

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

1. Skripsi penelitian Angga Tanuraja, mahasiswa program studi perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI, tahun penelitian 2012, dengan judul “Pola Komunikasi Karyawan Restoran Hotel Tirta Gangga Garut bagian putri”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan observasi dan wawancara dalam melakukan pengumpulan data. Penelitian kualitatif ini diawali dengan penelitian teoritis. Diketahui penelitian tersebut menggunakan perspektif teoritis sebagai panduan umum untuk meneliti permasalahan-permasalahan komunikasi antar staff. Persamaan dari penelitian ini adalah fokus masalah penelitian yaitu mengkaji komunikasi pelayanan karyawan dengan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya terdapat pada subjek dan objek penelitian, dan lokasi penelitian, dimana penelitian ini dilakukan dengan pihak marketing supervisor hotel.
2. Skripsi penelitian, Andrianto mahasiswa Universitas Komputer Indonesia Bandung, tahun penelitian 2020, dengan judul “Strategi Komunikasi Manager Hotel Tirta Gangga Garut”. Pendekatan secara kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian ini dilaksanakan untuk mendapatkan informasi serta data yang akan diperlukan, peneliti melakukan

3. penelitian di Hotel Tirtagangga Garut yang berlokasi di jalan Raya Cipanas No.130 Garut, adapun objek penelitian pada penelitian ini yaitu Sistem Informasi Pelayanan Tamu di Hotel Tirtagangga Garut. kedua komunikasi pelayanan. Pada penelitian ini adalah fokus penelitian yang mengkaji komunikasi yang digunakan staff atau karyawan di hotel. Perbedaannya adalah subjek penelitian sistem informastif dari data sekunder dan data primer.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metodologi dan Teori	Persamaan	Perbedaan
1	Angga Tanuraja	Pola Komunikasi Karyawan Restoran Hotel Tirta Gangga Garut	Metodologi Kualitatif deskriptif	Menggunakan metode Kualitatif	Objek, teori dan lokasi penelitian
2	Andrianto	Komunikasi Manager Hotel Tirta Gangga Garut	Metodologi Kualitatif Deskriptif	Fokus masalah penelitian yaitu mengkaji komunikasi pelayanan staff atau karyawan	Subjek, teori dan lokasi penelitian

				dan Metode Kualitatif Deskriptif	
--	--	--	--	--	--

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

2.1.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia, tanpa komunikasi manusia akan sangat sulit berinteraksi dengan sesama dan adanya komunikasi bertujuan untuk menghasilkan apa yang dijadikan tujuan tersebut. Diambil dari bahasa latin secara etimologi Komunikasi berasal dari kata Communis yang Kata communis memiliki arti “sama”, sedangkan “Communicatio” bermakna “membuat sama”. Komunikasi erat kaitannya dengan interaksi, komunikasi melibatkan satu individu dengan individu lainnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan individu satu dengan yang lainnya, tidak bisa dilakukan sendiri.

Dari uraian tersebut, bisa diartikan bahwa komunikasi adalah sebuah kesamaan, namun dalam mengartikan apa itu komunikasi tentu tidak ada benar dan salah, ada banyak cara untuk mengartikan apa itu komunikasi, juga ada banyak ilmuwan yang mengartikan pengertian dari komunikasi.

Menurut Everett M. Rogers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 20, Hafied Cangara) (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar , 2005, hal 62, Dedy Mulyana)

Menurut David K. Berlo, 1965 Ilmu pengantar komunikasi Komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat. (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 3, Hafied Cangara)

Menurut Raymond S. Ross, Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2005, hal 62, Dedy Mulyana)

Menurut Anwar arifin (1988:17), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Menurut Rogers & D. Lawrence Kincaid, 1981, Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 20, Hafied Cangara)

Menurut Harol D. Lasswell, 1960. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?) (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 19, Hafied Cangara,) (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar , 2005, hal 69, Dedy Mulyana)

