan lomba balap karung. Anak-anak antusias dalam acara yang diselenggarakan oleh pihak hotel.



Gambar 3.18

Ket Gambar Kegiatan Yang Diadakan Aston Banua Hotel &Convention Center dalam menyambut HUT RI

"Untuk id nya bisa dicek dengan username untuk Instagram @astonbanua_hotel seperti halnya kebanyakan New media yang popouler kita juga mengimbanginya seperti *Facebook*,. Untuk id nya bisa dicek dengan username untuk username facebook aston banua hotel & convention center."[16]

Strategi penggunaan New media seperti facebook sama dengan Instagram ketika Instagram update dan facebook pun akan update dengan tema yang sama agar dalam menjangkau khalayak lebih luas. Yang mungkin khalayak ada yang tidak menggunakan sosial media Instagram tetapi mempunyai facebook dan sebaliknya.

D. Strategi Marketing Humas Aston Banua Hotel & Convention Center Melalui New Media Sebagai Sarana Promosi

1. New Media sarana promosi

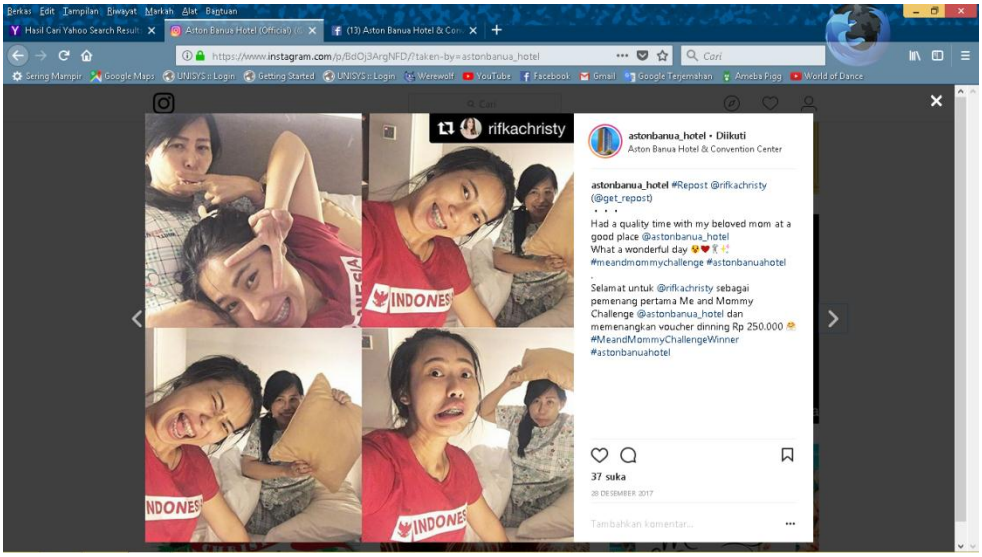
Strategi direncanakan dengan matang untuk mencapai target yang diinginkan serta dalam strategi diperlukan evaluasi seperti halnya media yang digunakan, apabila dari segi persepsi new media menjadi sarana yang lebih efektif dan lowbudget menjadi pertimbangan bagi divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center.

Untuk itu strategi yang matang diperlukan dalam melaksanakan marketing promosi tersebut, tidak lepas dari bagaimana kita menawarkan produk dan jasa,pihak

[16] Ibid

divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center juga memiliki tujuan dalam menarik minat dan perhatian konsumen/masyarakat luas khususnya di new media. Yaitu dengan cara mengadakan sebuah *event* atau *challenge* disetiap memperingati hari-hari besar sepert hari ibu contohnya. Aston Banua Hotel & Convention Center membuat event challenge untuk berfoto bersama ibu mereka dan di tag ke Instagram pihak Aston dan seterusnya untuk pemenang yang di tentukan oleh divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center akan diberikan reward seperti potong harga.

