

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian negara Indonesia terlihat dari kontribusi sektor Pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019 berada pada angka 4,80 persen (Kementerian Pariwisata, 2019). Kementerian Pariwisata mencatat devisa yang disumbangkan dari sektor pariwisata Tahun 2018 US\$ 19,29 Miliar dollar (Maarif, 2019). Pariwisata, perhotelan, dan rekreasi adalah sektor, di mana perusahaan semakin terlibat dalam tindakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Coles et al., 2013) dengan begitu mengindikasikan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* cukup penting didalam dunia bisnis, semakin banyak perusahaan yang melakukan program CSR untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usahanya (Coles et al., 2013) . Citra perusahaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan (Yunus & Riatno, 2019). Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Merupakan program jangka panjang yang walaupun hasilnya bukan keuntungan yang cepat didapat, tetapi hasilnya adalah keuntungan citra/image yang baik di masyarakat (Adiati, 2012) .

Meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi konsumen. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada semua *stakeholdernya*, oleh karena itu *corporate social responsibility* merupakan hal yang penting bagi perusahaan (Nursahid, 2006). Pemerintah sebagai regulator, merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak boleh dihindari. Perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak kepada para

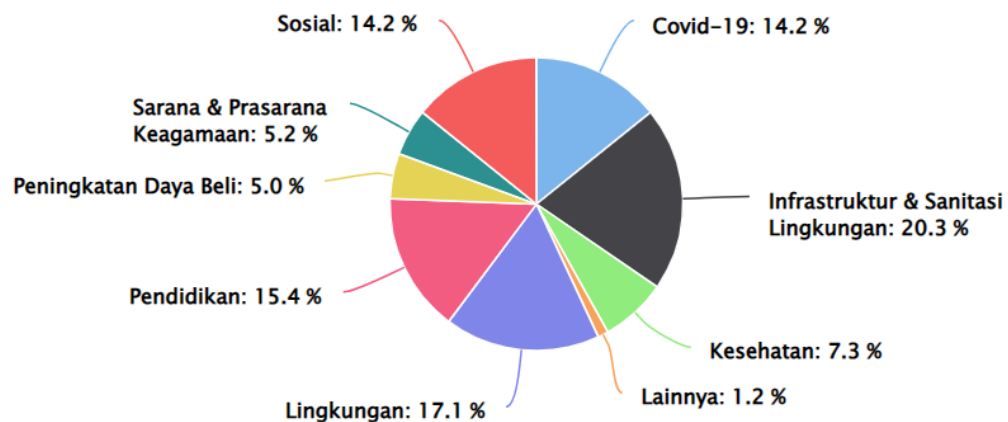
Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

stakeholdernya. Menurut Lako (2011) dalam jangka pendek, kesediaan dan komitmen perusahaan untuk menjadi perusahaan sosial memang akan menguras kas dan energi perusahaan dalam jumlah yang sangat besar yang artinya mengurangi laba perusahaan dan deviden untuk pemegang saham.

Di Jawa Barat realisasi kegiatan CSR cukup banyak melalui berbagai sektor mulai dari sosial, pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, sarana dan prasana, dll. Indonesia sendiri memiliki banyak industri dibidang jasa, salah satunya adalah industri perhotelan. Hotel dijadikan sebagai tempat melakukan berbagai kegiatan karena memang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap

