

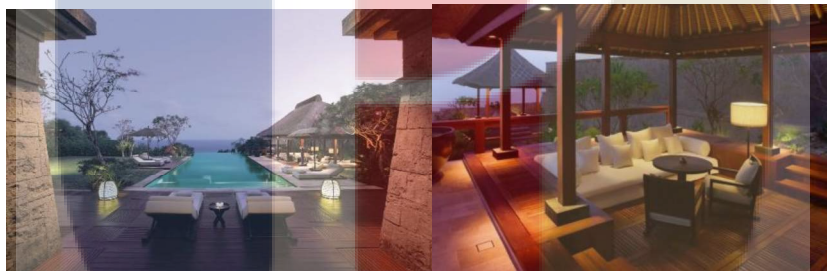
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hotel Bvlgari Bali , Indonesia

##### 4.1.1 Profil Hotel Bvlgari Bali , Indonesia

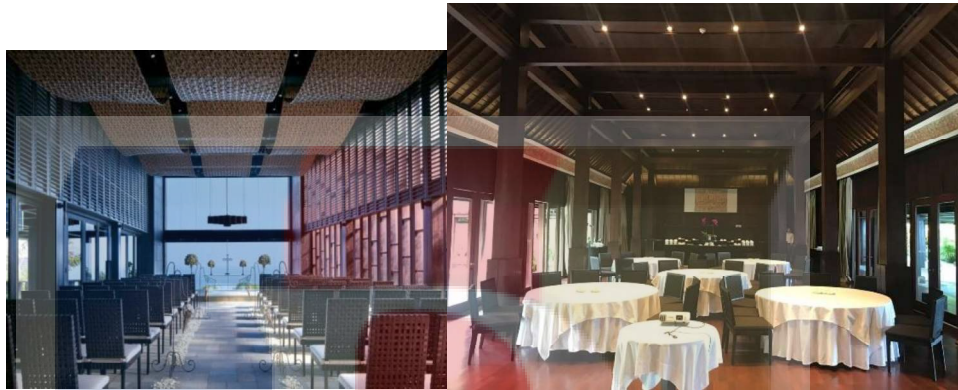
Hotel Bvlgari Bali , Indonesia beralamatkan di jalan Goa Lembeh , Banjar Dinas Kangin , Uluwatu , Bali yang tergolong mewah dan berjarak 4 km dari Pura Uluwatu . Lokasi yang strategis dengan pemandangan yang menawan menjadi alasan utama para wisatawan menyukai hotel ini. Hotel yang tergolong berbintang 5 terletak di atas tebing setinggi 150 meter dari permukaan laut dengan pemandangan samudera Hindia dipadu dengan gaya arsitektur kontemporer yang merupakan perpaduan gaya arsitektur modern Italia dan tradisional Bali.



**Gambar 3.1 Arsitektur & Interior Hotel Bvlgari Bali**

*( Sumber : Hotel Bvlgari Bali , Indonesia )*

Di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia memiliki 59 kamar , 5 mansion , Spa , Chapel dan 4 Food & Beverages Outlet serta 1 Hallroom dan 1 Ballroom .



**Gambar 3.2 Chapel dan Ballroom ( Sumber: Hotel Bvlgari Bali , Indonesia )**

Sejauh ini Hotel Bvlgari sendiri sudah memiliki 6 hotel di 5 Negara yaitu Indonesia , Milan , London , Dubai , Beijing dan Shanghai dan akan membuka cabang lainnya di 3 negara pada beberapa tahun ke depan yaitu Paris , Moscow dan Tokyo.

#### **4.1.2 Strategi Marketing Endorsement Hotel Bvlgari Bali , Indonesia**

Dengan berkembangnya zaman, teknologi juga berkembang dengan pesat. Maka itu, teknik pemasaran dengan bantuan media teknologi tidak ada lagi batasannya. Teknologi teknik pemasaran pun berubah dengan adanya media sosial. Media sosial adalah aplikasi dimana para pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Media Sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada saat ini adalah facebook, twitter, Instagram, dan lain-lain. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan saat ini, dikarenakan aplikasi ini berfokus pada penggunaan gambar dan video.