2.1.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur dari komunikasi adalah Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan Feedback. Dikutip dari buku (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Dedy Mulyana) Harold Lasswell (1960) mengartikan komunikasi sebagai suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?). Definisi Lasswell tersebut dapat diasumsikan bahwa komunikasi terdiri dari lima unsur yang saling bergantung satu sama lain. Hal ini merupakan sebuah jawaban bagi pertanyaan paradigma Lasswell terkait dengan unsur komunikasi yang terdapat dalam proses komunikasi, yakni :

komunikator (source) Dikutip dari buku Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik (2017) karya Yetty Oktarina dan Yudi Abdullah, komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah sender, encoder, source, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.

Pesan (message) Menurut Hafied Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2016), pesan dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat. Namun, ada pula pesan yang berisikan propaganda.

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat,

telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.

Penerima atau komunikan (receiver) Komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan, entah dari komunikator, pesan, atau media.

Timbal balik atau *feedback*, dirasakan, serta dilakukan komunikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu, effect dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan. Baca juga: Proses dan Fungsi Komunikasi Menurut Para Ahli Umpan balik (feedback) Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.

Bisa kita tarik kesimpulan bahwa Komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada Komunikan (penerima) dari Komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai yang diinginkan oleh

komunikator. Menggunakan lima unsur yaitu siapa, pesan, saluran, kepada siapa, respon (*who, say what, in which channel, to whom, with what effect*).

2.1.2.1.3 Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam mengirim pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta mempersulit dalam memberikan umpan balik yang sesuai.

Secara garis besar, terdapat 4 (empat) jenis hambatan komunikasi yaitu hambatan personal, hambatan fisik, hambatan kultural atau budaya, serta hambatan lingkungan.

Hambatan personal merupakan hambatan yang terjadi pada peserta komunikasi, baik komunikator maupun komunikan/komunikate. Hambatan personal dalam komunikasi meliputi sikap, emosi, stereotyping, prasangka, bisa, dan lain-lain.

Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Hambatan bahasa terjadi ketika orang yang berkomunikasi tidak menggunakan bahasa yang sama, atau tidak memiliki tingkat kemampuan berbahasa yang sama. Hambatan juga dapat terjadi ketika kita menggunakan tingkat berbahasa yang tidak sesuai atau ketika kita menggunakan baik itu perkataan atau intonasi berbicara kepada orang yang diajak berkomunikasi. Hal lain yang turut memberikan kontribusi terjadinya hambatan bahasa adalah situasi dimana percakapan terjadi dan bidang pengalaman ataupun kerangka referensi yang dimiliki oleh peserta komunikasi mengenai hal yang menjadi topik pembicaraan.

Hambatan fisik, beberapa gangguan fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hambatan fisik komunikasi mencakup panggilan telepon, jarak antar individu, dan radio. Hambatan fisik ini pada umumnya dapat diatasi.

Hambatan lingkungan, tidak semua hambatan komunikasi disebabkan oleh manusia sebagai peserta komunikasi. Terdapat beberapa faktor lingkungan yang turut mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mengalami rintangan yang dipicu oleh faktor lingkungan yaitu latar belakang fisik atau situasi dimana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, tingkat kenyamanan, gangguan, serta waktu.

2.1.2.2 Komunikasi Internal

2.1.2.2.1 Pengertian Komunikasi Internal

Komunikasi organisasi adalah suatu system yang saling tergantung dan mencakup komunikasi *internal* dan komunikasi *eksternal*, komunikasi *internal* adalah komunikasi didalam organisasi itu sendiri, sedangkan komunikasi *eksternal* adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya.”

Komunikasi yang baik memang harus diciptakan dalam situasi kerja yang dituntut bekerjasama, terutama dibidang perhotelan, tentunya kerjasama tersebut harus dimulai dari dalam organisasi itu sendiri atau yang bisaa dikenal dengan komunikasi *internal*.

