

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan membahas mengenai gambaran umum tentang lokasi peneliti melakukan penelitian dan sejarah singkat serta informasi mengenai hotel Neo by Aston.

4.1 Deskripsi Wilayah

4.1.1 Sejarah Hotel Neo

Gambar 4.1 Hotel Neo El Tari Kupang



(Sumber : Profil Hotel Neo El Tari Kupang)

Aston memasuki pasar Indonesia pada akhir tahun 1990-an dan saat ini menjadi perusahaan pengelola keramah-tamahan terdepan di Indonesia yang menawarkan jaringan Hotel, *Kondotel*, *Resort*, Pelayanan Apartemen dan *Villa* berkelas yang berkembang pesat di Jakarta, Kuala Lumpur, Yogyakarta, Surabaya dan Bali.

Aston Internasional yang bernaung di bawah *PT.Archipelago* Internasional saat ini mengelolah 5 *Gran Aston*, villa mewah *brand* Royal Kamuela dan *brand*Aston Heritage Collection,bintang 4 *brand* Aston untuk villa *brand* Kamuela, bintang 3 *brand* Aston City hotel dan *Quest*, hotel butik *brand* neo serta *brand* fave hotel pilihan pelayanan bergaya trendi. Dengan rekam jejak yang terbukti Aston mempunyai visi yang sangat jelas untuk dikenal secara universal sebagai perusahaan pengelolah keramah-tamahan terpilih di Asia Pasifik. Salah satu properti di Kupang yang di manajemen *Archipelago* Internasional Indonesia adalah Hotel Neo El Tari Kupang yang mulai beroperasi pada hari Selasa 16 Juni 2015 dan memiliki fasilitas sebagai berikut, 137 kamar,yang terdiri dari 98 kamar tipe *Superior*, 20 kamar tipe *Deluxe*, 10 kamar tipe *Deluxe Balcony*, 8 kamar tipe *Executive Suite*, dan 1 kamar tipe *PresidentSuite*, Ikan Layar *Restaurant*, *Coffee shop*/kopi bali, *meeting room*, dan 1 *ballroom*, *spa*, *gym*, dan kolam renang.

Tabel. 4. 1

Jabatan dan Jumlah Karyawan Hotel Neo El tari Kupang Tahun 2020

No	Section/Jabatan	Jenis kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	<i>General manager</i>		1	1
2	<i>Sales & marketing</i>	1	2	3
3	<i>Engineering</i>	4	-	4
4	<i>HRD</i>	-	1	1
5	<i>Front office</i>	2	2	4
6	<i>Food & beverage service</i>	6	3	8
7	<i>Food & beverage product</i>	5	-	5
8	<i>Accounting department</i>	4	2	6

9	<i>Security</i>	6		6
10	<i>Housekeeping</i>	7	2	9
11	<i>Gardener</i>	2	-	2
Jumlah Karyawan		37	13	50

Sumber : hotel Neo by Aston 2024

4.1.2 Visi dan Misi

Visi : *“To be universally recognized as the preferred hospitality company in Asia for guests, owner and employees”.*

