

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Hotel Grand Keisha Yogyakarta

Menurut dokumen perusahaan (Saputra, 2021), Hotel Grand Keisha merupakan salah satu hotel yang berada di Yogyakarta. Hotel Grand Keisha ini merupakan hotel bintang empat di bawah kepemilikan PT Mega Surya Investa (MSI). Hotel ini dibangun pada tahun 2015 dengan luas 17.000 m² dengan 9 lantai dan 1 basement. Pada tanggal 11 Mei 2017, dilakukan penandatanganan prasasti peresmian oleh Bupati Sleman Drs. H. Sri Poernomo, M. Si dan Grand Keisha mulai beroperasi dan menjalankan bisnisnya. Hotel Grand Keisha berlokasi di Jalan Affandi No. 9 Gejayan, Yogyakarta, sehingga Grand Keisha memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen dari dalam maupun luar kota. Grand Keisha termasuk dalam kategori City Hotel karena letaknya yang berada di tengah kota Yogyakarta. Berdasarkan tipe tamu, Hotel Grand Keisha masuk dalam kategori Business Hotel, karena berdasarkan data, tamu yang menginap adalah tamu dari kalangan pebisnis. Grand Keisha juga termasuk dalam kategori Medium Hotel karena memiliki 177 kamar.

B. Tujuan Promosi

Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam mempromosikan produk dan jasanya memiliki tujuan yaitu untuk memperkenalkan dan memberikan

informasi mengenai produk dan jasanya untuk memengaruhi masyarakat sehingga masyarakat dapat datang dan mengonsumsi atau menggunakan produk dan jasa yang ada di Grand Keisha. Grand Keisha ingin masyarakat dapat menikmati fasilitas-fasilitas yang ada di Hotel Grand Keisha Yogyakarta.

C. Produk dan Layanan Hotel Grand Keisha Yogyakarta yang Dipromosikan di Instagram

Hotel Grand Keisha juga memiliki beberapa produk dan layanan yang dipromosikan di akun Instagram Grand Keisha yang bernama @grandkeishahotelyogyakarta. Berikut merupakan produk dan layanan yang dipromosikan di akun Instagram Hotel Grand Keisha Yogyakarta:

1. Kamar

Grand Keisha memiliki 177 kamar yang terdiri dari empat tipe kamar, yaitu:

a. Executive Suite Room

Executive Suite yaitu tipe tertinggi berjumlah dua unit dengan luas 58m² dan dengan ukuran kasur 200x200 cm, memiliki ruang tamu serta ruang tidur yang dilengkapi dengan *mini pantry* dan dua kamar mandi, yaitu kamar mandi utama dengan *bathtub* dan kamar mandi ruang tamu.

b. Junior Suite Room

Junior Suite berjumlah sembilan unit dengan luas 53m² dan ukuran kasur 200x200 cm. Kamar ini dilengkapi dengan *mini pantry* dan kamar mandi yang dilengkapi dengan *bathtub*.

c. Deluxe Queen Room

Deluxe Queen merupakan kamar tipe deluxe yang berjumlah 66 unit dengan luas 29m² dan ukuran kasur 180x200 cm yang dilengkapi dengan *mini pantry* dan kamar mandi.

d. Deluxe Twin Room

Deluxe Twin berjumlah 100 unit dengan kamar 29m² dan *double bed* berukuran 180x200 cm serta dilengkapi dengan *mini pantry* dan kamar mandi.

2. *Ballroom dan Meeting Room*

a. *Ballroom*

Grand Keisha memiliki *ballroom* Sido Mukti yang memiliki kapasitas 500 *pack* untuk *set-up theatre* dan 300 *pack* untuk *set-up round table*. Ruangan ini juga difasilitasi dengan *free wifi access* dan pelayanan 24 jam.

b. Meeting Room

Grand Keisha memiliki 8 *meeting room*, yaitu:

1) Parang Garuda.

Parang Garuda memiliki ukuran ruangan 8m x 16m x 3,5m.

2) Jlamprang.

Jlamprang memiliki ukuran ruangan 5m x 7m x 3,5m.

3) Sido Luhur.

Sido Luhur memiliki ukuran ruangan 6m x 7m x 3,5m.

4) Sido Asih.

