

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal sebagai kota yang penuh inovasi, kotanya kuliner, dan kota berpariwisata. Sejak tahun 2013 Bandung yang dipimpin oleh Walikota Ridwan Kamil menuai banyak inovasi dalam tata letak kota hingga perkembangan ekonominya. Dengan inovasi membenahi taman-taman kota untuk ruang publik masyarakat banyak wisatawan baik lokal atau internasional datang berkeunjung ke Kota Bandung. Perkembangan ini membuat industri perhotelan menjadi suatu hal yang menguntungkan dan menjanjikan, tidak hanya bagi pemerintah daerah tetapi juga para pelaku industri perhotelan dan restoran.

Pelaku bisnis industri perhotelan mengembangkan bisnis perhotelan dengan menciptakan lahan baru yang dapat mendatangkan keuntungan besar bagi para pelaku industri, salah satunya adalah hotel yang berbasis syariah. Berdasarkan fakta bahwa kuliner halal sedang marak di dunia, membuat keuntungan besar bagi pelaku industri berbasis syariah. Hotel berbasis syariah ini sudah semakin menjamur di Kota Bandung, dengan begitu industri berbasis syariah ini sudah menjadi penyumbang keuntungan terbesar dalam industri perhotelan.

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia mencatat jumlah Hotel yang tersedia pada tahun 2016 di Kota Bandung yaitu 473 hotel dengan total kamar sebanyak 26.000 unit. Diperkirakan akan menjadi 500 hotel di akhir tahun 2016 karena sudah ada 30 hotel yang sedang di bangun, mencakup sekitar 3.000 kamar. Dengan 11 hotel berbintang 5, 71 hotel berbintang 4, dan 300 hotel berbintang 3¹

Hotel syariah pertama di Kota Bandung sudah berdiri pada tahun 1994 dimana zaman belum begitu mengenal industri berbasis syariah dan belum

¹Sumber: <http://industri.bisnis.com/read/20160121/12/511801/okupansi-hotel-di-banding-kian-merosot-pebisnis-teriak-moratorium-segera> diakses pada tanggal 21 Januari 2016

maraknya kuliner halal. Hotel tersebut bernama Hotel Narapati Indah yang sudah menjadi pionir hotel syariah pertama di Kota Bandung. Hingga kini, sudah banyak hotel-hotel yang berbasis syariah yang terletak di tengah Kota Bandung, diantaranya Noor hotel, The Cinnamons, Ruby Hotel dan Sofyan Boutique Hotel.

Berbagai macam hotel syariah di Kota Bandung, hotel Narapati yang sudah memiliki banyak pengalaman dalam industri berbasis syariah tersebut. Hotel Narapati dianggap sebagai pionir hotel syariah pertama di Kota Bandung Hotel Narapati mendapatkan penghargaan dari Walikota Bandung yaitu Ridwan Kamil.

Terciptanya suatu strategi pemasaran yang akurat merupakan hasil dari terbentuknya suatu budaya organisasi di dalam perusahaan. Budaya organisasi merupakan norma-norma perilaku sosial, dan moral yang mendasari setiap tindakan dalam organisasi dan dibentuk oleh kepercayaan, sikap, dan prioritas para anggotanya (Kasali, 2016, hlm. 23). Hasil penelitian Harvard Business School (Kotler dan Heskett, 1992, 86) menunjukkan bahwa budaya perusahaan mempunyai dampak yang kuat dan semakin besar pada prestasi kerja organisasi. Penelitian tersebut membuktikan bahwa budaya organisasi merupakan faktor yang cukup penting dalam menentukan sukses atau kegagalan dalam perusahaan dekade mendatang.

Menurut pemaparan Kasali dan Kotler mengungkapkan bahwa hotel yang memiliki budaya organisasi yang berbasis syariah dapat di rasakan langsung oleh pegawainya sendiri dan juga konsumen. Menurut hasil observasi yang telah dilakukan bahwa seluruh pegawai Hotel Narapati diwajibkan untuk membaca kitab suci al-quran minimal sebanyak 3 ayat dalam satu hari, bahkan hotel yang memiliki basis hotel syariah akan dapat dirasakan langsung oleh konsumen / pengunjung. Salah satu pegawai Hotel Narapati mengungkapkan kepada peneliti bahwa komunikasi yang terjalin antara pihak manajemen dengan konsumen atau pengunjung terasa tidak berjenjang hal ini adalah salah satu ciri khas hotel yang memiliki basis syariah.