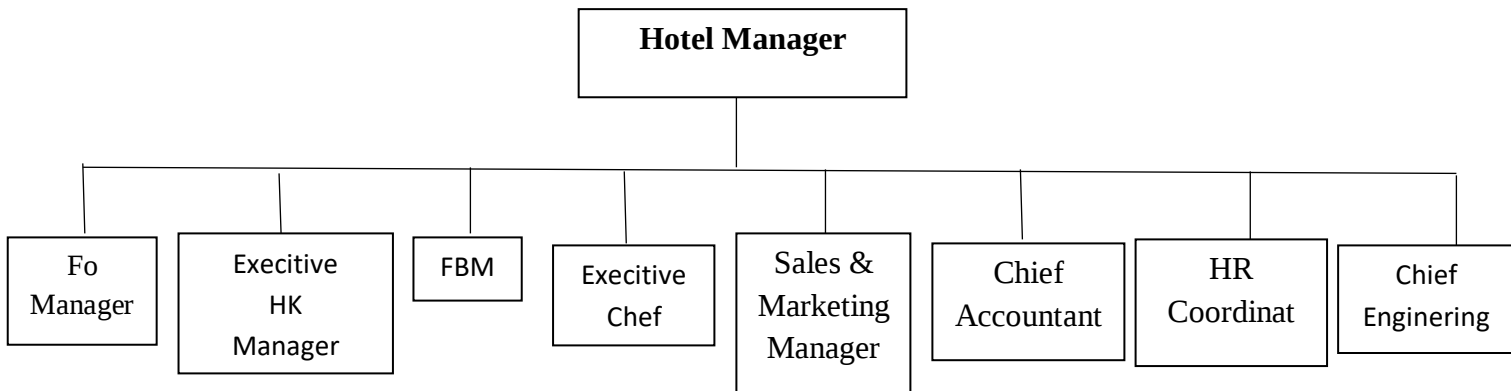
Misi: *“Exceeding Guest expectation in all our hotels, helping our staff develop their careers while supporting owners in designing creating Successfully operating a “best in class” hotel that they can be proud of”.*

4.1.3 Struktur Organisasi

Organisasi harus memiliki struktur organisasi yang jelas untuk memudahkan anggota menjalankan tanggung jawab, peran, atau kewenangan sesuai dengan tugas, fungsi, dan jabatan mereka masing-masing. Struktur organisasi pada hotel Neo Eltari Kupang by Aston dapat dilihat dari struktur dibawah ini :

Bagan 4.1

Struktur Organisasi



(Sumber : data hotel Neo by Aston 2024)

4.2. Fasilitas Kamar Hotel Neo by Aston

Hotel Neo Eltari - Kupang by Aston berada di Kelapa Lima. Lokasi hotel sangat strategis karena hanya berjarak 2,52 km dengan Bandar Udara Internasional El Tari (KOE). Hotel Neo Eltari Kupang by Aston merupakan Hotel bintang tiga yang jauh dari pusat kota Kupang dan memiliki 137 Kamar hotel. Namanya hotel berbintang memiliki 4 kategori kamar hotel yang terdiri dari : *Superior 70%* , *Deluxe*, *Deluxe Balcony*, *Junior Suite*. Dari 4 kategori kamar hotel tersebut untuk kamar yang *Superior* adalah kamar yang paling populer, biasanya kamarnya ada pilihan tempat tidur *queen bed* atau *twin bed*. Memiliki fasilitas, AC, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk* Brankas dalam kamar, *Blackout drapes / curtains*. Sedangkan *Deluxe* adalah Kamar yang terletak dilantai lebih tinggi dengan pemandangan laut yang indah atau kolam renang luar ruangan, dengan desain yang

lebih berkelas dibandingkan kamar *superior* dan juga mempunyai pilihan tempat tidur yang berbagi dengan teman *queen bed* atau *twin bed*. Memiliki fasilitas, AC, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar. Sementara itu *Deluxe Balcony* adalah kamar yang memiliki balkon pribadi dengan pemandangan laut yang indah atau kolam renang luar ruangan, dan memiliki tempat tidur *queen* atau *twin*. Memiliki fasilitas, AC, Pembuat kopi / *the*, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar, Balkon / teras. Dan *Junior Suite* adalah Kamar yang memiliki ukuran ruangan yang lebih luas dan memiliki satu tempat tidur *double*. Memiliki fasilitas, AC, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar, *Separate dining area*, *Blackout drapes / curtains*, *Dishwasher*.

4.3. Telaah Informan

Peneliti mengambil informan yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini berjumlah lima (5) orang diantaranya *general manager*, *HRD manager* dan tiga *sales executive* :

Tabel 4.2

Data Informan Penelitian

NO	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Agama	Profesi /Pekerjaan
1.	Juanidi	Laki-laki	43	Islam	General Manager

2.	Rahmawati	Perempuan	31	Islam	HRD Manager
3.	Deitje Mawar Mestuni	Perempuan	33	Kristen Protestan	SeniorSales Executive
4.	Elsi Yolanda Dacosta	Perempuan	30	Kristen Protestan	Sales Executive
5.	Helen Freini Karundek	Perempuan	43	Kristen Protestan	Sales Executive

Sumber : Data Primer Penulis, 2024

Table di atas merupakan profil informan dalam penelitian ini. Para informan antara lain *general manager*, *marketing manager*, *sales executive*.

