

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdirinya sebuah organisasi atau perusahaan tidak akan dapat terhindar dari munculnya permasalahan. Munculnya sebuah permasalahan tentu saja menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi sebuah organisasi/perusahaan untuk menghindari dampak negatif yang bisa saja ditimbulkan. Seiring berjalannya waktu, permasalahan akan datang silih berganti sehingga perlu persiapan yang matang untuk memperkecil dampak negatif yang timbul setelahnya. Apabila perusahaan tidak memiliki strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan maka akan menimbulkan krisis pada perusahaan tersebut.

Fearn-Banks (2007) dalam (Kriyantono, 2010:181) mengatakan bahwa krisis yang terjadi dapat mempengaruhi publik, perusahaan, produk dan reputasi yang dimiliki. Krisis yang muncul dapat disebabkan oleh dua faktor, yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal dapat disebabkan oleh individu dalam sebuah organisasi atau perusahaan juga teknis dan iklim dalam organisasi atau perusahaan yang tidak kondusif sedangkan faktor eksternal dapat disebabkan oleh hal-hal yang tidak berkaitan dengan internal organisasi atau perusahaan, seperti isu yang beredar dari pihak luar perusahaan.

Setiap organisasi/perusahaan perlu mempersiapkan kemungkinan munculnya krisis mengingat krisis dapat muncul kapan saja dan dimana saja. Dalam struktur sebuah organisasi atau perusahaan, yang bertugas untuk mengurus krisis atau permasalahan yang dihadapi sebuah perusahaan adalah seorang praktisi *public relations* (Kriyantono, 2015:221). Seorang praktisi *public relations*

diharapkan dapat beradaptasi dengan cepat atas situasi yang tengah dialami serta dapat melihat peluang atas permasalahan yang dialami guna menghindari melebarnya krisis yang tengah terjadi.

Public relations juga tidak hanya dibutuhkan ketika krisis melanda, namun juga dibutuhkan selama perusahaan berjalan, guna dapat menghindari krisis yang mungkin saja menimpa. Mengingat krisis dapat terjadi kapanpun dan dimanapun, persiapan akan adanya krisis yang dilakukan seorang *public relations* akan sangat membantu pemulihan kondisi suatu perusahaan dalam waktu yang diperlukan hingga memperkecil kemungkinan buruk yang terjadi terhadap perusahaan.

Di tengah masyarakat, krisis dianggap dapat merusak reputasi sebuah perusahaan, namun bagi praktisi *public relations* memandang kemunculan krisis dengan sebaliknya, dimana krisis dapat dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan eksistensi perusahaannya di tengah masyarakat. Pemanfaatan krisis yang ada menjadi peluang untuk meningkatkan eksistensi perusahaan tentu saja dapat dilakukan oleh praktisi *public relations* yang handal. Pengelolaan krisis yang dilakukan dengan baik oleh seorang praktisi *public relations* yang handal dapat meminimalisir dampak negatif yang dapat ditimbulkan. Berdasarkan perannya, dapat disimpulkan bahwa peran *public relations* sangatlah besar terhadap sebuah perusahaan terutama ketika muncul krisis.

Salah satu krisis yang baru saja terjadi ialah pandemi yang muncul pada akhir tahun 2019 lalu. Pandemi tersebut menjadi pukulan besar bagi banyak sektor, dimana ketika hampir seluruh kegiatan terpaksa dihentikan hingga waktu yang tidak dapat ditentukan. Pandemi yang terjadi dikenal dengan nama Covid-19 disebabkan oleh Coronavirus, yakni virus yang dapat menyebar pada manusia dan

hewan dengan menyerang saluran pernapasan. Coronavirus dapat menyebabkan infeksi hingga pilek yang cukup berat sehingga perlu penanganan khusus.

Angka terjangkit covid-19 di Indonesia terus bergerak naik sejak awal kemunculannya hingga kondisi menjadi tidak kondusif. Pemerintah berupaya memperkecil kemungkinan penyebaran virus ini dengan mempertimbangkan kemungkinan penyebaran virus covid-19. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan menutup tempat-tempat yang dinilai akan dikunjungi oleh banyak orang. Peraturan baru yang ditetapkan oleh pemerintah tentu saja menjadi sumber krisis bagi berbagai pihak, mengingat hal tersebut mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan termasuk sektor pariwisata.

