

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Yogyakarta selain sebagai kota pelajar juga merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi baik wisatawan lokal maupun asing. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta jumlah wisatawan asing yang menginap di hotel berbintang dan non berbintang pada tahun 2019 sebanyak 433.027 orang. Sedangkan wisatawan lokal yang menginap di hotel berbintang dan non berbintang pada tahun 2019 sebanyak 6.116.954 orang. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dibandingkan pada tahun 2018 dengan jumlah wisatawan asing yang menginap di hotel berbintang dan non berbintang berjumlah 416.973 orang. Sedangkan wisatawan lokal yang menginap di hotel berbintang maupun non berbintang pada tahun 2018 berjumlah 5.272.719 orang. (<https://visitingjogja.com/> diakses pada 6 november 2020 pukul 15.00 WIB).

Sebagai penunjang pertumbuhan industri pariwisata, hotel memiliki peranan yang penting sebagai penyedia layanan akomodasi khususnya penginapan. Hotel merupakan bangunan berkamar banyak yang disewakan untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan. Bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hotel> diakses pada 14 desember 2020).

Pesatnya sektor pariwisata di Yogyakarta tentunya berpengaruh terhadap kebutuhan akomodasi khususnya penginapan. Berdasarkan data statistik Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2019 jumlah hotel bersertifikat berjumlah 163 hotel.

Jumlah tersebut terdiri dari bintang lima 11 hotel, bintang empat 36 hotel, bintang tiga 61 hotel, bintang dua 34 hotel dan bintang satu sebanyak 21 hotel. Sedangkan jumlah hotel non berbintang pada tahun 2019 berjumlah 610 hotel. Jumlah tersebut belum termasuk pondok wisata. (<https://visitingjogja.com/> diakses pada 16 April 2020 pukul 10.00 WIB).

Anggapan masyarakat mengenai hotel yang digunakan tidak hanya untuk beristirahat namun tempat bersenang-senang seperti digunakan untuk prostitusi, seks bebas, perjudian, narkoba serta minuman beralkohol. Menjadikan para pelaku bisnis perhotelan berusaha merubah pola pikir tersebut dengan menerapkan prinsip syariah pada hotelnya. Dilihat dari prospek bisnis perhotelan syariah tentu akan menjadi prospek yang baik untuk kedepannya karena adanya fasilitas akomodasi yang berlabel halal dan menjanjikan (<Http://property.kompas.com/> , diakses pada tanggal 27 desember 2020).

Indonesia yang penduduknya mayoritas adalah muslim, tentu akan menjadi sasaran perkembangan pariwisata syariah. Saat ini pariwisata di Indonesia yang berkembang adalah trend wisata Halal. Hadirnya hotel syariah menjadi inovasi baru bagi pembisnis perhotelan dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam. Pandangan masyarakat awam, hotel syariah hanya dikhususkan untuk masyarakat muslim saja, padahal hotel syariah terbuka untuk segala kalangan baik muslim maupun non muslim (<http://www.Indonesiaoptimis.com/2011/05/inikah-kriteria-hotel-syariah-idaman.html>. Diakses pada 27 Desember 2020).

Dalam usaha hotel syariah tentu memiliki ketentuan dan persyaratan yang harus terpenuhi yaitu mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan usaha hotel Syariah diantaranya produk,

pelayanan, dan pengelolaannya sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN/X/2016 tentang pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Syariah.

Tingkat kesadaran masyarakat muslim dalam pemilihan tempat penginapan juga mulai tumbuh. Masyarakat muslim untuk kelas sosial menengah mulai melirik hotel yang memberikan ketenangan dalam hal beribadah, yaitu seperti tersedianya tempat sholat, lingkungan yang menunjukkan suasana islami dan makanan di restorannya yang dijamin halal. (widyarini, dkk 2014:83). Hal ini merupakan dampak yang positif karena semakin meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih, menikmati, dan menggunakan menjadikan masyarakat lebih selektif dalam pemilihan produk yang mereka konsumsi.