Keterangan Informan :

1. Junaidi adalah *General Manager* yang bertanggung jawab mengelola kegiatan dan memenuhi tujuan hotel Neo by Aston. Ia sudah bekerja selama empat tahun sebagai *general manager* hotel Neo by Aston. Ia sudah bekerja selama empat tahun sebagai *general manager* hotel Neo by Aston
2. Rahmawati adalah *HRD manager* yang bertanggung jawab mengatur semua strategi pemasaran yang dibuat. Ia bekerja selama lima tahun sebagai HRD manager hotel Neo by Aston
3. Dietje mawar mestuni adalah senior sales executive yang bertanggung jawab untuk mengejar target penjualan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Ia bekerja selama lima tahun sebagai sales executive.

4. Elsi Yolanda Dacosta adalah sales executive yang bertanggung jawab atas strategi penjualan hotel Neo by Aston secara keseluruhan, mengenalkan produk barang atau jasa, memenuhi target bulanan dan tahunan, berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien dan calon klien. Ia bekerja selama tiga tahun sebagai sales executive.
5. Helen Freini Karundek adalah sales executive yang bertanggung jawab atas strategi penjualan hotel Neo by Aston secara keseluruhan, mengenalkan produk barang atau jasa, memenuhi target bulanan dan tahunan, berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien dan calon klien. Ia bekerja selama lima tahun sebagai sales executive.

4.4. Penyajian Hasil Penelitian

4.4.1 Pertanyaan Pokok Penelitian

Pertanyaan pokok penelitian ini adalah “ Bagaimana strategi komunikasi pemasaran kamar hotel Neo Eltari Kupang by Aston dalam meningkatkan jumlah pengunjung?” Guna memudahkan wawancara dengan para informan maka peneliti menguraikan pertanyaan pokok ini atas empat sub pertanyaan yang sesuai dengan indikator peneliti. Proses pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan teknik wawancara secara mendalam. Berikut merupakan pokok pertanyaan peneliti :

1. Apa saja **produk** yang tersedia pada kamar hotel sesuai empat kategori kamar?
2. Berapa **harga** sewa kamar permalam sesuai empat kategori kamar hotel?

3. Bagaimana letak **lokasi** kamar sesuai empat kategori kamar hotel?
4. Bagaimana cara **promosi** produk sesuai empat kategori kamar hotel?

4.4.2 Hasil Wawancara

Peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai landasan pengumpulan data dengan lima (5) informan yang terdiri dari: *general manager*, *HRD manager*, *sales executive* (3) orang. Berikut merupakan data hasil wawancara peneliti bersama informan mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel Neo by Aston, dilihat melalui indikator-indikator penelitian :

1. Produk (*Product*):

Penulis bertanya kepada lima (5) informan mengenai produk apa saja yang tersedia pada kamar hotel Neo by Aston sesuai empat kategori kamar tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *general manager* dengan bapak **Juanidi** sebagai informan pertama pada hari senin 10 juni 2024 pukul 9.15 WITA, Beliau menguraikan :

“ Produk yang ada di kamar hotel Neo ini memiliki bermacam-macam produk mulai dari tempat tidur, AC, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk* Brankas dalam kamar, *Blackout drapes / curtains* itu untuk *Superior*, kalau untuk *Deluxe AC*, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar, *Deluxe balcony* ini kamar yang memiliki balkon sebagai fasilitas utama dan ada AC, Pembuat kopi / *the*, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar, dan untuk Junior suite AC, Pembuat kopi / *the*, Minibar, Televisi, *Desk*, Brankas dalam kamar, *Separate dining area*, *Blackout drapes / curtains*, *Dishwasher*. “