Salah satu bentuk dampak dari peraturan baru tersebut tampak dari sektor pariwisata, khususnya pada usaha akomodasi. Hotel termasuk dalam golongan usaha yang cukup penting dalam bidang akomodasi dan pariwisata (Permana, 2013:2). Hotel merupakan kegiatan usaha yang menawarkan jasanya dengan mengandalkan pelayanan bagi para *customer* dengan penawaran fasilitas yang bervariasi. Hotel yang merupakan tempat umum dan dapat dikunjungi oleh siapa saja mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap keamanan yang ditawarkan pihak hotel sehingga menjadi pemicu buruknya angka kunjungan sehingga pihak hotel menemukan kesulitan pada awal munculnya pandemi.

Salah satu hotel di Kota Padang yang terkena dampak dari pandemi ialah HW Hotel Padang. HW Hotel merupakan salah satu hotel berbintang tiga di Kota Padang. Selain HW hotel, ditemukan sebanyak 17 hotel lainnya yang terpaksa berhenti beroperasi sementara di Kota Padang (SumbarFokus.com diakses pada 06 Februari 2022), Data tersebut didapat dari data milik PHRI BPD Provinsi

Sumatera Barat per 7 April 2020. Pada akhir Maret 2020 lalu HW Hotel pada akun instagramnya @hwhotel mengirimkan postingan yang menginformasikan bahwa hotel tersebut akan berhenti beroperasi untuk sementara.

Pada sosial medianya, pihak HW Hotel Padang menyampaikan bahwa HW Hotel turut mendukung program pemerintah dalam upaya penanggulangan Covid-19, postingan tersebut seolah menjadi komoditi dari HW Hotel Padang dengan menempatkan keselamatan publik sebagai fokus utama dari perusahaan (Chatra & Nashrullah, 2008:46). Pesan tersebut dapat dikategorikan sebagai pesan kehumasan karena dapat membangun citra baik perusahaan di tengah masyarakat. Pesan-pesan tersebut perlu disampaikan sebagai salah satu upaya pihak perusahaan mempertahankan citranya di tengah masyarakat.

Peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah serta keraguan yang dialami oleh publik menempatkan perusahaan pada krisis (Chatra & Nashrullah, 2008:32). Hotel yang kesulitan dalam mencari sistem lain dalam menjalankan usahanya mengingat hotel tidak dapat menjual jasanya secara *online* sehingga hotel menghadapi krisis yang nyata pasca munculnya pandemi ini. *Senior Associate Director Colliers International Indonesia*, Ferry Salanto berpendapat bahwa perhotelan selaku penyedia jasa inap terkena dampak yang paling parah atas pandemi yang tengah terjadi. Pernyataan tersebut juga didukung oleh data yang disajikan oleh PwC (PricewaterhouseCooper) dalam katadata.databoks.co.id yang berisikan hasil survey yang dilakukan sepanjang Agustus 2020 hingga Januari 2021 mengenai beberapa sektor yang terpukul akibat pandemi covid-19.

Krisis yang terjadi menjadikan pihak perusahaan perlu mempersiapkan strategi khusus dalam menghadapi krisis tersebut. Bukan tidak mungkin HW

Hotel mengalami krisis selama penutupan tersebut mengingat operasional yang harus dihentikan sementara. Pemasukan utama dari perhotelan yang berasal dari para pengunjung yang menginap serta menggunakan fasilitas lainnya seperti *meeting room*, *swimming pool* dan lainnya menjadikan pihak hotel perlu memutar otak untuk mempertahankan eksistensi perusahaannya di tengah krisis yang melanda.

Selain ketetapan penghentian operasional hotel sementara waktu, diketahui bahwa hotel juga memberlakukan ketentuan kapasitas maksimal pengunjung pada awal masa pandemi sehingga hotel sempat mengalami penurunan angka pengunjung dalam jangka waktu yang cukup panjang. Keputusan pihak perusahaan untuk tidak memutus hubungan kerja dengan para karyawannya menjadikan pihak perusahaan perlu mengerahkan perhatiannya agar perusahaannya dapat tetap berjalan seperti biasanya dengan tetap membayarkan gaji bagi para karyawannya.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, salah satu bentuk upaya HW Hotel Padang dalam bertahan di tengah krisis yang tengah mereka hadapi terlihat dari postingan pada laman instagramnya. Pihak HW Hotel kerap menyajikan postingan mengenai penawaran menarik dari resto milik mereka dengan harga yang cukup terjangkau dengan sistem pembelian pesan antar dan *take away*. Dengan menonjolkan bagian resto hotelnya ketika operasional hotel harus dihentikan, dapat dilihat bahwa pihak HW Hotel Padang terus berusaha menawarkan produk lain milik mereka meskipun pada saat itu jasa yang mereka miliki tidak dapat dijalankan.