Sama dengan Sido Luhur, Sido Asih memiliki ukuran ruangan 6m x 7m x 3,5m yang jika keduanya digabungkan jadi berukuran 6m x 14m x 3,5m.

5) Parijoto.

Ukuran ruangan Parijoto yaitu 5m x 7m x 3,5m.

6) Truntum.

Ruangan Truntum memiliki ukuran ruangan sebesar 6m x 7m x 3,5m.

7) Wahyu Tumurun.

Wahyu Tumurun memiliki luas ruangan sebesar sama dengan Truntum, yaitu 6m x 7m x 3,5m yang jika

digabungkan, ruangnya dapat mencapai ukuran 6m x 14m x 3,5m.

8) Udan Liris

Ukuran ruangan Udan Liris yaitu sebesar 5m x 7m x 3,5m.

Semua ruangan-ruangan tersebut bisa diatur dalam berbagai formasi, seperti formasi *theatre*, *classroom*, *boardroom*, *banquet*, dan *U-shape*. Semua ruangan tersebut berkapasitas 50-100 orang dan dilengkapi dengan LCD Projector, *screen*, WiFi, air minum, permen, peralatan tulis, dan *sound system*.

3. Restoran dan *lounge*

a. Srimanganti Restoran

Restoran ini untuk *set-up* normal dapat menampung 250 *pack*. Srimanganti restoran menyajikan hasil olahan *chef* yang sudah beberapa kali menjuarai lomba tingkat dunia.

b. Sekar Jagad Lounge

Sekar Jagad Lounge merupakan kafe kecil yang bisa digunakan untuk bersantai dan menikmati minuman dan cemilan yang beraneka ragam.

c. Ottoman Sky Lounge

Ottoman Sky Lounge merupakan restoran *outdoor* dan *indoor* dengan kapasitas 150 orang yang berlokasi di *rooftop* lantai 9.

4. Kolam Renang

Pada lantai 3 terdapat *outdoor swimming pool* yang terbagi menjadi 2 bagian dengan kedalaman yang berbeda, yaitu 0,75-meter dan 1,25 meter.

5. Fasilitas Lain

Grand Keisha juga mempunyai fasilitas lainnya, yaitu *fitness center*, mushola, serta area parkir yang bisa menampung 177 mobil.

D. Media Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta

Berdasarkan pra penelitian, Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam mempromosikan produk dan jasanya menggunakan beberapa media promosi, sebagai berikut:

1. Media Konvensional

Hotel Grand Keisha memasarkan produk dan jasanya melalui media konvensional seperti *flyer*. Setelah konten promo dikeluarkan, staf Grand Keisha harus merencanakan tempat mana yang akan didatangi untuk membagikan *flyer*. Biasanya tempat yang dituju yaitu tempat yang juga menawarkan jasa, seperti jasa fotografi, jasa salon, dan lain sebagainya. Setelah itu staf akan

keluar dari hotel dan menuju tempat yang sudah direncanakan. Sesampainya di sana staf akan menjelaskan tentang promo-promo yang sedang berlangsung di Grand Keisha, sembari memberikan beberapa *flyer* untuk dititipkan di tempat tersebut supaya bisa juga dibagikan kepada pelanggan yang datang di tempat tersebut.

2. Media Internet

a. Website

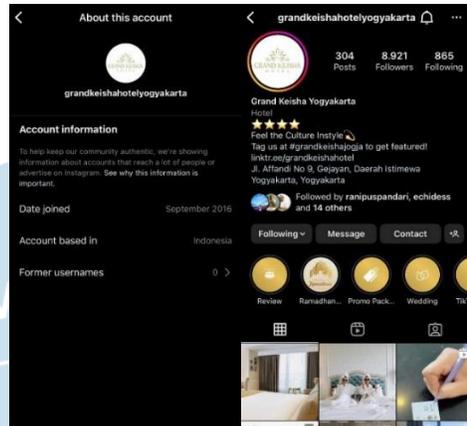


Sumber: www.grandkeishayogyakarta.com

Gambar 7

Hotel Grand Keisha Yogyakarta memiliki *website* yang bernama www.grandkeishayogyakarta.com. Di dalamnya terdapat informasi mengenai Grand Keisha, galeri foto, berita tentang Grand Keisha, kontak, dan juga pengunjung *website* bisa memesan kamar di *website* tersebut.