Pada hari senin 10 juni 2024 pukul 11.00 WITA. Saat wawancara dengan informan kedua Ibu **Rahmawati** sebagai *HRD manager* beliau mengungkapkan :

“ Produk yang ada di kamar hotel Neo sama seperti yang dijelaskan *general manager* saya bapa Juanidi, tapi yang membedakan dari ke 4 tipe kamar yang ada di hotel Neo Eltari yang membedakan hanyalah fasilitas di dalam kamar untuk tipe *superior, deluxe*, maupun *deluxe balcony* kalau *superior* dan *deluxe* itu bedanya view saja kalau *superior* dia menghadap ke jalan dan ke kota, kalau misalnya *deluxe* menghadap ke kolam dan juga ke laut walaupun dari jauh gitu. Untuk isi dalam kamar semuanya sama tempat tidur Ac dan lain-lain minibar kulkas kecil itu sama. Kemudian kita lanjut ke *deluxe* dan *deluxe balcony* itu fasilitasnya juga sama viewnya pun sama yang membedakan *deluxe balcony* dia punya balkon untuk merokok, kemudian *deluxe balcony* dan *junior suite room* itu beda ukuran dan beda fasilitas kalau di *junior suite* fasilitas lebih lengkap ukuran kamarnya itu dua kali kamar *deluxe* ataupun *superior* jadi dikali dua jadi luas ada area untuk *living room*nya sendiri, dan juga *bathroom*nya sendiri, fasilitas yang melebihi dalam tipe kamar *junior suite room* amenities kaya di *deluxe* dan juga *superior* ada kopi dan lain sebagainya tapi kalau di *suite* kita pake *welcome cake*, *welcome fruit* dan lain-lain ukuran kamar dan juga isi kamarnya sih.”

Selain itu menurut informan ketiga ibu **Dietje mawar mestuni** sebagai *senior sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pukul 09.12 WITA.

Beliua menjelaskan :

“ pasti sudah dijelaskan oleh bapak Juanidi dan ibu rahma bahwa produknya jadi kaka hanya mau menambahkan sedikit kalau produk dari 4 tipe kamar tersebut mulai dari *superior, deluxe, deluxe balcony, junior suite* itu yang membedakan *junior suite* karena luas kamar dan harga kamar berbeda jadi untuk fasilitasnya semuanya sama, kalau *junior suite* ada *welcome cake* dan *welcome fruit*. ”

Sementara itu untuk informan keempat, ibu **Helena freini karundek** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pukul 10.09 WITA.

Beliua mengatakan :

“ Untuk produk dari empat tipe tersebut sama ya nona cuman yang membedakan itu kalau *deluxe balcony* dia punya balkon pribadi sedangkan *junior suite* luas kamarnya

oh iya fasilitasnya juga berbeda. Mungkin itu saja yang saya jelaskan karena pasti ibu rahma dan bapak juniadi pasti sudah menjelaskan.”

Sedangkan untuk informan kelima ibu **Elsi yolan dacosta** sebagai sales executive saat wawancara pada hari sabtu juni 15 juni 2024 pukul 10.48 WITA .
beliua menerangkan :

“ Ibu hanya menjelaskan sedikit saja kalau untuk produk setiap kamar itu ada Ac, minibar, kulkas kecil, pembuat kopi, televisi, brangkas kamar, dan lain-lain”

2. Harga (*Price*)

Penulis bertanya kepada lima (5) informan mengenai harga sewa kamar permalam sesuai empat kategori kamar hotel.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *general manager* , bapak **Junaidi** sebagai informan pertama, pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 09.15 WITA.
Beliua mengatakan :

“ Harga permalam dari 4 kategori berbeda-beda mulai dari kamar superior 400 lebih, kalau untuk deluxe 500 lebih, dan untuk deluxe balcony sekitaran 575 dan untuk junior suite 700 lebih. Sekitaran itu untuk harganya, tapi kalau ada promo maka harganya bisa turun.”