Instagram juga mempunyai fitur baru yaitu snapgram, snapgram adalah fitur dimana pengguna bisa memposting foto atau video dan akan hilang dalam 24 jam biasanya fitur ini banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk. Instagram marketing biasanya didukung oleh Endorser, Endorser adalah orang-orang yang berperan untuk memberi pandangan baik kepada audience-nya dan memiliki pengaruh besar terhadap suatu produk.

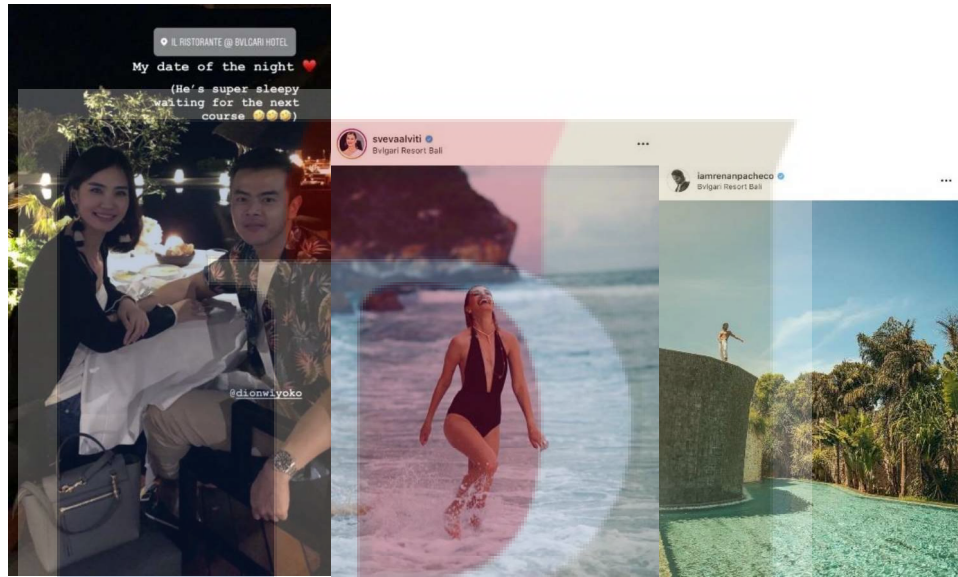
Dengan adanya sarana teknologi tersebut, Hotel Bvlgari Indonesia pun juga menggunakan strategi marketing endorsement untuk meningkatkan proses pemasaran Hotel. Dikarenakan Hotel Bvlgari Indonesia merupakan hotel bintang lima dengan nama yang cukup besar menjadikan banyaknya endorser yang bersedia untuk bekerja sama dengan Hotel Bvlgari Indonesia, sehingga dapat memudahkan tahap-tahap proses endorsement tersebut.

Tahap-tahap proses yang akan dilakukan oleh pihak Hotel Bvlgari Indonesia

1. Menyeleksi endorser-endorser yang akan dipilih melalui kriteria yang dapat meningkatkan citra yang sesuai dengan Hotel Bvlgari Indonesia.
2. Membuat kesepakatan berupa negosiasi keuntungan-keuntungan yang akan didapatkan oleh kedua belah pihak.
  - Keuntungan Hotel Bvlgari Indonesia adalah akan mendapatkan konten-konten yang akan diberikan oleh endorser selama masa endorsement. Pada umumnya, pihak hotel akan memberikan tuntutan jumlah konten yang akan diunggah.
  - Keuntungan Pihak Endorser adalah akan mendapatkan all in package dari Hotel Bvlgari Bali, Indonesia berupa free night stay, full board meal, dan beberapa service lainnya.