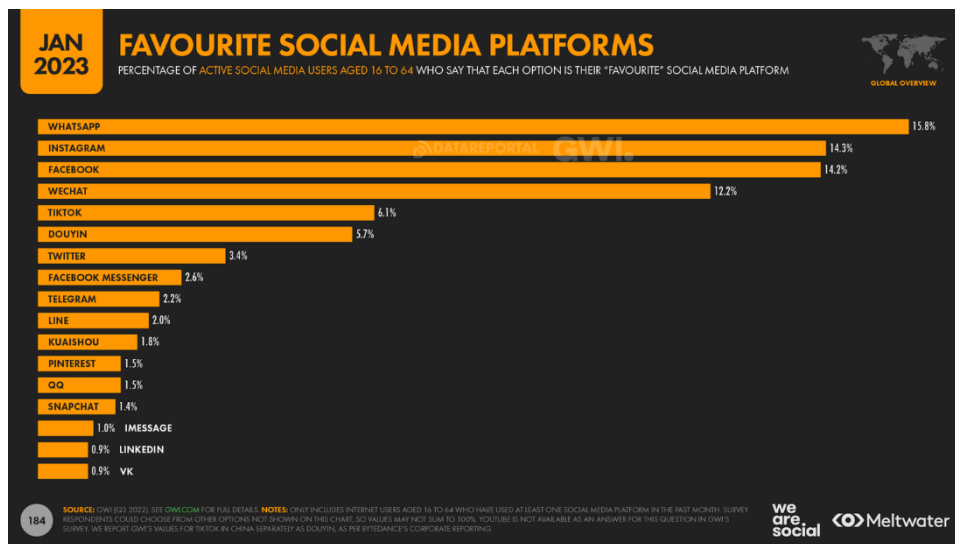


Gambar 1. 1 Persentase Realisasi Kegiatan CSR Jawa Barat tahun 2022  
sumber <http://csr.jabarprov.go.id/>

untuk menunjang berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh para tamu. Operator hotel terkemuka di dunia ini menempatkan program sosial kemasyarakatan yang berkelanjutan sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan dan telah menegaskan komitmen yang kokoh terhadap lingkungan dan program sosial kemasyarakatan (Tanford et al., 2020), CSR menjadi suatu kewajiban yang harus di penuhi oleh semua perusahaan. Perusahaan dituntut untuk menjalankan dan

memberikan hak-hak masyarakat. Perhotelan termasuk industri pariwisata yang merupakan perusahaan penyediaan akomodasi dan menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata.

Dalam masyarakat modern saat ini, hampir tidak mungkin untuk tidak terpapar media. Disadari atau tidak, media hadir dengan segala isinya sebagai bagian dari kehidupan manusia. Dengan berkembangnya zaman, kehadiran media menjadi lebih beragam dan meluas (Watie, 2016), Diikuti dengan perkembangan teknologi membawa dampak yang luar biasa bagi industri pariwisata (Buhalis, 2019). Perkembangan teknologi yang cepat membawa gaya hidup baru bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Digitalisasi telah diidentifikasi sebagai salah satu tren paling signifikan yang telah mengubah kehidupan masyarakat, bisnis, dan telah menarik perhatian dari berbagai bidang (Ying, 2020). Seperti munculnya berbagai website situs online yang menawarkan berbagai fungsi seperti TripAdvisor dan juga media sosial lainnya. Digunakan oleh turis dapat memberikan berbagai tanggapan mengenai pengalaman yang mereka alami saat berkunjung (Siering et al., 2018) . Kegiatan CSR dapat diberitahukan kepada khalayak umum menggunakan media *offline* maupun media *online*, media *online* meliputi website perusahaan, iklan *online* dan media sosial (Al-Abri et al., 2018), (Aya Pastrana & Sriramesh, 2014). Kaplan dan Haenlin (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang menggunakan teknologi web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau berbagi informasi dari aplikasi tersebut, beberapa media sosial yang cukup digemari adalah Instagram, Facebook, Youtube (Untari & Fajariana, 2018). Umumnya, pengguna internet memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan pengguna lain melalui publikasi atau konten yang mereka bagikan (Iswah, 2011)



Gambar 1. 2 Platform media favorit per januari tahun 2023  
 Sumber : website we are social