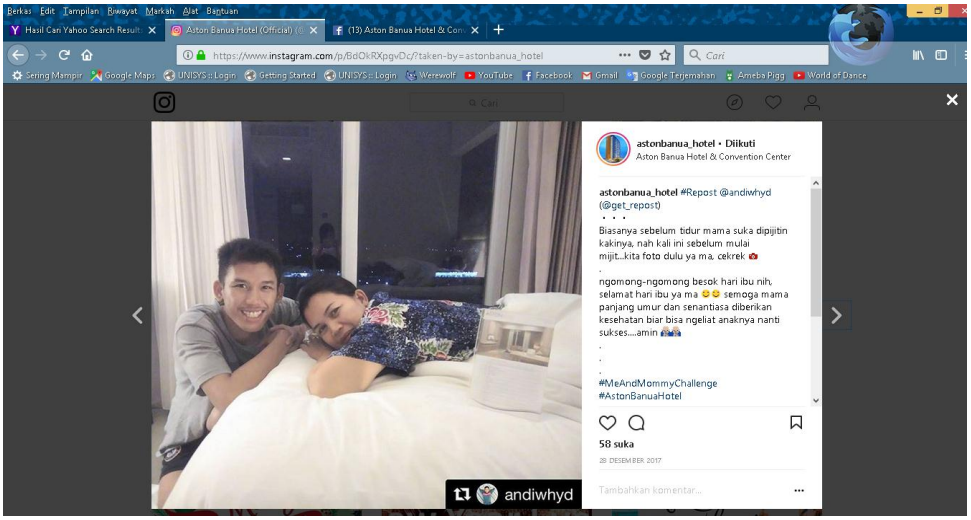
"Dengan mengadakan beberapa challenge disetiap hari-hari besar seperti hari ibu contohnya. Aston Banua membuat *challenge* untuk foto bersama ibu dan di *tag* ke Instagran pihak Aston dan kita akan memberikan r*eward* bagi fotonya yang dipilih sebagai pemenang seperti potongan harga."[17]



Gambar 3.19

Ket Gambar Kontestan Menang Dalam Challenge Hari Ibu Yang Diadakan Aston Banua Hotel & Convention Hotel part 1

[17] Ibid



Gambar 3.20

Ket Gambar Kontestan Menang Dalam Challenge Hari Ibu Yang Diadakan Aston Banua Hotel & Convention Hotel part 2

Event challenge ini diadakan wujud dari perayaan hari ibu dimana sebagain pengguna instagram yang saat itu menginap di aston banua hotel & convention center. Dalam hal ini keantusiasan pelanggan untuk ikut kontestan membuat hotel menjadikan new media menjadi sarana promosi.tidak halnya menarik membangun hubungan dengan baik dengan pelanggan, pihak divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center juga memiliki strategi dalam mengunakan new media sebagai sarana publikasi event yang akan diadakan.

2. Strategi Marketing Humas Dalam Mempublikasikan Sebuah Event Di Sosial Media

Salah satu strategi yang digunakan saat event ingin dilaksanankan dengan cara menggunakan new media adalah dengan cara ngblast event tersebut di setiap new media agar event tersebut tersampaikan ke khalayak. Dan dalam bentuk publikasi sendiri kita menampilkan visual foto dan video yang bertajukan event yang ingin diselanggarakan agar menarik untuk di lihat.“Bisa dengan cara *ngeblast event* tersebut di semua sosial media, dengan membuat sebuah video bertajukan event yang ingin diselanggarakan”.[18]

[18] Ibid

Disetiap event yang ada tidak lepas dengan kerjasama dengan pihak tertentu. Seperti pihak media yang membantu dalam publikasi dan pihak pemerintah yang membantu dalam segi perijinan serta juga organisasi tertentu.

Untuk kerjasama dengan pihak eksternal biasanya dalam perayaan event besar seperti menyambut tahun baru pihak Aston Banua Hotel & Convention Center biasanya bekerjasama dengan dengan entertainer dan dalam hal ini kita publikasikan di new media dalam memberikan informasi kegiatan khalayak umum, tidak hanya acara menyambut tahun kadang dalam acara donor darah serta maulid nabi kita bekerjasama dengan pihak pemerintahan, tokoh-tokoh masyarakat dan organisasi tertentu.

