

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era modern yang ditandai oleh perkembangan teknologi komunikasi dan digitalisasi yang sangat pesat, dunia bisnis menghadapi dinamika persaingan yang semakin kompleks. Organisasi tidak hanya dituntut untuk menghadirkan produk atau layanan yang berkualitas, tetapi juga harus mampu membangun brand awareness yang kuat agar tetap eksis dan relevan di tengah kompetisi pasar. Brand awareness atau kesadaran merek merupakan salah satu fondasi penting dalam membangun ekuitas merek (*brand equity*), dimana konsumen mengenal, mengingat, serta mampu membedakan suatu merek dari merek lainnya. Brand awareness bukan hanya soal seberapa sering nama merek disebutkan, tetapi juga bagaimana merek tersebut hadir dalam benak dan persepsi positif konsumen. Dalam konteks ini, peran komunikasi menjadi sangat penting, terutama komunikasi strategis Public Relations (PR) yang memiliki fungsi untuk membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya melalui strategi komunikasi yang terencana, konsisten, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang. Salah satu industri yang memerlukan pengelolaan komunikasi strategis yang baik adalah industri olahraga, termasuk olahraga golf. Golf dikenal sebagai olahraga yang identik dengan kalangan profesional, eksekutif, dan masyarakat kelas menengah ke atas.

Citra eksklusif yang melekat pada olahraga ini menjadikan setiap fasilitas golf dituntut untuk mampu menghadirkan pengalaman dan layanan berkualitas tinggi. Namun, disisi lain, berkembangnya tren gaya hidup sehat dan meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga rekreatif menyebabkan munculnya berbagai driving range dan lapangan golf baru yang menawarkan berbagai keunggulan, mulai dari fasilitas modern hingga promosi digital yang menarik. Dalam kondisi seperti ini, *Driving Range Golf Senayan*, sebagai salah satu fasilitas golf yang berlokasi strategis di pusat Jakarta, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan citra mereknya di tengah persaingan yang semakin ketat. Meskipun telah memiliki

reputasi dan sejarah panjang di kalangan pecinta golf, namun perubahan perilaku konsumen, terutama generasi muda yang lebih digital-minded, menuntut *Driving Range Golf Senayan* untuk memperkuat kembali posisi mereka melalui strategi komunikasi yang adaptif, kreatif, dan terukur.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya pemaduan permasalahan antara pertumbuhan industri golf, meningkatnya persaingan fasilitas olahraga, dan perubahan perilaku audiens di era digital. Di satu sisi, meningkatnya jumlah pemain golf membuka peluang pasar yang besar bagi *Driving Range Golf Senayan Jakarta*. Namun di sisi lain, peluang tersebut juga disertai tantangan berupa kebutuhan untuk membangun pengenalan merek yang lebih kuat, konsisten, dan relevan di tengah banyaknya pilihan fasilitas sejenis. Dengan demikian, permasalahan utama dalam penelitian ini tidak hanya terletak pada bagaimana *Driving Range Golf Senayan* hadir sebagai fasilitas olahraga, tetapi juga bagaimana komunikasi strategis dijalankan untuk memperkuat brand awareness di benak publik sasaran.

Secara historis, *Driving Range Golf Senayan* tidak dapat dilepaskan dari perkembangan kawasan Senayan sebagai pusat olahraga nasional sejak Asian Games 1962. Sejumlah sumber publik mencatat bahwa *Senayan National Golf Club* “originally opened in 1962” dan kemudian direvitalisasi pada 2012, sehingga kawasan golf Senayan berkembang sebagai fasilitas yang memadukan nilai sejarah, lokasi strategis, dan fasilitas modern berstandar internasional. Hal ini menjadikan *Driving Range Golf Senayan* memiliki modal citra yang kuat sebagai fasilitas olahraga bergengsi di pusat Jakarta.

Meski demikian, perjalanan *Driving Range Golf Senayan* juga diwarnai tantangan besar. Pada 2016, area *Senayan Golf Driving Range* diberitakan ditutup karena perubahan fungsi lahan menjadi ruang terbuka hijau dan kawasan yang terintegrasi dengan pengembangan MRT. Peristiwa ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas golf di kawasan Senayan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek bisnis, tetapi juga oleh dinamika tata ruang kota, kebijakan pengelolaan aset negara, dan perubahan fungsi kawasan publik. Selain itu, pertumbuhan industri golf pascapandemi yang meningkatkan jumlah pegolf Indonesia hingga sekitar 170 ribu orang juga membuat persaingan antar fasilitas golf semakin ketat. Dalam kondisi tersebut, *Driving Range*

Golf Senayan dituntut bukan hanya mempertahankan reputasi historisnya, tetapi juga membangun komunikasi strategis yang adaptif, modern, dan relevan agar brand awareness tetap kuat di tengah perubahan pasar dan ekspektasi publik urban.