## 4.2. Hasil dan Pembahasan

Hasil temuan di lapangan pada penelitian ini yaitu beberapa foto endorser yang sempat atau sedang digunakan oleh Hotel Bvlgari Bali.



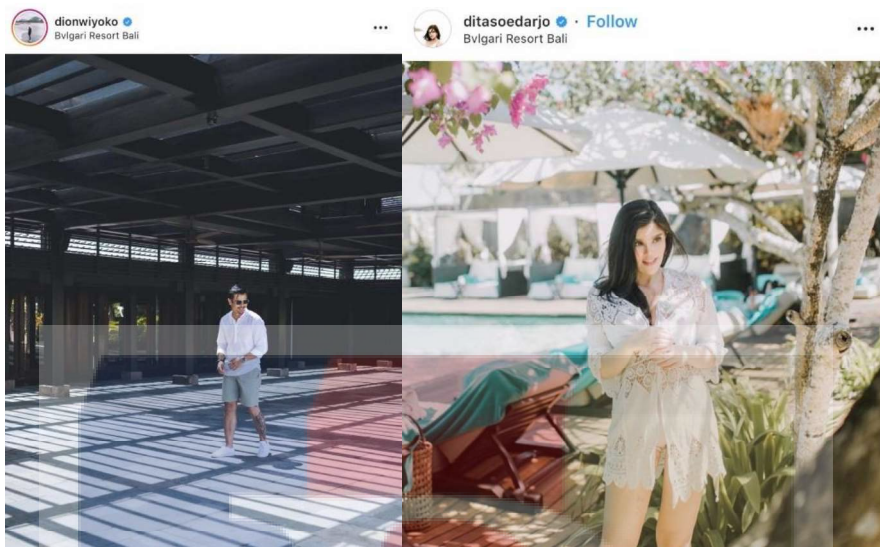
**Gambar 3.3 Postingan Endorser yang pernah digunakan oleh Hotel Bvlgari Bali , Indonesia ( Sumber : Instagram )**

Selain dari hasil foto di atas, hasil pengumpulan data melalui wawancara tidak terstruktur yang berikutnya akan diolah untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil wawancara tersebut didapat dari 3 orang responden yang dirasa cukup untuk mendapatkan analisa dari beberapa sudut pandang diantaranya Manager Public Relation dari Hotel Bvlgari Bali sendiri, seorang public endorser yang merupakan seorang brand ambassador suatu brand ternama, dan seorang customer yang pernah menginap di Hotel Bvlgari Bali.

Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada tiga orang responden ini berdasarkan enam pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut:

### **1. Efektivitas Endorser dalam Strategi Marketing Endorsement**

Penggunaan public endorser sebagai strategi periklanan marketing dapat dikatakan efektif untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan hotel bintang lima. Sesuai dengan hasil wawancara yang dikutip dari Bpk Ricky Utomo selaku Public Relation Manager di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia “ Efektif , karena strategi ini juga menjadi trend di dunia marketing zaman sekarang ini , karena jika ada visual yang bergerak dan berbicara akan lebih menarik daripada hanya memperlihatkan fisik hotel.” Selain dikarenakan trend dari periklanan yang menggunakan public endorser sedang naik daun, minat masyarakat juga dapat meningkat dengan adanya iklan dengan sound dan visual yang menarik melalui orang yang berbicara dan menyampaikan informasi lebih banyak dan mendalam, dibandingkan hanya melalui tampilan gambaran fisik hotel berbintang lima tersebut. Sebagai contoh yang di lakukan oleh Dion Wiyoko & Dita Soedarjo selama masa endorsement nya di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia dibawah ini



**Gambar 3.4 Postingan Dion Wiyoko & Dita Soedarjo Di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia ( Sumber : Instagram )**