"Kerja sama yang biasa kita lakukan setiap tahunnya karena hal tersebut sudah menjadi pengalaman bagi kita seperti perayaan tahun baru dan ulang tahun hotel kita, hal tersebut tidak lepas dengan kerjasama pihak lain. Seperti entertaiment dan juga pihak pemerintahan".[19]

Untuk publikasi melalu new media tentunya memudahkan untuk memberi tahu pelanggan, tidak hanya publikasi event promo yang dilakukan terkait media. Dalam hal lain bagian divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center juga memilik kewajiban menjalin hubungan baik dengan pelanggan maupun khalayak new media.

Dengan adanya new media divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center dalam menjalin hubungan sangat diperlukan tidak hanya disaat promo saja, dan juga terhadap pihak wartawan juga. Untuk khalayak umum juga diperlukan dalam membangun citra positif untuk itu pihak Aston Banua Hotel & Convention Center mengundang beberapa komunitas pengguna new media dalam acara media gathering serta khalayak umum lainnya bisa ikut berpartisipasi dalam acara yang kita adakan berupa running colour serta mengadakan challenge tersebut. "Bisa dengan cara mengundang beberapa komunitas pengguna sosial media di acara media gathering serta bisa ikut berpartispasi dalam acara yang kita adakan seperti running colour".[20]

[19]Ibid
[20] Ibid

Semakin banyak nya khalayak new media yang tertarik publikasi dari kegiataan atau promo kita menjadikan Aston Banua Hotel & Convention Center lebih dikenal lebih dalam. Dan dapat memberikan keuntungan. Tapi tidak hanya segi keuntungan kadang halangan pun muncul.

Dalam tingkat penggunan new media yang mudah dapat menjadikan new media itu sendiri berdampak negatif hal itu menjadi antisipasi bagi divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center untuk menyikapinya dan mencari solusinya seperti halnya terjadinya keluhan dan komentar negatif yang terjadi di new media, hal ini akan ditanggapi apa keluhan mereka dengan serius dan memperbaiki kesalahan tersebut untuk kedepannya.

E. Kelebihan Dan Kekurangan Dalam Penggunaan *New Media* Yang Pihak Hotel Hadapai

Kemajuan teknologi dalam segi kehidupan berdampak *positif* bagi masyarakat selain mempermudah dan juga memberikan keuntungan lebih tentunya bagi yang bisa memanfaatkannya. Dalam hal ini *new media* adalah sarana yang memudahkan bagi pihak-pihak tertentu termasuk divisi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam mempromosikan produk dan jasa.

Terlepas segala kemudahannya *new media* juga dapat merugikan bagi pihak bersangkutan. Untuk itu dalam penggunaan *new media* memilik segi kelebihan serta juga kekurangannya.dan pihak divis humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin memaparkannya sebagai berikut.

1. Facebook

Kelebihannya sosial media ini memiliki basic dalam mengupload segala bentuk gambar dan video tanpa ada kurang, hal ini memudahkan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin mempublikasikan visual gambar dan video tentang hotel ataupun makanan di hotel dengan visual yang lebih menarik dan hal ini lebih efisien dan efektif, serta dalam segi *budget* lebih murah daripada kita harus memasang iklan di media cetak.

