

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat telah menjadi pendorong utama munculnya berbagai industri. Salah satunya yaitu industri perhotelan. Industri perhotelan adalah sektor ekonomi yang mencakup berbagai jenis akomodasi seperti hotel, motel, *resort*, penginapan, dan fasilitas akomodasi lainnya. Tujuan utama industri ini ialah menyediakan tempat menginap bagi tamu, baik untuk tujuan bisnis, rekreasi, atau lainnya.

Saat ini industri perhotelan telah berkembang pesat dan telah ada banyak perusahaan hotel yang beroperasi di seluruh dunia. Ada berbagai jenis perusahaan hotel, mulai dari merek besar internasional hingga independen yang lebih kecil dan lokal. Dalam persaingan yang ketat di industri perhotelan ini, hotel-hotel berusaha untuk membedakan diri mereka dengan layanan yang unggul, keunggulan fasilitas, atau pengalaman yang menarik bagi para tamu. Inovasi dalam teknologi, keberlanjutan, dan adaptasi terhadap trend terkini dalam perjalanan dan kebutuhan pelanggan juga menjadi fokus bagi perusahaan hotel dalam menjaga daya saing mereka.

Demi menjaga daya saingnya memungkinkan banyak perusahaan khususnya yang bergerak di bidang industri jasa akomodasi memberikan informasi dalam bentuk media promosi yang kreatif, informatif, dan menarik. Saat ini media promosi sudah menjadi bagian yang sangat penting dalam industri perhotelan karena melalui strategi promosi yang menarik

minat masyarakat untuk berkunjung atau menginap di hotel yang dipromosikan dapat meningkat. Promosi ialah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya (Hasugian, 2018). Promosi atau pemasaran hotel sangat diperlukan untuk menarik tamu untuk tinggal dan menginap serta menggunakan fasilitas yang dimiliki hotel. Promosi hotel bisa dilakukan melalui sosial media, dan website.

Kota Padang terdapat banyak hotel, salah satu hotel yang ada di kota Padang yaitu Hotel Femina. Hotel Femina terletak di Jl. Bgd. Aziz Chan. Kelurahan, Kp. Jao, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Hotel Femina diresmikan pada tahun 1999. Sebelum hotel tersebut ada, pada tahun 1980 itu hanya sebuah salon yang dimiliki oleh seorang wanita bernama Masnur. Pada awal tahun 1990 salon tersebut dijadikan sebuah wisma yang mempunyai tiga kamar. Femina nama lain dari feminim yang artinya wanita. Nama tersebut digunakan karna hotel tersebut di dirikan oleh seorang wanita yang ditinggalkan suaminya dan memiliki lima orang anak. Hotel Femina Padang mempunyai tiga tingkat dengan jumlah 33 kamar, mempunyai 2 ruang pertemuan untuk rapat serta sebuah restoran bernama Gadih Rantih.

Brand awareness merupakan kemampuan konsumen mengenali atau mengingat suatu produk didalam satu kategori produk tertentu (Aaker, 2010). *Brand awareness* merupakan langkan awal dalam pemasaran produk, karena pelanggan cenderung melakukan pembelian terhadap merek

yang sudah diketahui. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun *brand awareness* karena dapat memperluas pasar dan mempengaruhi minat konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager Hotel Femina Padang, mengatakan tidak ada promosi khusus yang dilakukan, seperti promosi melalui media cetak, media visual, maupun media sosial. Melakukan promosi hotel berubah video hanya pada tahun 1990an. Menurut Anita dan Marisa (2017) kebutuhan media promosi pada suatu perusahaan menjadi sebuah kebutuhan utama. Maka dari pihak hotel menginginkan adanya video promosi untuk meningkatkan pengunjung yang datang. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berupaya untuk memberikan solusi yaitu merancang video promosi. Sebuah video promosi dapat digunakan sebagai media bagi pengusaha untuk memperkenalkan produknya dan sudah terbukti efektif (Syahputra, 2021).

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berupaya untuk memberikan solusi yaitu merancang video promosi. Sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* dengan menggunakan video, *audience* bisa merasakan apa yang ada dan terjadi dalam video. Video promosi merupakan media yang paling efektif untuk melakukan promosi atau pemasaran. Video promosi dianggap lebih efektif dan memiliki nilai lebih dibandingkan media promosi lainnya. Hal ini disebabkan oleh jangkauan yang lebih luas, kemampuan menampilkan objek secara lebih realistis dan bisa digunakan di media sosial digital seperti youtube (Kurniawan & Wahyuni, 2016).

Sampai saat ini Hotel Femina belum melakukan promosi melalui video promosi, oleh karena itu perancang perlu merancang sebuah video promosi agar meningkatkan *brand awareness* dan daya tarik konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Banyaknya industri hotel di kota Padang yang menjadikan Hotel Femina Padang kurang pengunjung.
2. Kurang efektifnya promosi yang dilakukan oleh Hotel Femina Padang.
3. Kurangnya *brand awareness* yang dimiliki oleh Hotel Femina Padang.
4. Hotel Femina tidak memanfaatkan teknologi seperti media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, masalah pada penelitian ini dibatasi menjadi dua yaitu:

1. Kurang efektifnya promosi yang dilakukan oleh Hotel Femina Padang.
2. Hotel Femina tidak memanfaatkan teknologi seperti media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah yang didapat yaitu “Bagaimana cara merancang video promosi dan media penunjangnya sebagai informasi tentang Hotel Femina yang tepat sebagai

upaya meningkatkan *brand awareness* dan pengunjung untuk menginap di Hotel Femina?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Merancang video promosi dan media penunjangnya sebagai informasi mengenai Hotel Femina Padang dan menarik minat masyarakat atau wisatawan untuk berkunjung ke Hotel Femina Padang.

2. Tujuan Khusus

Merancang video promosi bertujuan membantu untuk Hotel Femina Padang mudah memberikan informasi kepada masyarakat tentang hotel khususnya untuk pengguna jasa penginapan.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian dari pendahuluan hingga tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat-manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Hotel Femina Padang

Meningkatkan kembali eksistensi dan citra diri Hotel Femina Padang agar dapat lebih dikenal dan dikunjungi oleh masyarakat dengan fasilitas-fasilitas yang dimiliki.

2. Bagi Target *Audiens*

Mempermudah calon konsumen baik dari dalam maupun luar kota Padang untuk dapat mengenal lebih dalam mengenai Hotel Femina Padang. Sehingga diharapkan muncul rasa ketertarikan dari apa yang dilihat melalui video promosi yang telah terpublikasi.

3. Bagi Perancang / Penulis

Menambah pengalaman keilmuan tentang pembuatan desain video promosi yang baik dan efektif.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti atau mahasiswa dalam merancang sebuah video promosi, serta dapat menambah pengetahuan mengenai perancangan video promosi.