Saat wawancara dengan informan kedua ibu **Rahmawati** sebagai *HRD manager*, pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 11.00 WITA. Beliua menguraikan :

“ Untuk krens harga kamar sendiri karena hotel Neo Eltari ini ada di kelas bintang tiga jadi untuk harganya itu start from empat ratusan, tergantung sih kalau rata-rata kita ambil garis lurus rata-rata per satu tahun itu rata-rata harganya di 425 untuk tipe kamar *superior*, untuk *deluxe* 530, untuk *deluxe balcony* 575 sedangkan untuk junior suite 711 sih dan semakin meningkat tipe kamarnya bedanya di 200 ribu.”

Selain itu dengan informan ketiga, Ibu **Dietje mawar mestuni** sebagai *seniorsales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 09.12 WITA beliau mengungkapkan :

“ Harga setiap kamar dari 4 tipe kamar itu berbeda-beda seperti yang dijelaskan oleh bapak Juanidi dan ibu rahma, saya Cuma menyebutkan saja kalau kamar *superior* permalam 400 lebih, *deluxe* 500 lebih, *deluxe balcony* 500 lebih juga, dan *junior suite* 700 lebih. Untuk kamar *junior suite* ini paling mahal karena luas kamarnya beda dengan yang lain.”

Sementara itu untuk informan keempat ibu **Helena freini karundek** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 10.09 WITA beliau menjelaskan :

“ Dari 4 tipe kamar tersebut pasti sudah di jelaskan oleh ibu Mawar harganya jadi ibu hanya megulangi jadi untuk harga kamar permalam *superior* 400 lebih, *deluxe* 500 lebih, *deluxe balcony* 500 lebih, dan *junior suite* 700 lebih.”

Sedangkan untuk informan kelima, ibu **Elsi yolán dacosta** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pukul 10.48 WITA . beliau menerangkan :

“ Ibu hanya menambahkan sedikit saja untuk kamar *superior* 400 lebih, *deluxe*, dan *deluxe balcony* 500 lebih, dan untuk *junior suite* 700 lebih.”

3. Lokasi (Place)

Penulis menanyakan kelima informan tentang letak lokasi kamar sesuai empat kategori kamar hotel tersebut

Berdasarkan hasil wawancara dengan general manager , bapak **Juanidi** sebagai informan pertama pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 09.15 WITA. Penulis bertanya tentang

Beliua mengatakan :

“ untuk lokasinya dari empat tipe kamar tersebut secara acak tidak ada pembagian perlantai tetapi setiap lantai ada kamar superior, deluxe, deluxe balcony, junior suite, untuk lantai satu, dua dan lantai tiga, karena kadang pelanggan merequest kamar, kadang ada yang mau di lantai satu, kadang juga ada yang di lantai dua, dan tiga.”

Saat wawancara dengan informan kedua pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 11.00 WITA, ibu **Rahmawati** sebagai *HRD manager*, Beliua menguraikan :

“ di setiap lantai kita tidak mengkhususkan lantai satu hanya superior jadi di setiap lantai ada semua tipe kamar. Kalau untuk hotel berbintang tidak bisa yang dia hanya berfokus di satu lantai itu satu tipe kamar, kalau misalnya dikhususkan satu lantai satu tipe kamar bagi-bagi tipe di setiap lantai itu biasanya lebih ke badget hotel, kalau hotel bintang tidak bisa satu setiap lantai random masing-masing semua tipe kamar karena kita mengikuti keinginan dan kebutuhan dari tamu-tamu.”

Selain itu informan ketiga, Ibu **Dietje mawar mestuni** sebagai *seniorsales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 09.12 WITA beliua menjelaskan :

“ dari empat tipe kamar ini lokasinya secara acak tidak perlantai mulai dari lantai satu ada kamar *superior, deluxe, deluxe balcony, dan junior suite* begitu juga lantai dua dan tiga. Untuk kamarnya sendiri 70 persen lebih banyak kamar *superior*.”

Sementara itu dengan informan keempat ibu **Helena freini karundek** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 10.09 WITA beliua mengungkapkan :

“ mungkin lokasinya sudah di jelaskan oleh ibu rahma jadi dan ibu mawar jadi lokasinya ini sama ya tidak perlantai tapi secara acak, mungkin ibu rahma sudah menjelaskan kenapa harus acak karena kebutuhan dan permintaan tamu sehingga di buat secara acak.”