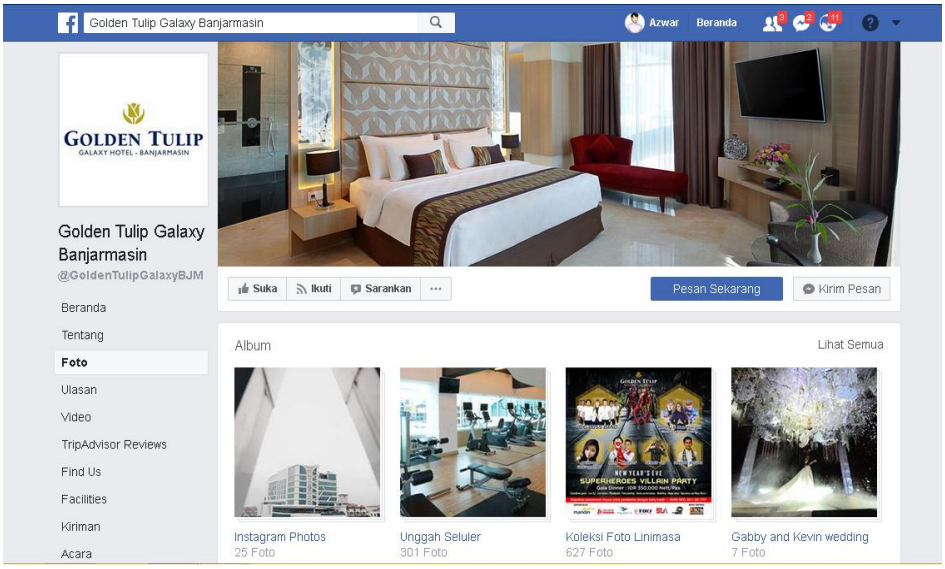
Selain biaya lebih murah hal ini lebih tepat sasaran untuk facebook sendiri humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin memberikan informasi mulai dari ulasan sampai dengan promo-promo yang diadakan. Untuk khalayak sendiri hanya tinggal dan menfollow facebook Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dan akan mengerti ulasan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin.

Bagaimana dampak dalam pengunaan media sebagai sarana publikasi sangat efektif bagi humas Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin. Banyak hal-hal yang menguntungkan bagi penggunanya terlebih facebook yang memiliki fitur gambar dan video sehingga bagi pelanggan yang mengaksesnya lebih jelas dan mudah.

Kekurangannya mudah dalam pembuataan akun dan mudah diakses sehingga memudahkan orang yang tidak bertanggung jawab membuat akun palsu dan mengatasnamakan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin. hal ini dapat merugikan pihak hotel ataupun pelanggan, seperti penipuan mengatasnamakan Hotel. Serta kekurangan hal lainnya dalam segi fitur yang memudahkan khalayak sosial media memberikan pendapatnya. Banyak koment positif dari pelanggan dan kadang juga mendapati komen-komen negatif yang seolah-olah memojokan pihak hotel.

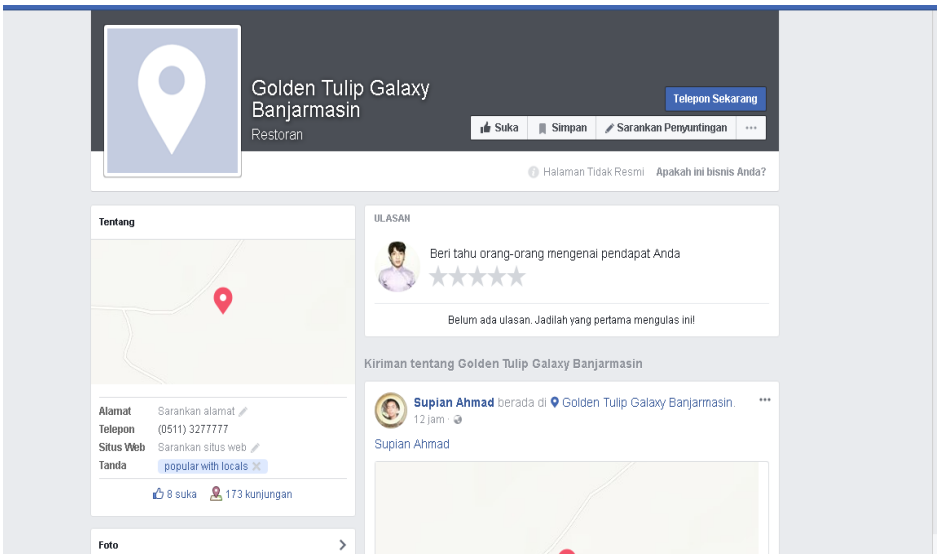
"Ketika ada komentar negatif, misalnya di Facebook. Kalau kaya gitu ada yang perlu kita jawab, ada yang perlu kita diamkan saja. Mungkin dengan orang yang bertanya kaya gitu itu merupakan pancingan buat kita. Orangnya seperti apa, gitu kan... jadi gimana caranya kita menyikapinya positif, gitu... walaupun orang-orang bicaranya apa, negatif gitu ke pihak kita, tapi kita berusaha menjawabnya dengan segi positifnya, karena kita semua kan sedang proses".[21]