Menurut Asosiasi Golf Indonesia, jumlah pemain golf nasional melonjak dari 52 ribu pada 2020 menjadi 170 ribu pada 2023, menandai CAGR sebesar +48.4% dalam tiga tahun. Lonjakan ini disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19, dimana pembatasan aktivitas dalam ruangan menyebabkan apresiasi yang lebih tinggi terhadap manfaat fisik dan mental rekreasi luar ruangan. Golf, olahraga luar ruangan yang kondusif untuk menjaga jarak sosial, muncul sebagai pilihan menarik untuk bersosialisasi dan berolahraga sambil mematuhi protokol keamanan. Kombinasi langkah-langkah keamanan, rekreasi luar ruangan, dan kesempatan untuk interaksi sosial memainkan peran kunci dalam memulihkan popularitas golf di era pasca pandemi.

Meskipun peningkatan partisipasi golf yang signifikan terjadi di Indonesia, masih ada kesenjangan yang cukup besar dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Malaysia dan Thailand. Misalnya, Malaysia memiliki sekitar 500 ribu pegolf setiap tahun, menarik 500 ribu wisatawan golf per tahun, dan memiliki 178 lapangan golf.

Hal ini menunjukkan bahwa Malaysia memiliki hampir tiga kali lebih banyak pegolf dan dua kali lipat wisatawan golf tahunan dibandingkan dengan Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa ada potensi pertumbuhan yang signifikan dalam industri golf Indonesia, terutama karena pemerintah bertujuan untuk memperkuat industri ini melalui pariwisata golf. Kementerian Pariwisata Indonesia, yang sebelumnya dipimpin oleh Sandiaga Uno, berencana menambah 25 lapangan golf baru pada tahun 2025, dengan fokus pada lima destinasi prioritas. Strategi ekspansi ini diharapkan dapat menarik total 66 juta pemain golf global pada tahun 2023, yang akan meningkatkan industri pariwisata nasional serta memberikan efek ganda yang besar bagi Indonesia.

Public Relations sebagai salah satu fungsi strategis dalam organisasi memiliki peranan penting dalam membangun komunikasi dua arah antara *Driving Range Golf*

Senayan dengan publiknya. PR tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan sebagai manajer reputasi dan penjaga citra organisasi. Melalui pendekatan komunikasi strategis, PR dapat merancang pesan yang konsisten dengan identitas merek, memilih media yang tepat sesuai karakteristik audiens, serta membangun hubungan jangka panjang dengan stakeholder, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks *Driving Range Golf Senayan*, aktivitas komunikasi strategis PR dapat mencakup berbagai kegiatan seperti penyelenggaraan event golf, kerja sama dengan komunitas golf dan media olahraga, penyebaran press release, serta penggunaan media digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok untuk memperkenalkan keunggulan fasilitas dan menciptakan engagement dengan publik. Komunikasi yang dikemas secara menarik dan relevan dapat membantu meningkatkan brand recall serta menciptakan persepsi positif terhadap merek. Selain itu, PR juga berperan dalam membangun citra merek (*brand image*) yang selaras dengan nilai-nilai yang ingin ditanamkan oleh *Driving Range Golf Senayan*, seperti profesionalisme, kenyamanan, dan prestise. Melalui komunikasi yang strategis, PR dapat membantu menanamkan pesan bahwa *Driving Range Golf Senayan* bukan sekadar tempat berlatih, tetapi juga ruang interaksi sosial dan profesional bagi komunitas golf di Jakarta. Kegiatan komunikasi strategis juga harus memperhatikan aspek integrasi pesan lintas media (*integrated communication*), dimana seluruh aktivitas komunikasi baik promosi, publikasi, event, maupun digital marketing diarahkan untuk mendukung satu citra merek yang konsisten. Dengan strategi yang tepat, PR dapat memperkuat awareness dan loyalitas pelanggan, sekaligus meningkatkan daya saing *Driving Range Golf Senayan* di tengah maraknya fasilitas serupa yang bermunculan. Lebih jauh lagi, strategi komunikasi PR juga mencakup pengelolaan hubungan dengan media (*media relations*) dan komunikasi interpersonal dengan pelanggan.