## **2. Trustworthiness**

Objektivitas dan kejujuran endorser yang dipilih dalam mereview hotel bintang lima dianggap penting oleh ketiga responden karena penilaian yang jujur akan menciptakan citra yang baik dan kepercayaan masyarakat juga akan kualitas yang diberikan hotel bintang lima tersebut Seperti yang dikatakan oleh Bpk. Ricky Utomo “ Tentu , makanya dalam memilih endorser harus sesuai dengan citra hotel supaya masyarakat dapat percaya bahwa review diberikan secara jujur dan objektif , bukan settingan dari hotel atau endorser itu sendiri.” Melalui kutipan diatas, pihak hotel pun selaku pemilik produk memiliki keinginan untuk adanya kejujuran disetiap review yang diberikan, sehingga tidak ada kekecewaan yang akan dirasakan oleh para tamu. Sedangkan penilaian yang terlihat subjektif dan dimanipulasi atau dibuat-buat akan membuat masyarakat kehilangan kepercayaan kepada kualitas hotel dan endorser tersebut. Hal ini juga disetujui oleh salah satu koresponden selaku endorser yaitu Gabriella Arde dengan jawaban “ Harus jujur, karena followers akan ikutin mereka tapi kalau tidak sesuai dgn review dianggap bohong dan followers kecewa tidak hanya

dengan hotel tapi juga ke endorsementnya.” Dari kutipan di atas pun dapat dilihat bahwa kejujuran yang ditampilkan dalam sebuah iklan sangat penting untuk citra keduanya. Kejujuran ini dapat dilihat ketika masyarakat yang akan mengulas langsung produk dengan harapan tinggi yang diberikan melalui periklanan yang ditampilkan endorsement akan tetapi jika apa yang dirasakan dan dikatakan endorsement berbeda ini akan sangat berdampak besar terhadap endorsement yang bersangkutan.

### 3. Expertise

Keterampilan yang dimiliki oleh endorsement yang dipilih dalam mereview hotel bintang lima juga dianggap penting oleh ketiga responden karena dengan keterampilan berbahasa yang baik, cara bicara yang jelas, gesture dan body language dalam menyampaikan pesan serta informasi yang cukup dari endorsement dapat memaksimalkan pesan yang diterima oleh masyarakat. Sesuai dengan hasil wawancara yang dapat dikutip dari Cynthia Cahyadi selaku tamu dari hotel berbintang ini “ Penting, harus yang sudah beberapa kali bepergian dan mereview hotel bintang lima, jangan yang newbie atau baru pertama, balik lagi ke gaya hidup yang dilihat.” Dari kutipan di atas bahwa keterampilan atau pengalaman yang tinggi untuk mengulas sebuah hotel lebih akan dipercaya dibanding dengan endorsement yang belum pernah memiliki pengalaman dalam bidang perhotelan. Karena endorsement yang sudah memiliki pengalaman dibidang hotel dengan mudah akan lebih menarik perhatian masyarakat karena masyarakat dapat melihat keahlian dan merasakan perbedaan antara endorsement yang sudah biasa melakukan periklanan dalam sebuah kategori tertentu.

Sebagai contoh keterampilan Sassy Chris dengan mengambil foto sebuah properti yang indah dipandang oleh mata umum seperti dibawah ini :