[21] Hasil wawancara



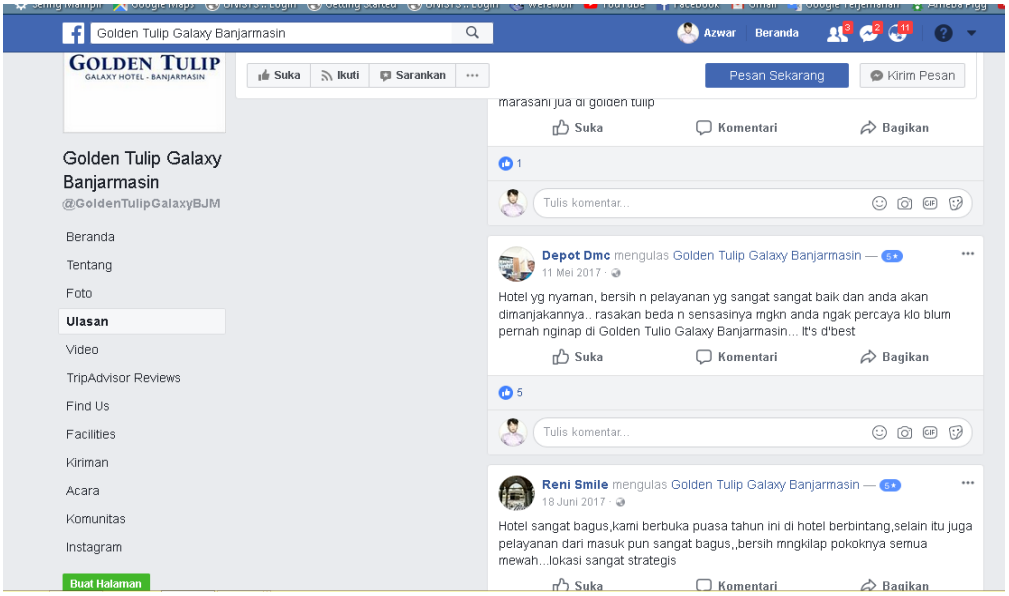
Gambar 3.21

Tampilan hotel di facebook dalam mengulas gambar dan profil



Gambar 3.22

Fake account mengatasnamakan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin



Gambar 3.23

Komentar dari pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan jasa dan produk hotel

Gambar 3.24

Komentar dari pelanggan yang merasa sedikit kurang puas dengan pelayan jasa dan produk hotel.