Dan pengertian komunikasi *internal* menurut Fraizer Moore dalam bukunya Humas Membangun Citra Denga Komunikasi. (2004:87) yaitu: “Fungsi komunikasi *internal* mengusahakan agar karyawan mengetahui apa yang sedang

dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar manajemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan oleh bawahan atau karyawannya.”.

Komunikasi *internal* itu sendiri memiliki 5 komponen didalamnya dimana setiap komponennya memiliki keterkaitan dan saling melengkapi seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Teori Dan Praktek. (2004:86) yaitu:

“Komponen komunikasi diantaranya: (1) Komunikator (orang yang memberikan informasi), (2) Media (alat perantara), (3) Pesan (informasi), (4) Komunikan (orang yang menerima pesan), (5) Efek (dampak yang terjadi).”

Adapun pengertian efek yang dijelaskan oleh Fraizer Moore dalam bukunya yang berjudul Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi. (2004:86) bahwa: “Komunikasi dikatakan berhasil jika suatu gagasan dapat berpindah dari benak seseorang ke benak orang lain.” Oleh karena itu komunikasi *internal* yang tidak berjalan dengan baik akan menjadikan masalah yang sangat besar bagi restoran itu sendiri.

Komunikasi sendiri dibagi menjadi dua bagian :

Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal bisa disebut juga komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas. Adapun pengertian dari komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah sebagai berikut. 1) Komunikasi ke bawah Davis dalam (Pace dan Faules, 1998: 184) menyatakan komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen

kepada para pegawai; namun, dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan (Katz & Kahn, 1966 dalam Pace dan Faules, 1998: 186): (1). Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan, (2). Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan, (3). Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi, (4). Informasi mengenai kinerja pegawai, dan (5). Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (sense of mission). Para pegawai diseluruh tingkat organisasi merasa perlu diberi informasi. Manajemen puncak hidup dalam dunia informasi. Kualitas dan kuantitas informasi harus tinggi agar dapat membuat keputusan yang bermanfaat dan cermat. Manajemen puncak harus memiliki informasi dari semua unit dalam organisasi, dan harus memperoleh informasi untuk semua unit. Aliran informasi dari manajemen puncak yang turun ke tingkat operatif merupakan aktifitas yang berkesinambungan dan sulit. Pemilihan cara menyediakan informasi mencakup tidak hanya pengeluaran sumber daya langsung moneter tetapi juga sumber daya psikis dan emosional. Fungsi komunikasi dari atas kebawah adalah untuk : instruksi (perintah), briefing (pengarahan), melakukan penilaian, penanaman ideologi, pemberian penghargaan, melakukan teguran, pemberian insentif dan tunjangan. 2) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia). Semua pegawai dalam sebuah organisasi, kecuali mungkin mereka yang menduduki posisi puncak, mungkin berkomunikasi ke atas yaitu, setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau

Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 3, No. 1, April 2017 88

ISSN 2460-8211 meminta informasi dari atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari pada dia. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi ke atas. Komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan. Kebanyakan analisis dan penelitian dalam komunikasi ke atas menyatakan bahwa penyelia dan manajer harus menerima informasi dari bawahan mereka yang:

- a. Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan – pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang.
- b. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
- c. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
- d. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka dan organisasi.

Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekanrekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama. Jadi, di universitas, unit kerja dapat berubah sesuai jurusan. Jurusan komunikasi, jurusan perilaku organisasi, dan jurusan ilmu pengajaran semuanya meliputi dosen-dosen yang dipimpin oleh seorang ketua jurusan. Komunikasi diantara dosen-dosen dalam sebuah jurusan disebut komunikasi horizontal. Komunikasi dosen yang satu dengan dosen yang lainnya disebut komunikasi lintassaluran, yaitu informasi yang diberikan melewati batas-batas