Instagram menempati posisi kedua dalam hal media sosial yang paling disukai oleh masyarakat mendapatkan sekitar 14,3 % dengan rentang usia umur 16-64 tahun setelah whatsapp yang berhasil menjadi media sosial yang paling banyak disukai. sementara untuk media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan Tiktok megikuti dibawahnya (Simon Kemp, 2023). Selain itu juga Menurut *Brand Develoment Lead Asia Pacific* instagram, Menurut direktur pengembangan Instagram, Paul Webster (2016), Indonesia adalah negara dengan pengguna Instagram terbanyak, di mana hingga 89% pengguna berusia antara 18 -34 tahun dan mengunjungi Instagram setidaknya seminggu sekali (Mailanto, 2016), (Argyris et al., 2020) mengungkapkan bahwa penelitian mengenai pengaruh gambar dalam pemasaran instagram mengungkapkan bahwa gambar lebih mudah dikenali, diingat, dan memiliki efektivitas yang lebih besar dalam mempengaruhi orang dibandingkan dengan penggunaan kata-kata. Sedangkan twitter hanya fokus pada kata kata, berbeda dengan tiktok sama sama menekankan pada efek visual namun lingkup audiens lebih kecil di bandingkan instagram, tiktok lebih pada generasi Z sedangkan instagram mempunyai lingkup lebih luas dengan dari kalangan muda sampai profesional (Argyris et al., 2020). Berdasarkan beberapa penelitian dan argumen tersebut, penelitian ini akan

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memilih Instagram sebagai fokus penelitian. Dengan semakin mudahnya menyebarkan informasi melalui media sosial memberikan dampak yang cukup banyak sehingga memudahkan bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kegiatannya, salah satunya adalah kegiatan *Corporate social responsibility*, CSR sendiri menurut De grusbois memiliki 6 dimensi, yang pertama yaitu : *Supplier relations* (hubungan pemasok) mengenai sumber produk atau sumber bahan yang dipakai untuk perusahaan, *Enviromental issues* (isu lingkungan) mengenai penggunaan energi yang ramah lingkungan / terbarukan, *Diversity issues* (isu keberagaman) perihal merangkul berbagai perbedaan yang dipelanggan, *Employees relations* (Hubungan karyawan) mengenai pengembangan karyawan Perusahaan, *Community relation* (Hubungan komunitas) mengenai pelestarian budaya, dan Penciptaan lingkungan pekerjaan, dan terakhir ada *product and service quality* (Produk dan kualitas Pelayanan) mengenai kualitas produk dan pelaynan yang dimiliki oleh perusahaan (De Grosbois, 2012)

*Grafik 1. 1 Postingan mengenai CSR pada Hotel Bintang 3 di kota Bandung Melalui media sosial dan website*

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Kota Bandung sebagai kota yang cukup banyak di kunjungi wisatawan baik dari Turis domestik hingga mancanegara sehingga tidak heran, apabila memiliki cukup banyak industri Hotel mulai dari bintang tiga sampai lima, melalui Grafik1.1, dari 27 daftar Hotel Bintang 3 yang berhasil di data oleh peneliti, sepuluh diantaranya cukup banyak mengkomunikasikan kegiatan *CSR*-nya mereka melalui *Platform*



media sosialnya baik lewat *instagram* ataupun *website*, berdasarkan grafik 1.3 Patra Bandung Hotel menjadi Hotel bintang 3 yang mengkomunikasikan kegiatan *CSR*

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mereka paling banyak dan cukup rutin dilaksanakan tiap tahunnya diantara Hotel Bintang 3 lainnya di kota Bandung, selain itu juga Hotel Patra Bandung mendapatkan Anugrah Pesona Pariwisata Kota Bandung dengan Kategori Bintang 3 dan Hotel Bintang 3 Terbaik dari DISBUDPAR Kota Bandung

Disisi lain melalui gambar 1.4 dari 52 daftar Hotel Bintang 4 yang berhasil di data oleh peneliti bersumber dari PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran) Jawa barat, sepuluh diantaranya cukup banyak mengkomunikasikan kegiatan *CSR*-nya mereka melalui *Platform* media sosialnya baik lewat *instagram* ataupun *website*, berdasarkan *grafik 1.4* PRIMEPARK Hotel menjadi Hotel bintang 4 yang mengkomunikasikan kegiatan *CSR* mereka paling banyak dan cukup rutin dilaksanakan tiap tahunnya diantara Hotel Bintang 4 lainnya di kota Bandung, selain itu juga PRIMEPARK Hotel mendapatkan penghargaan partisipasi dari Jabar *Quick Rush Response* saat berpartisipasi dalam melaksanakan kegiatan *CSR* pada saat bencana alam di Cianjur juga saat Ramadhan mendapatkan apresiasi dari PHRI Jawa