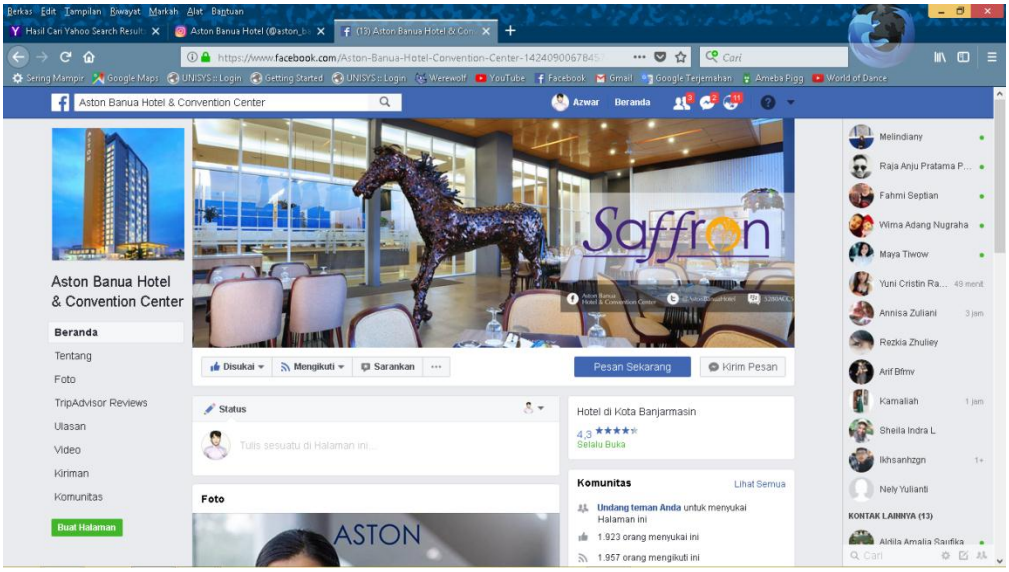
Gambar 3.25

Komentar Dari Pelanggan Yang Merasa Puas Dengan Pelayanan Jasa Dan Produk Hotel

Seperti halnya Aston Banua Hotel & Convention Center Kelebihan new media facebook, Fitur facebook sendiri lebih unggul dalam segi komunikasi, untuk faceook mempunyai fitur profil dan onchat sehingga memudahkan untuk pihak divisi Aston Banua Hotel & Convention Center dalam mengulas tentang hotel itu sendiri kepada khalayak, dan juga dengan fitur on chat khalayak bisa langsung bertanya kebagian humas Aston Banua Hotel & Convention Center untuk informasi tentang hotel.

Di facebook tidak lepas dengan publikasi tentang event promo serta ulasan gambar kamar hotel dan makanan yang tersedia direstoran. Dalam segi kekurangan sama seperti new media lainya karena mudah diakses menjadikan account Aston Banua Hotel & Convention Center mempunyai fake account serta rentan kena hack. Seperti yang dikatakan Humas hotel "hampir tidak ada, palingan kendalanya masalah fake account yang mengatasnamakan hotel kita"[22]

[22] Ibid



Gambar 3.26

Tampilan Fake Facebook Aston Banua Hotel & ConventionCenter

2. Instagram

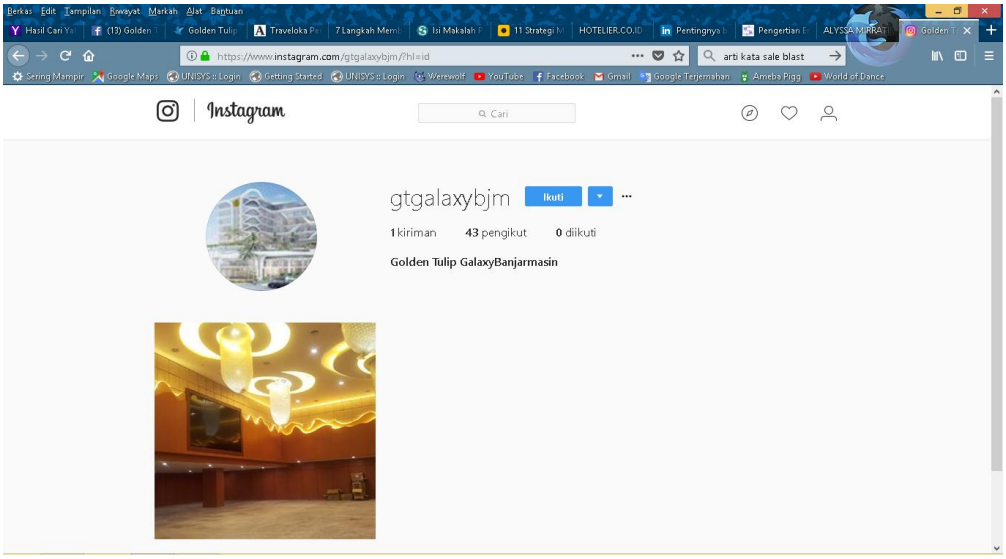
Menjadikan sosial media populer dikalangan pengguna gadget Instagram menjadi target marketing dalam mempromosikan hotel dan jasa Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin. Fitur Instagram yang dapat menampilkan gambar serta video dengan kualitas bagus, memberikan keuntung pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam pendekatan terhadap khalayak media sosial maupun pihak-pihak tertentu.