Sedangkan untukinforman kelima ibu **Elsi yolan dacosta** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pukul 10.48 WITA . beliua mengatakan :

“ dia punya lokasinya itu dari empat tipe kamar tadi berbeda-beda tidak perlantai secara acak karena biasanya pelanggan request sendiri sesuai kebutuhan. Dan sama seperti yang di jelaskan ibu mawar, jadi semua kamar sama lokasinya secara acak.”

4. Promosi (*Promotion*)

Penulis bertanya kepada lima (5) informan tentang cara promosi produk sesuai empat kategori kamar hotel.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *general manager* , bapak **Juanidi** sebagai informan pertama pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 09.15 WITA.

Beliua mengungkapkan :

“ kalau untuk promosinya itu banyak tapi ade bisa tanyakan lagi ke sales karena mereka yang mempromosikan. Untuk promosinya yang saya tahu lewat media sosial, *online traveloka*, dan *booking. Com* dengan memberikan potongan harga yang lebih rendah sehingga pelanggan tertarik untuk membelinya.”

Saat wawancara dengan informan kedua dengan ibu **Rahmawati** sebagai *HRD manager*, pada hari senin 10 juni 2024 pada pukul 11.00 WITA. Beliu menjelaskan :

“ untuk promosi hotel kami karena sekarang sudah masuk era digital jadi setiap hari sales kita harus keluar jadi dia tidak ada di area hotel dari jam 8 sampai jam 2 atau jam 3 sore jadi dia keluar ke instansi pemerintahan maupun swasta, kemudian kami juga masuk di *E-commerce* jadi penjualan melalui online, ada beberapa *platform* kurang lebih yang kami gunakan *agoda,traveloka, booking.com, pegi-peg, tiket.com* dan lain-lain. Jadi promosinya lebih ke situ online dan juga offline. Biasanya promonya flash sale ada happy hour misalnya kami buat diantara kalau anda melakukan booking jam 8 sampai 9.30 waktu ganjil maka akan dapat diskon sampai 30 persen, kemudian *flash* biasa *weekend mostly* diskon 10 sampai 15 persen untuk kamar dan juga makan. Harus lebih kreatif tida bisa *flat* strateginya begitu.”

Selain itu informan ketiga Ibu **Dietje mawar mestuni** sebagai *seniorsales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 09.12 WITA beliaua mengatakan :

“ nah kalau untuk promosinya ini karena kami sering mempromosikan jadi ibu akan menjelaskan sedikit kami para *sales* selalu keluar setiap hari senin sampai hari jumat dan biasanya target untuk promosinya ini kami meliat marketnya seperti apa untuk dipromosikan seperti turun langsung ke instansi pemerintah atau swasta, dinamakan *sales call*, promosi lewat media sosial dan online travel mulai dari *traveloka*, *pegi-peggi*, *booking.com*, *tiket.com*, dan bikin promosi dengan harga yang lebih rendah dari biasanya.”

Sementara itu informan keempat untuk ibu **Helena freini karundek** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pada pukul 10.09 WITA beliaua menjelaskan :

“ kalau dia punya promosinya ini kami turun langsung ke instansi pemerintah dan swasta serta promosi lewat media sosial, dan juga *traveloka*, *booking.com*, *tiket.com* jadi tidak hanya kami promosi secara langsung tetapi ada online travel yang dapat membantu, saya kira itu saja promosinya.”

Sedangkan untuk informan kelima ibu **Elsi yolan dacosta** sebagai *sales executive* saat wawancara pada hari sabtu 15 juni 2024 pukul 10.48 WITA . beliaua mengatakan :

“ ibu hanya menambahkan sedikit kalau dia punya promosinya ini pasti sudah di jelaskan oleh ibu mawar jadi ibu hanya menceritakan promosi yang ibu mereka lakukan sebagai *sales* itu kami turun langsung ke lapangan, kalau hotel hanya mengharapkan turis maka tida bisa, kalau dulu banyak turis yang menginap di hotel dengan tujuan ke Labuan bajo, Sumba, pesawat harus transit dulu jadi banyak yang menginap tetapi sekarang kita tida bisa mengharapkan itu lagi karena pesawatnya langsung, jadi kita *sales* selalu keluar untuk mempromosikan kepada instansi atau pengusaha.”