Setelah berupaya bertahan pada penutupan sementara, HW Hotel Padang kembali memberikan penawaran menarik pada awal pembukaan kembali hotel miliknya. Pesan yang terlihat pada postingan tersebut berisikan harga promo yakni pada angka Rp. 300.000,-/Malam. Pada beberapa pernyataan diatas serta hasil observasi awal yang penulis lakukan, penulis menyimpulkan bahwa pihak HW Hotel sangat memanfaatkan sosial media yang mereka miliki sebagai media informasi dan promosi selama krisis berlangsung.

Kegiatan promosi dan informasi lainnya pada media sosial milik HW Hotel Padang menjadikan pihaknya berbeda dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya yang juga tutup pada gelombang awal pandemi. Keberadaan praktisi *public relations* di HW Hotel Padang juga menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian di HW Hotel Padang, mengingat hasil yang diinginkan ialah munculnya peran praktisi *public relations* pada perusahaannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis hendak mengetahui upaya apa yang dilakukan pihak *public relations* dari HW Hotel Padang Menghadapi krisis di tengah pandemi serta penulis berharap penelitian yang hendak dilakukan dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di HW Hotel Padang dengan judul **“Komunikasi Krisis HW Hotel Padang Pasca Kemunculan Pandemi Covid-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti hendak mengajukan rumusan masalah mengenai “Bagaimana konsep komunikasi krisis

yang dipraktekan *public relations* HW Hotel Padang dalam menghadapi terpaan pandemi Covid-19”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diajukan, tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Menganalisis komunikasi krisis yang dilakukan oleh pihak HW Hotel Padang.
2. Mengetahui faktor pendukung serta faktor penghambat komunikasi krisis yang dialami *public relations* HW Hotel Padang selama masa pengelolaan krisis.

1.4 Manfaat Penelitian

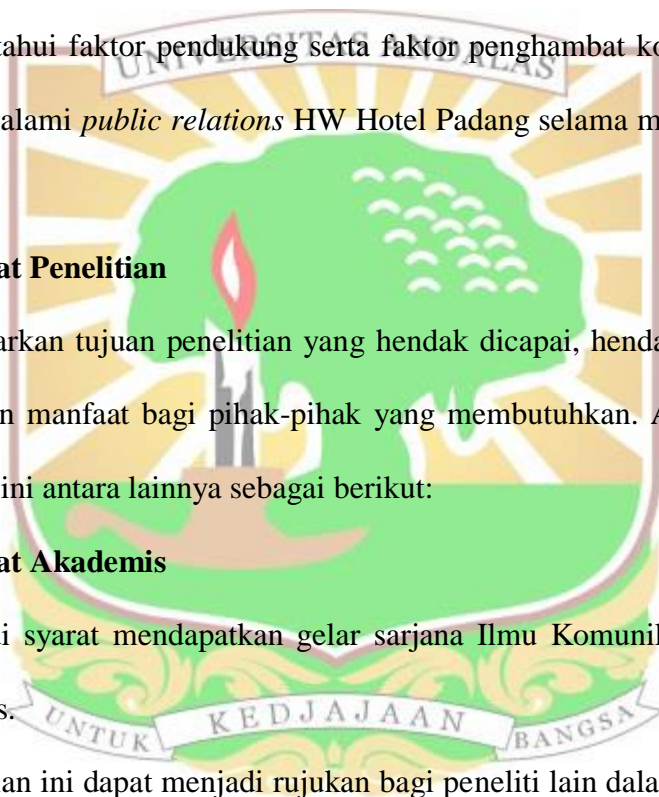
Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, hendaknya penelitian ini memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lainnya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Menjadi syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Andalas.
2. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain dalam bidang kajian Ilmu Komunikasi.
3. Penelitian ini dapat menjadi sumbangan referensi mengenai perkembangan pengetahuan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Menjadi masukan atau referensi pemikiran bagi para praktisi *public relations* dalam menghadapi krisis, khususnya pada penyedia jasa.



2. Menjadi tolak ukur atau alat bantu dalam upaya pengelolaan krisis serupa yang mungkin saja terjadi pada waktu yang akan datang.
3. Memperdalam pemahaman mengenai proposal penelitian secara analitis, praktis serta sistematis.