"Seperti mengupload kegiatan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin dalam mengadakan acara tahun baruan bersama serta ucapan-ucapan kepada pihak shakeholder dan juga pemerintahan setempat, yang memberikan citra baik hotel terhadap lingkungan sekitar, yang ikut mengadakan donor darah dan juga hari hijau bumi". [23]

Lebih efisien dan efektifnya pengguna instagram sering kali pelanggan yang sering update ditempat view yang menarik jadi memudahkan pihak Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin untuk mengenai sasaran. Pengakses Instagram sendiri yang lebih mudah hanya perlu membuat *id* sendiri mengunakan email

[23] Ibid

Untuk kekurangannya kadang banyaknya komentar yang negatif terhadap visual yang kita publikasikan dan hal ini memberikan dampak negatif bagi khalayak yang lain. Serta hal ini yaitu tidak semua target pasar Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin mengunakan new media.



Gamabr 3.27

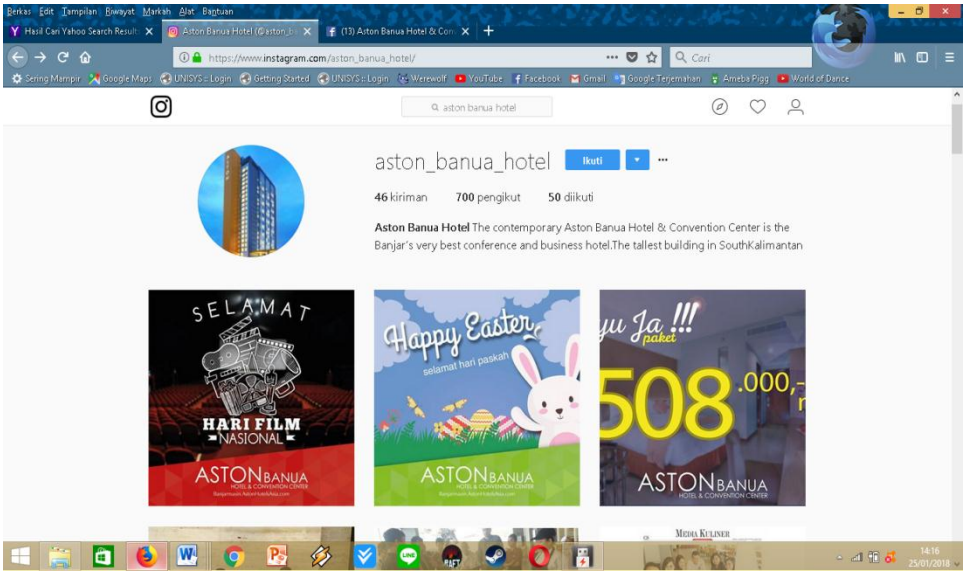
Fake Account Yang Mengatasnamakan Golden Tulip Galaxy Hotel Banjarmasin

Tidak lain halnya Aston Banua Hotel & Convention Center Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna dapat mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga akan terlihat layaknya hasil kamera Kodak *Instamatic* dan *Polaroid.*

Banyak dari produk-produk tersebut yang sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat, hal ini dikarenakan agar mereka tidak harus mengeluarkan biaya sepersen pun untuk melakukan promosi tersebut. Tidak hanya itu saja, tetapi melalui instagram para produk tersebut dapat berinteraksi secara langsung dengan para konsumen mereka.

Sama halnya divisi humas Aston Banua Hotel & Convention Center lakukan dalam memperkenalkan produk dan jasa, sangat efektif terlebih bersifat gratis dan mudah untuk dikelola dan diakses oleh pihak pengelola sekaligus khalayak umum. Biasanya di instagram kita mempublikasikan tentang kegiatan serta hal yang perlu adalah ucapan kepada kerjasama pihak hotel dan juga tidak lupa dalam bentuk visual gambarpun tidak kalah menarik untuk di lihat, sehingga menjadi daya tarik khalayak.

Kekurangannya semakin mudahnya untuk instagram account dibuat menjadikan *instagram real* Aston Banua Hotel & Convention Center memilik *account* palsu sehingga memberikan dampak negatif terhadap pelanggan dan juga pihak Aston Banua Hotel & Convention Center sendiri, seperti penipuan mengatasnamakan pihak Aston Banua Hotel & Convention Center.



Gambar 3.28

Fake Account Mengatasnamakan Aston Banua Hotel &Convention Center