Hubungan yang baik dengan media dapat membantu meningkatkan eksposur merek melalui pemberitaan yang positif, sedangkan komunikasi yang efektif dengan pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan, sehingga mendorong word of mouth positif yang berkontribusi terhadap peningkatan brand awareness. Perkembangan dunia digital juga membuka peluang baru bagi PR

untuk memanfaatkan platform digital dan media sosial sebagai sarana membangun komunikasi interaktif dengan publik. Di era digital ini, konsumen tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang dapat mempengaruhi citra merek melalui opini dan pengalaman yang mereka bagikan secara daring. Oleh karena itu, PR harus mampu mengelola komunikasi digital dengan pendekatan yang strategis agar pesan merek tetap konsisten, autentik, dan relevan dengan kebutuhan publik modern. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan Driving Range Golf Senayan Jakarta untuk mempertahankan eksistensi merek di tengah perubahan pola konsumsi media, meningkatnya persaingan fasilitas olahraga, dan tuntutan komunikasi yang semakin terintegrasi secara digital. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, sebuah fasilitas dengan lokasi strategis dan sejarah yang kuat sekalipun berpotensi kurang dikenal secara optimal oleh publik yang lebih luas, khususnya segmen audiens baru. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana komunikasi strategis dapat berfungsi bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan kesadaran merek.

Melalui penelitian ini, penulis ingin memahami secara mendalam bagaimana komunikasi strategis Public Relation Driving Range Golf Senayan dalam memperkuat brand awareness, baik melalui strategi komunikasi yang dijalankan, media yang digunakan, pesan yang disampaikan, serta efektivitas kegiatan PR dalam membangun hubungan dengan publik sasaran. Dalam penelitian ini, subjek penelitian diarahkan pada pihak-pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas komunikasi Driving Range Golf Senayan Jakarta, khususnya bagian Public Relations atau pihak terkait yang menjalankan strategi komunikasi kepada publik. Sementara itu, objek penelitian difokuskan pada komunikasi strategis dalam upaya memperkuat brand awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta. Penegasan subjek dan objek ini penting agar penelitian memiliki batasan yang jelas, terarah, dan tidak melebar ke aspek operasional perusahaan di luar konteks komunikasi.

Berdasarkan data penelitian hasil observasi di golf Senayan Jakarta, dalam upaya menjalankan fungsi dan peran dari Marketing *Public Relations* dibutuhkan strategi yang tepat. Marketing *Public Relations* harus menerapkan strategi marketing efektif

yang akan membuat konsumen lebih tertarik untuk memilih produk atau jasanya dibandingkan milik kompetitor serta selalu berdampak pada citra yang baik. Strategi merupakan sebuah susunan rencana yang dibuat untuk membangun dan mempertahankan posisi perusahaan atau sebuah brand. Ada beberapa tahap yang bisa dilakukan oleh Marketing *Public Relations* untuk membangun brand awareness. Menurut Ruslan (2016) terdapat tiga strategi Marketing *Public Relations* yaitu, *push strategy* (mendorong), lalu diperkuat dengan *pull strategy* (menarik), setelah itu yang terakhir upaya dalam mempengaruhi opini dari publik dengan *pass strategy* (membujuk serta mempengaruhi). Marketing *Public Relations* dapat menggunakan media cetak maupun media online sebagai alat untuk menjalankan perencanaan serta strategi yang telah dibuat, karena media cetak dan media sosial merupakan media yang digunakan oleh khalayak luas. Salah satu strategi marketing yang berhasil dilakukan oleh Marketing *Public Relations* Senayan Jakarta Golf untuk bersaing dalam membangun Brand Awareness adalah dengan menerapkan *pass strategy* yaitu dengan menjalin kerjasama yang baik dengan sponsorship dalam mengadakan berbagai event dan tournament. Salah satunya adalah penyelenggaraan acara turnamen yaitu perdana digelarnya turnamen golf di malam hari. Berdasarkan wawancara mengatakan tujuan dari penyelenggaraan Member and Guest New Year Fun Golf Tournament 2023 adalah ingin menyebarkan dan meningkatkan awareness (kesadaran) bahwa olahraga golf bisa untuk semua kalangan dan merupakan olahraga yang menyenangkan. Kegiatan tersebut juga akan menciptakan citra yang positif serta meningkatkan awareness dari Senayan Golf Jakarta.

Pemilihan judul penelitian mengenai "Komunikasi Strategis Dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta" relevan karena beberapa alasan utama: *Brand awareness* (kesadaran merek) sangat penting untuk kesuksesan bisnis, termasuk fasilitas olahraga seperti driving range golf. Konsumen cenderung memilih merek yang mereka kenal dan percayai. Bagi Driving Range Golf Senayan, meningkatkan kesadaran merek akan membantu mereka memenangkan persaingan, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan *loyalitas* pelanggan lama. Komunikasi yang efektif memegang peranan krusial dalam membangun citra merek yang baik dan menyampaikan nilai produk atau layanan kepada audiens target. Tanpa komunikasi

yang terencana dan strategis, masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan fasilitas tersebut di pasar. Penelitian ini memungkinkan analisis mendalam tentang bagaimana driving range tersebut menggunakan berbagai saluran (seperti media sosial, acara, atau kerja sama) untuk berkomunikasi. Penelitian sebelumnya juga telah mengkaji strategi Marketing *Public Relations* di lokasi ini, menunjukkan adanya ketertarikan akademis terhadap praktik komunikasi mereka. Fokus pada lokasi spesifik memungkinkan penemuan wawasan praktis dan kontekstual tentang tantangan dan peluang dalam pemasaran fasilitas golf di lingkungan urban yang kompetitif.