b. Instagram



Gambar 8

Sumber: Akun Instagram @grandkeishahotelyogyakarta

Selain *website*, salah satu cara Grand Keisha untuk mempromosikan produk dan jasanya yaitu melalui Instagram. Instagram merupakan salah satu media promosi yang penting dan masih aktif di Grand Keisha. Grand Keisha memiliki akun Instagram bernama @grandkeishahotelyogyakarta, yang hingga tanggal 19 November 2022 Grand Keisha memiliki 8.921 pengikut dan sudah memiliki 304 unggahan. Konten-konten yang diunggah oleh Grand Keisha yaitu semua yang berhubungan dengan promosi Hotel Grand Keisha.

c. Facebook



Gambar 9

Sumber: Akun Facebook Grand Keisha

Hotel Grand Keisha Yogyakarta juga menggunakan Facebook sebagai media promosinya. Namun jumlah konten yang diunggah sampai tanggal 20 Desember 2022 hanya berjumlah tujuh sejak tahun 2017. Dapat dilihat juga dari tanggal postingannya di laman Facebooknya, Grand Keisha terakhir mengunggah konten pada tanggal 18 Juli 2021. Konten itupun merupakan konten dari Instagram yang terhubung ke Facebook. Jadi konten tersebut bukan diunggah melalui Facebook secara langsung. Melalui hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa Facebook sudah tidak lagi aktif digunakan sebagai media promosi.

E. Sasaran Promosi Hotel Grand Keisha Yogyakarta

Berdasarkan pra-penelitian yang sudah dilakukan, Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam memasarkan jasa dan layanan mempunyai target sasaran orang-orang yang berumur 25 tahun ke atas. Akun Instagram milik Grand Keisha mayoritas pengikutnya wanita yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga di area Jawa Tengah.

F. Kriteria Konten Instagram Grand Keisha

Berdasarkan pra penelitian, konten yang dibuat oleh Grand Keisha adalah konten yang umum dan dapat dinikmati oleh banyak orang. *Audience* dari akun Instagram Grand Keisha rata-rata berusia lebih dari 25 tahun. Menurut pihak Grand Keisha, pada usia 25-an itu usia yang sudah lumayan matang dan mayoritas lebih memilih konten-konten dewasa, maksudnya dewasa dalam hal keluarga, percintaan, dan sebagainya. Kriteria konten yang dihasilkan juga tidak menutup kemungkinan untuk konten-konten yang mengikuti perkembangan zaman, bersifat dinamis, dan lebih aktif. Lalu untuk *tone* warna yang dibagikan di Instagram itu cenderung ke yang tajam, maksudnya jelas dan enak dilihat. Konten yang diunggah di Instagram yang penting terang, estetik, dan menjual.

Berdasarkan pra-penelitian, tidak ada acuan ketentuan atau kriteria tetap yang harus diikuti.

G. Proses Pembuatan Konten Instagram

Berdasarkan pra penelitian, Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam membuat konten-kontennya melewati serangkaian proses. Pertama-tama Grand Keisha melihat fenomena yang sedang terjadi atau peristiwa-peristiwa apa yang sedang menjadi tren saat itu. Grand Keisha juga melihat hal-hal yang sedang dibutuhkan hotel, serta jasa dan layanan apa yang sedang dipromosikan oleh Grand Keisha saat itu. Lalu setelah meriset fenomena atau hal yang ada dan mau diangkat, selanjutnya hal-hal tersebut akan dikonsepskan. Konsep tersebut harus diolah dan dimatangkan terlebih dahulu. Setelah itu melakukan eksekusi berdasarkan konsep yang sudah diolah dan dimatangkan sehingga eksekusinya tidak melenceng. Di dalam konsep yang dibuat sudah ada contoh-contoh pengambilan foto, tempat, model, baju, properti, dan segala hal yang harus dipersiapkan. Setelah itu dilakukan proses pengeditan dan itu akan dibantu oleh desainer Grand Keisha. Lalu hasil akhirnya akan diserahkan terlebih dahulu ke manajemen untuk dilihat apakah diterima atau ditolak. Kalau diterima, konten tersebut baru bisa diunggah.