4.4.3. Hasil Observasi

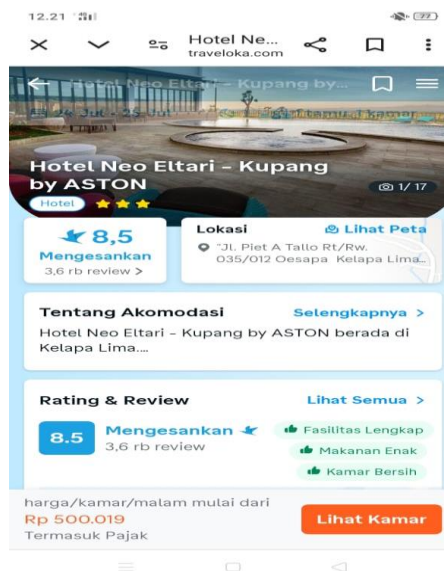
Strategi komunikasi pemasaran sangat penting bagi perusahaan karena membantu perusahaan untuk dapat, membangun merek, dan akhirnya meningkatkan penjualan produk atau layanan.

Observasi yang dilakukan peneliti selama dua hari terhitung dari tanggal 8 dan tanggal 22 juni 2024. Pada hari pertama pukul 09.15 WITA. Peneliti mengamati strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan hotel Neo adalah semua karyawan di situ sangat ramah dan juga full senyum dengan pelayanan yang sangat memuaskan sehingga para tamu sangat betah menginap di hotel untuk harganya sesuai dan sangat terjangkau.

Pada tanggal 8 juni pukul 09.10 peneliti datang ke lokasi untuk mengamati. Peneliti melihat karyawan hotel menyambut tamu hotel yang datang dengan sangat ramah dan full senyum, dan juga cara resepsionis menjelaskan kondisi kamar kepada para tamu yang datang maupun yang menghubungi hotel Neo lewat telepon juga sangat ramah sehingga pelayanannya itu sangat memuaskan dilihat dari ekspresi tamu yang datang Peneliti juga melihat strategi pemasaran hotel, lewat media social Instagram dan juga platform Traveloka, pegi-peg, booking. Com, tiket.com dengan harga diskon, sehingga pelanggan merasa tertarik dan ingin memesan kamar hotel karena ada potongan harga.

Pada tanggal 22 juni 2024 pukul 9.15 peneliti diberi kesempatan untuk mengamati kamar hotel peneliti kemudian menuju kelantai satu dan masuk pada ruangan kamar superior di sana peneliti melihat kamar superior tersebut sangat bersih dan juga rapi disertai fasilitas seperti tempat tidur, AC, Pembuat kopi / the, Minibar, Televisi, Desk Brankas dalam kamar, *Blackout drapes / curtains*, yang membuat kamar hotel *superior* menjadi kelihatan mewah, dan juga lengkap, serta lokasi yang secara acak sesuai kebutuhan pelanggan sehingga merasa nyaman.

Gambar 4.2
Olahan Penulis



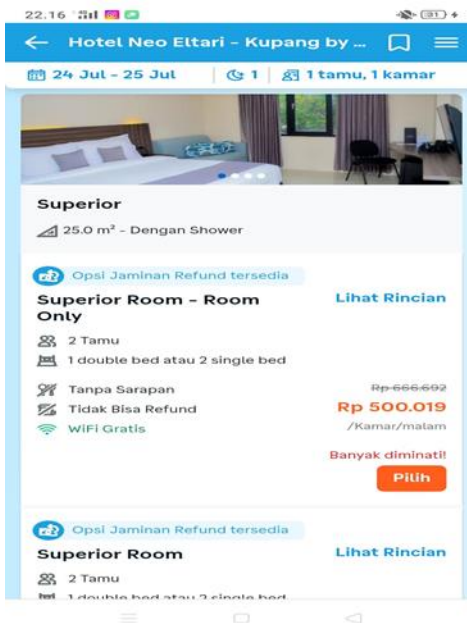
(Sumber : Tangkapan layar pada aplikasi Traveloka)