*Grafik 1. 2 Postingan mengenai CSR pada Hotel Bintang 4 di kota Bandung Melalui sosial dan website*

Barat. sehingga cukup menarik untuk menjadi objek penelitian pada kedua hotel tersebut

*CSR* penting dilakukan demi keberlangsungan perusahaan khususnya industri di bidang pariwisata yakni perhotelan agar semakin terus berkembang dengan memperhatikan bagian *CSR* nya. Dengan kemajuan teknologi yang ada khususnya pada media sosial yang digunakan oleh banyak orang tentunya memudahkan bagi industri perhotelan untuk mengkomunikasikan kegiatan *CSR* nya kepada banyak orang, Penelitian ini berfokus pada komunikasi *CSR online* di industri hotel, topik yang telah menarik peningkatan penelitian, tetapi yang masih dianggap kurang diteliti (Coles et al., 2013). Pada jurnal inti penelitian ini yang berjudul “*Online CSR communication in the hotel industry Evidence from small hotels*” membahas tentang pentingnya komunikasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam industri

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perhotelan, dalam jurnal ini, membahas bagaimana hotel-hotel kecil dapat menggunakan media online untuk mengkomunikasikan praktik-praktik *CSR* mereka kepada pelanggan, penulis jurnal ini menemukan bahwa hotel-hotel kecil memiliki potensi untuk memanfaatkan media *online* sebagai sarana untuk mempromosikan praktik *CSR* mereka secara keseluruhan, jurnal ini menunjukkan bahwa komunikasi *CSR* online membantu hotel-hotel kecil mempertahankan pelanggan serta membantu mereka menjadi pemain yang berpengaruh di industri perhotelan, saran penelitian kedepannya adalah di jelaskan komunikasi *CSR online* didalam lingkup hotel kecil namun menyarankan agar penelitian lebih lanjut meneliti dengan sampel industri hotel yang berbeda (Ettinger et al., 2018) hal itu yang menjadi celah penelitian untuk di teliti saat ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : Analisis Isi Implementasi *Corporate social responsibility* hotel ditinjau dalam media sosial di kota Bandung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauh mana kegiatan *CSR* yang dipublikasikan hotel di media sosial ?
2. Seberapa besar intensitas dari kuantitas dan kualitas kegiatan *CSR* hotel yang dilakukan ?
3. Bagaimana kegiatan *CSR* dapat meningkatkan *relationship marketing* di industri perhotelan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kegiatan *CSR* yang dipublikasikan oleh hotel di media sosial
2. Untuk mengetahui intensitas dari kualitas dan kuantitas kegiatan *CSR* hotel yang dilakukan

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



3. Untuk mengetahui bagaimana Kegiatan *CSR* dapat meningkatkan *relationship marketing* di industri perhotelan ?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk kontribusi dalam meningkatkan keilmuan dan pemahaman dibidang pemasaran pariwisata, sehingga bisa menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya dan bagaimana menulis yang baik dan benar untuk kedepannya.

b) Manfaat Praktis

Bagi industri perhotelan diharapkan agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi informasi bagi Industri hotel untuk mengkomunikasikan *CSR* lewat media sosial .

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini dibuat dalam bentuk Skripsi dengan sistematika sesuai Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Indonesia Tahun Akademik 2019. Sistematika penulisan skripsi ini mendeskripsikan “Analisis Isi Implementasi *Corporate Social Responsibility* Hotel Ditinjau Dalam Media Sosial di Kota Bandung kedalam lima bab. Bab satu merupakan pendahuluan yang mendeskripsikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab dua mendeskripsikan kajian pustaka mengenai Relationship marketing, Komunikasi *CSR* (*Corporate Social Responsibility*), sosial media, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual. Bab tiga metode penelitian mencakup desain penelitian, instrumen, sumber dan jenis data, proses pengumpulan dan teknik analisis data. Selanjutnya, bab empat mendeskripsikan hasil penelitian serta pembahasan dari

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

hasil temuan penelitian Dan pada bab lima menarik kesimpulan penelitian dan rekomendasi penelitian.