Di kota Yogyakarta terdapat beberapa hotel syariah yang menggunakan prinsip syariah dengan fasilitas dan pelayanan yang bernuansa Islami. Namun, terdapat beberapa hotel syariah yang belum mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Secara operasional, fasilitas dan pelayanannya hotel syariah sama dengan hotel konvensional pada umumnya, namun dalam praktiknya tentu mengacu pada prinsip syariah. Para pelaku bisnis syariah berlomba-lomba menarik konsumen dengan berbagai kenikmatan dan kenyamanan diantara fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan sehingga terciptanya keunikan dan kekhasan tersendiri dari setiap hotelnya (Bagyono, 2006:35).

Salah satu hotel Syariah di Yogyakarta ialah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Konsep Syariah yang ditawarkan Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta telah di akui oleh MUI dan sebagai hotel bintang empat di Yogyakarta. Grand Dafam Rohan Yogyakarta hadir pada tahun 2017 yang dikembangkan oleh DHM (Dafam Hotel Manajemen). Dafam Hotel Manajemen untuk di kota Yogyakarta sendiri mengelola tiga hotel yaitu hotel Dafam Fortuna Malioboro dan hotel Dafam Fortuna Seturan Yogyakarta Kedua hotel tersebut

merupakan hotel konvensional, sedangkan hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta memiliki konsep yang berbeda dari sebelumnya yaitu sebagai hotel Syariah. (<http://dafamhotels.com> diakses pada 19 Mei 2020 pukul 8.20 WIB).

Seiring berkembangnya zaman, bisnis hotel yang berkonsep syariah dalam industri pariwisata akan memberikan kontribusi yang positif. Dengan hadirnya hotel yang berbasis syariah karena dalam operasionalnya berpedoman pada hukum Allah SWT diharapkan dapat memberi inovasi baru serta memberikan keamanan dan kenyamanan bagi masyarakat yang menggunakan fasilitas hotel dan pelayanan hotelnya.

Dalam menjalankan perannya, seorang *public relations* hotel yang memiliki konsep syariah memiliki tantangan tersendiri karena konsep yang dianggap baru tentu memerlukan citra yang baik di mata publik. Salah satu hotel di Yogyakarta menerapkan prinsip syariah yaitu Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta. Pembentukan citra positif dengan prinsip syariah melalui komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* kepada masyarakat harus dilakukan dengan baik karena dalam peran yang dilakukan akan membawa nama agama Islam dengan cara menjaga hubungan baik kepada muslim maupun non muslim.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk lebih lanjut meneliti dan mencermati bagaimana strategi *public relations* yang digunakan hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dalam membentuk citra pada hotel yang berbasis Syariah, sehingga peneliti mengambil judul **“Strategi *Public Relations* Dalam Pembentukan Citra Syariah Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah yang peneliti ajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *public relations* yang digunakan hotel Grand Dafa Rohan Yogyakarta dalam membentuk citra syariah?
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dalam membentuk citra syariah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi *public relations* yang digunakan hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta untuk membentuk citra syariah.
2. Menguraikan faktor pendukung dan hambatan hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dalam membentuk citra syariah.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua sib bagian, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis:

### 1.4.1 Secara teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan maupun wawasan serta pengetahuan dalam perkembangan keilmuan di bidang komunikasi khususnya dalam membangun suatu strategi yang dilakukan oleh *public relations* pada hotel syariah dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait strategi *public relations* yang dilakukan dihotel.

#### 1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan referensi tentang strategi *public relations* hotel syariah bagi calon pendiri hotel maupu hotel syariah yang sudah berdiri di Indonesia. Sedangkan untuk pihak Hotel Grand Dafam rohan Yogyakarta penelitian ini dapat dijadikan publikasi strategi yang digunakan *public relations* hotel serta menjadi masukan dan rekomendasi bagi hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta dalam penyusunan strategi hotel kedepannya.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis mencoba menguraikan secara sistematis yang terdiri dari lima bab. setiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang terperinci sebagai berikut:

- Bab1 : Berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BabII : Berisi tinjauan pustaka dan kerangka teori.
- Bab III : Berisikan metode penelitian dengan sub bab desain penelitian, lokasi dan subyek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.
- Bab IV : Berisi hasil dari penelitian dan pembahasan dengan sub bab, deskripsi data dan pembahasan.
- BabV : Berisi kesimpulan penelitian dan saran-saran.