Observasi ini dilakukan pada tanggal 8 juni 2024 pukul 9:15 WITA pada hotel Neo Eltari Kupang by Aston. Peneliti melihat aplikasi Traveloka pada hotel Neo by

Aston yang dipasarkan adalah kamar hotel dengan 4 tipe kamar tersebut mulai dari *Superior, Deluxe, Deluxe Balcony, Junior suite* dengan review atau ranting 8,5 Mengesankan serta berbagai fasilitas lengkap setiap kamar, dan disajikan makanan yang enak, serta kamar yang bersih. Ini merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menarik para pelanggan, sehingga para pelanggan tidak ragu untuk memesan kamar hotel tersebut karena melihat review dari tamu-tamu yang sudah menginap.

Gambar 4.3.

Olahan penulis



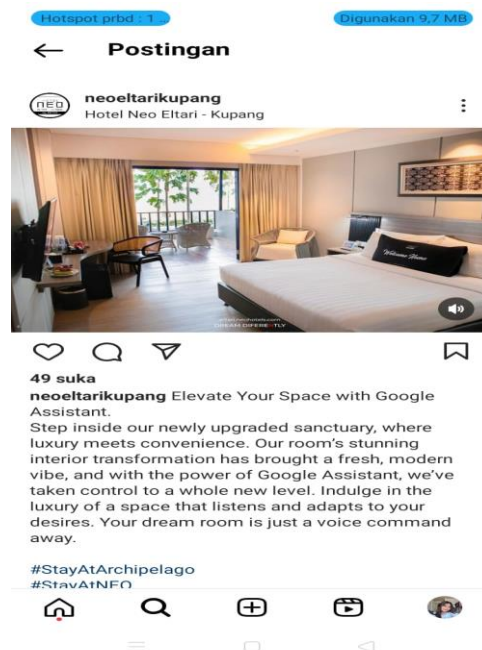
(Sumber : Tangkapan Layar pada aplikasi Traveloka)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 22 juni 2024 pukul 9:15 WITA pada hotel Neo Eltari Kupang by Aston. Peneliti mengamati resepsionis hotel yang melayani tamu hotel yang sudah memesan kamar hotel melalui aplikasi

Traveloka. Dalam pelayanan yang dilakukan resepsionis kepada tamu hotel yang diamati peneliti, tamu hotel tersebut memesan kamar superior untuk 2 orang dan menunjukkan bukti pemesanan kamar superior dari aplikasi Traveloka tersebut kepada resepsionis dan diperiksa setelah selesai diperiksa resepsionis menjelaskan kondisi kamar mulai dari fasilitas dan juga aturan kamar, serta diberikan kartu kamar/ kunci kamar dan staf mengantar tamu hotel menuju ke kamar yang sudah dipesan.

Gambar 4.4

Olahan penulis



(Sumber : Tangkapan Layar pada akun Instagram @ neoeltarikupang)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan hotel Neo by Aston memiliki strategi komunikasi yang baik mulai dari cheikin kamar dengan

pelayanan yang ramah, dan full senyum serta strategi pembagian lokasi kamar yang secara acak untuk memenuhi semua kebutuhan tamu, dengan fasilitas yang lengkap, serta harga yang terjangkau menjadikan kamar hotel Neo sebagai pilihan untuk para pengunjung yang ingin menginap. Hotel Neo by Aston tidak hanya mempromosikan kamar hotel pada *plat form* *Traveloka*, *booking.com*, *agoda*, *pegi-pegi*, *tiket.com*.tetapi juga promosinya lewat media sosial Instagram dengan postingan fotokamar serta caption yang dapat menarik pengunjung serta harga diskon sehingga pengunjung tertarik dan ingin menginap di hotel Neo by Aston.