Subjek penelitian yang jelas yakni golf pemula, ekspatriat, atau komunitas bisnis lokal perumusan pesan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik mereka. Hal ini jauh lebih efektif daripada pesan umum untuk semua kalangan. Objek penelitian yang spesifik yakni tingkat pengenalan merek (*brand recognition*) atau ingatan merek (*brand recall*) Senayan Golf Driving Range, menyediakan metrik yang jelas untuk diukur sebelum dan sesudah implementasi strategi komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, pemilihan judul ‘Komunikasi Strategis dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta’ didasarkan pada pertimbangan bahwa komunikasi strategis merupakan aspek kunci dalam menghadapi persaingan industri olahraga urban yang semakin kompetitif. Judul ini dipilih karena mampu merepresentasikan fokus penelitian secara spesifik, yaitu pada upaya komunikasi yang dilakukan Driving Range Golf Senayan Jakarta dalam membangun, mempertahankan, dan memperkuat kesadaran merek di tengah perubahan karakteristik audiens dan media komunikasi. Selain itu, Driving Range Golf Senayan Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki nilai strategis, baik dari sisi historis, lokasi, maupun posisinya dalam industri golf perkotaan. Dengan demikian, judul penelitian ini dipandang relevan secara akademik maupun praktis, karena menghubungkan konsep komunikasi strategis, peran Public Relations, dan kebutuhan penguatan brand awareness dalam konteks fasilitas olahraga.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana komunikasi strategis PR dapat menjadi alat yang efektif dalam menciptakan dan memperkuat kesadaran merek pada industri olahraga, khususnya pada fasilitas *driving range golf*. Selain memberikan kontribusi praktis bagi pihak *Driving Range Golf*

Senayan dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan ilmu komunikasi strategis dan Public Relations, terutama dalam konteks penerapannya di bidang olahraga dan gaya hidup. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menjawab tantangan komunikasi yang dihadapi oleh *Driving Range Golf Senayan* dalam memperkuat eksistensi dan posisinya sebagai salah satu driving range unggulan di Jakarta. Melalui pendekatan komunikasi strategis yang tepat, Public Relations dapat memainkan peran signifikan dalam membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat brand awareness yang berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Driving Range Golf Senayan Jakarta dalam memperkuat brand awareness di kalangan target audiensnya?
2. Bagaimana efektivitas pesan-pesan komunikasi yang disampaikan dalam membangun tingkat pengenalan dan ingatan merek (brand recall & recognition) konsumen terhadap Driving Range Golf Senayan Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan memahami penerapan strategi komunikasi strategis dalam memperkuat brand awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam membangun citra merek yang positif di mata konsumen dan publik.
2. Untuk menganalisis efektivitas pesan-pesan komunikasi yang disampaikan dalam membangun tingkat pengenalan dan ingatan merek (brand recall & recognition) konsumen terhadap Driving Range Golf Senayan Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi bidang studi komunikasi khususnya Public Relations dalam hal komunikasi strategis public relation dalam memperkuat brand awareness driving range senayan golf

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran kepada *Driving Range Senayan Golf Club* dalam mengelola, mengevaluasi, serta mengembangkan potensi yang dimiliki oleh *Driving Range Senayan Golf Club*. Salah satunya membuat website yang akan berguna bagi customer maupun *Driving Range Senayan Golf Club*. Dan bagi peneliti atau peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini memberikan manfaat praktis yaitu mengetahui dan memahami pentingnya komunikasi strategis public relation dalam memperkuat brand awareness sebuah perusahaan.



1.5 Sistematika Penulisan

Pada Sistematika penulisan skripsi ini mencakup lima bab yang disusun secara relevan, di dahului oleh bagian awal yang meliputi cover, daftar isi dan daftar gambar, sebagai pedoman penulisan skripsi penelitian kualitatif, yang disusun sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini penulis membahas mengenai Komunikasi Strategis Dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta. Pendahuluan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitin, kegunaan penelitaian, dan sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kajian pustaka ini, penulis akan membahas mengenai teori yang digunakan, yaitu Teori Persuasi, serta konsep-konsep yang relevan mengenai Komunikasi Strategis Dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta. Untuk melakukan penelitian ini terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi pendekatan penelitin, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan yang terakhir lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran umum lokasi penelitian, hasil observasi di lapangan, dan pembahasannya terkait Komunikasi Strategis Dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan. Kesimpulan menyajikan ringkasan utama dari temuan tentang Komunikasi Strategis Dalam Memperkuat Brand Awareness Driving Range Golf Senayan Jakarta