Terciptanya sebuah budaya organisasi terbentuk dari hasil komunikasi organisasi di dalam perusahaan. komunikasi organisasi dapat didefinisikan

pertunjukan dan penafsiran esan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace dan Faules, 2005, hlm.32) Hasil komunikasi organisasi juga dipengaruhi oleh pemimpinnya, sehingga terciptanya sebuah budaya organisasi di dalam perusahaan.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang datang ke hotel Narapati adalah konsumen yang hanya menginap untuk satu malam bukan dengan bersama muhrimnya. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak mengetahui Hotel-hotel syariah sebagai hotel yang berbasis syariah. Maka strategi pemasaran yang digunakan oleh Hotel Syariah tidak tersampaikan secara efektif, hal ini dapat dilihat dari kasus diatas bahwa masih banyak pengunjung/konsumen masih belum mengetahui Hotel Narapati merupakan hotel syariah.

Menurut American Marketing Association (AMA), brand atau merek adalah sebuah nama, tanda, simbol, desain, atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing. (Keller, 2008, hlm. 98) Jadi secara garis besar pengertian dari brand yaitu sebuah nama, tanda, simbol, desain, atau kombinasinya yang membentuk sebuah label untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari produsen untuk membedakan dari para kompetitornya. *Brand awareness* bagi sebuah perusahaan sangat penting untuk diketahui para konsumen, karena hal ini dapat menciptakan sebuah citra yang dimaksud oleh perusahaan di mata konsumen.

Berdasarkan beberapa asumsi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Komunikasi Organisasi dalam Budaya Organisasi di Hotel Narapati (Studi Komunikasi Organisasi di Hotel Narapati yang Berlandasan Syariah).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian yaitu “Bagaimana komunikasi organisasi di Hotel Narapati” :

1. Apa saja unsur-unsur budaya perusahaan Hotel Narapati ?
2. Bagaimana bentuk komunikasi kebawah yang dijalankan oleh Hotel Narapati ?
3. Apa saja yang menjadi faktor-faktor mempengaruhi komunikasi kebawah di Hotel Narapati ?
4. Bagaimana pendekatan komunikasi organisasi di Hotel Narapati ?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi organisasi dalam mendiseminasikan budaya perusahaan di Hotel Narapati dengan memahami :

- Unsur-unsur budaya perusahaan di Hotel Narapati
- a. Bentuk komunikasi kebawah yang dijalankan Hotel Narapati
 - b. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi ke bawah di Hotel Narapati
 - c. Pendekatan komunikasi organisasi di Hotel Narapati

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Segi Teori

Manfaat dari penelitian ini dari segi teoritis yaitu agar nantinya hasil dari penelitian ini dapat menjadi rujukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi ilmu komunikasi dan ilmu *Public Relation* atau Humas.

2. Manfaat Dari Segi Kebijakan

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi Ilmu Komunikasi dalam menjalankan profesinya secara professional menjalankan fungsinya sebagai seorang praktisi PR.

3. Manfaat Dari Segi Praktik

a. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini dari segi praktiknya adalah untuk pengembangan praktik profesi Humas di tempat penulis melakukan penelitian, agar lebih meningkatkan penyajian informasi baik berita akademik dan non akademik.

b. Bagi Penulis

Sebagai tambahan ilmu yang belum di dapat saat masa perkuliahan kelas, sehingga penulis memiliki kemampuan yang berimbang antara teori dan praktik jika kelak terjun menjadi seorang *Public Relation*.

4. Manfaat Dari Segi Isu Serta Aksi Sosial

Diharapkan para praktisi Humas selaku pekerja yang langsung terhubung dengan khalayak banyak dapat meningkatkan kualitas informasi baik akademik dan non akademik , juga meningkatkan tingkat kenyamanan pegawai dan konsumen dalam memilih hotel syariah sebagai tempat menginap.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Hasil penelitian ini akan ditulis dalam lima bab, masing-masing bab dibahas dan dikembangkan dalam beberapa sub bab. Secara sistematis sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Pada bab 1 ini adalah uraian tentang pendahuluan, pada bab initerdiri atas 5 sub bab. Antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Pada bab dua ini adalah kajian pustaka, yang terdiri dari landasan konseptual yang memuat tentang teori teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab tiga ini adalah metode penelitian terdiri atas enam sub bab yang terdiri antara lain desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian prosedur penelitian dan analisis data.

Bab IV Temuan dan Pembahasan

Pada bab empat ini adalah temuan dan pembahasan yang memuat dua hal utama yakni: (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan. (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bab lima ini adalah penutup yang merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Ada dua alternatif cara penulisan simpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan cara uraian padat.