**Gambar 3.5 Postingan Sassy Chris Di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia ( Sumber :  
Instagram )**



#### 4. Attractiveness

Penampilan fisik juga merupakan hal yang penting yang dimiliki oleh endorser yang dipilih. Penampilan fisik yang menarik dapat lebih menarik minat masyarakat untuk melihat dan mendengarkan informasi yang diberikan oleh endorser yang dipilih. Sesuai dengan hasil wawancara yang dikutip dari Cynthia Cahyadi selaku tamu hotel bintang lima tersebut “ Penting, karna yang pertama dilihat masyarakat adalah fisik. Muka, badan, fashion” dari kutipan di atas menunjukkan bahwa ketertarikan utama dari seorang endorser terhadap masyarakat adalah parasnya entah wajah yang cantik , badan yang proporsional atau dari gaya berpakaian endorser. Selain fisik yang menarik, hal yang perlu diperhatikan adalah kesan dan citra yang diberikan oleh endorser juga harus sesuai dengan image dari hotel bintang lima tersebut. Penampilan fisik bukan hanya mengenai rupa dan wajah, penampilan fisik juga termasuk bentuk tubuh, fashion, cara berpakaian, tata rias yang digunakan dan attitude sehari-hari. Sebagai contoh penampilan cantik dari Amra Beganovich yang pernah di endorse oleh Hotel Bvlgari Bali , Indonesia . penampilannya yang cantik dan gaya nya yang menarik membuat konten dari sosial media nya disukai oleh masyarakat



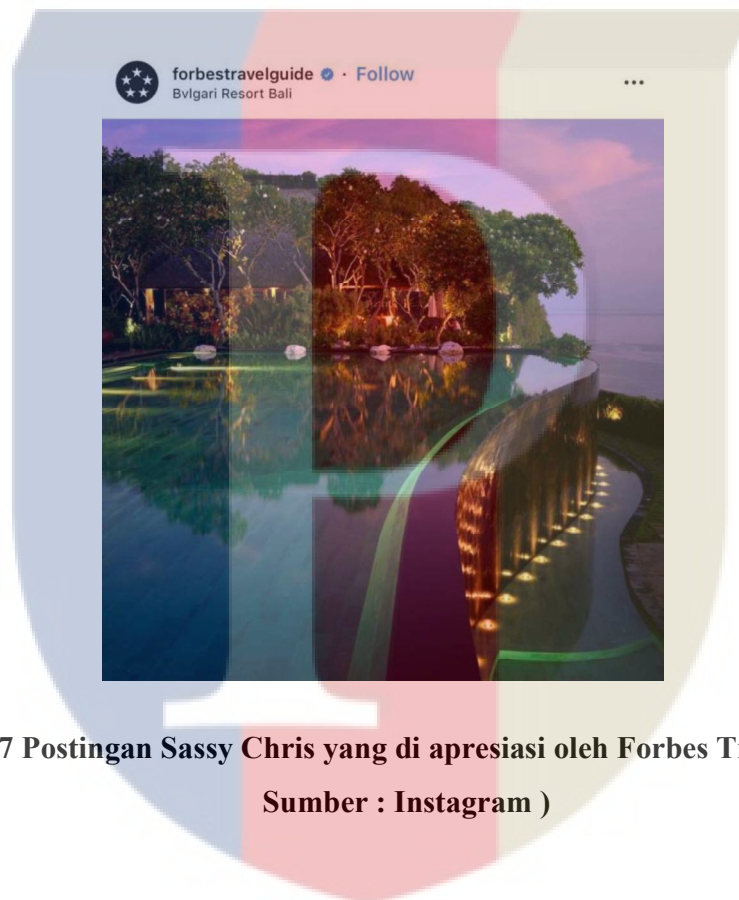
**Gambar 3.6 Postingan Amra Beganovich di Hotel Bvlgari Bali , Indonesia ( Sumber : Instagram )**

## **5. Respect**

Prestasi yang dicapai atau kedudukan yang dimiliki oleh endorser yang dipilih oleh hotel bintang lima di mata masyarakat dianggap penting namun harus sesuai dengan tujuan hotel. Sesuai dengan hasil wawancara yang dikutip dari Bpk. Ricky Utomo selaku Public Relation Manager Hotel Bvlgari Bali , Indonesia “Tentu harus, dengan endorser yang berprestasi dan memiliki kedudukan yang dipandang oleh masyarakat akan meningkatkan citra dari hotel dan awareness dari masyarakatpun akan meningkat mengenai hotel ini.” Dari kutipan ini pun menunjukkan bahwa prestasi atau kedudukan itu juga penting karena prestasi endorser juga menjadi citra dari endorser tersebut sehingga dengan citra yang baik dari endorser akan berpengaruh baik dan meningkatkan juga citra dari hotel Bvlgari Bali , Indonesia.

Dalam hal ini, bisnis hotel yang termasuk dalam sektor pariwisata dan hiburan mengharapkan endorser yang memiliki prestasi di bidang pariwisata dan hiburan juga, contohnya ajang pencarian bakat atau penghargaan untuk dunia hiburan.

Sebagai contoh sebuah foto dari Sassy Chris yang di apresiasi oleh sebuah platform media ternama Forbes Travel Guide seperti di bawah ini :



**Gambar 3.7 Postingan Sassy Chris yang di apresiasi oleh Forbes Travel Guide ( Sumber : Instagram )**

## 6. Similarity

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bpk. Ricky Utomo terkutip karakter yang harus dimiliki sesuai selera masyarakat:

- Penampilan fisik menarik
- Attitude yang baik
- Gaya hidup yang tinggi
- Kesan mewah dan kelas
- Pamor yang baik, tanpa gossip jelek dll
- Keterampilan di bidangnya (seni, acting, music, sports, business, etc.)
- Mengikuti perkembangan trend (gak oldskull)".

Dari kutipan ini dapat dilihat dengan adanya beberapa karakter yang menjadi kriteria utama dalam pemilihan endorser untuk Hotel Bvlgari Bali , Indonesia . Kriteria ini lah yang akan cocok dengan para calon tamu yang akan menikmati hotel berbintang lima dan dapat disimpulkannya bahwa kesamaan karakter atau selera antara endorser dan para calon tamu Hotel Bvlgari Bali , Indonesia sangat penting dan dapat meningkatkan awareness dari masyarakat terhadap Hotel Bvlgari Bali , Indonesia sendiri.

Karakteristik yang dimiliki oleh endorser yang dipilih yang diharapkan akan sesuai dengan selera masyarakat untuk sebuah Hotel Bvlgari Bali , Indonesia adalah penampilan fisik menarik, attitude yang baik, gaya hidup yang tinggi, kesan yang mewah dan berkelas, dan pamor yang baik di masyarakat. Selain itu, endorser yang dipilih juga diharapkan dapat mengikuti perkembangan jaman dan trend. Tentunya akan berdampak positif pada kenaikan penjualan hotel tersebut baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

	<b>Theory</b>	<b>Narasumber 1</b>	<b>Narasumber 2</b>	<b>Narasumber 3</b>
T	Keefektifitasan Endorsement	Efektif , Karena menjadi trend di dunia marketing	Efektif , Karena orang suka mengikuti gaya idolanya	Efektif apalagi endorser yang memang dibidangnya
E	Kejujuran dan Objektif	Review harus diberikan secara jujur dan objektif bukan settingan dari hotel atau endorser sendiri	Harus jujur karena ada dampak kepercayaan nantinya	Penting dan bisa dilihat dari gaya hidupnya
A	Keterampilan dan Pengalaman	Memiliki keterampilan sangat penting	Penting , Karena memudahkan untuk penyampaian	Penting kalau tidak pernah mengulas juga saya tidak akan lihat
R	Penampilan Fisik	Penting karena menjadi daya tarik pertama	Sangat Penting	Penting karena fisik yang dilihat masyarakat
S	Kedudukan atau Prestasi	Tentu , kedudukan dan prestasi sangat penting untuk hotel berbintang 5	Tidak terlalu penting tapi kalau bisa prestasi yang sesuai dengan produk	Penting tapi harus sesuai produk
	Karakter yang sama	Harus sesuai dengan produk yang di iklankan	Penting sesuai dan punya jam terbang tinggi	Karakter harus elegan kalau endorse hotel bintang 5

**Tabel 4.1 Hasil Wawancara dengan 3 Narasumber**