fungsional atas batasbatas unit kerja, dan diantara orang-orang yang satu sama lainnya tidak saling menjadi atasan dan bawahan. Tujuan komunikasi horizontal, penelitian dan pengalaman menyatakan bahwa komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena enam alasan sebagai berikut: a. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja. b. Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan. c. Untuk memecahkan masalah. d. Untuk memperoleh pemahaman bersama. e. Untuk menumbuhkan dukungan antar persona. Pace dan Faules (2010:185) mengungkapkan hambatan-hambatan pada komunikasi horizontal banyak persamaanya dengan hambatan yang mempengaruhi komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah. Ketidakpercayaan diantara rekan-rekan kerja, perhatian yang tinggi pada mobilitas ke atas, dan persaingan dalam sumber daya dapat mengganggu komunikasi pegawai yang sama tingkatnya dalam organisasi dengan sesamanya. Faktor utama yang mempengaruhi efektivitas komunikasi internal adalah berbagi informasi, tidak menyeluruhnya informasi yang disampaikan, tidak menghargai komunikasi, waktu dan hirarki (Chmielecki, 2015).

2.1.2.2.2 Strategi Komunikasi Organisasi

Komunikasi **adalah** pengiriman dan penerimaan pesan maupun berita dari dua orang atau lebih agar pesan yang diberitakan tersebut bisa dipahami oleh lawan bicara. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses mengirim, memilah serta menerima simbol atau pesan dari seseorang atau lebih agar pesan tersebut dapat sampai dan dipahami oleh pendengar maupun lawan bicara. Komunikasi organisasi adalah proses yang terjadi dan muncul dalam suatu organisasi berupa penyampaian, penerimaan hingga pertukaran informasi dan pesan

Dengan tujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang sudah ditetapkan oleh bersama, dalam hal ini adalah para anggota dari organisasi tersebut.

Menurut Stephen **Robbins**, organisasi merupakan kelompok atau kesatuan dalam kehidupan sosial yang dikoordinasikan serta dilakukan dengan sadar yang dibatasi oleh hal relatif yang dapat diidentifikasi.

Sondang Siagian berpendapat bahwa organisasi merupakan bentuk perserikatan atau persekutuan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk melakukan kerjasama (mencapai suatu tujuan tertentu bersama) dalam sebuah ikatan yang formal.

Adanya komunikasi organisasi sendiri, digunakan untuk mencapai sebuah tujuan bersama, dimana seringkali komunikasi jenis ini digunakan dan diterapkan dalam ruang lingkup kerja seperti yang dibahas pada buku Komunikasi Organisasi oleh Morissan. Komunikasi strategis adalah penggunaan komunikasi yang disengaja untuk mencapai tujuan atau hasil tertentu. Ini adalah tentang menyampaikan pesan yang tepat kepada orang yang tepat (atau audiens) pada waktu yang tepat melalui saluran yang tepat untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi organisasi merupakan cara atau kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan sebuah pendekatan yang berkaitan dengan perencanaan hingga pelaksanaan sebuah komunikasi yang akan dilakukan pada suatu organisasi. Dengan kata lain, strategi komunikasi organisasi merupakan sarana untuk menciptakan, merancang dan mengatur terjadinya suatu pertukaran informasi ataupun pesan yang terjadi didalam sebuah organisasi.

1. Mengenali Karakteristik Komunikasikan

Tujuannya adalah untuk memberikan kita pandangan tentang karakter lawan bicara, agar kita mengetahui hal apa yang disukai olehnya dan yang tidak disukai olehnya. Jangan sampai karena kita tidak mengenali karakteristiknya, maka informasi ataupun pesan yang kita sampaikan membuat lawan bicara kita menjadi sakit hati dan marah. Jika hal itu terjadi, maka komunikasi organisasi tidak akan berjalan lancar.

2. Melakukan Prinsip Dasar Komunikasi

Strategi komunikasi organisasi yang kedua adalah Coba untuk melakukan komunikasi dengan prinsip dasar komunikasi seperti berbicara dengan baik, sopan, memiliki etika, tata krama serta prinsip dasar komunikasi yang lainnya. Ketika komunikasi organisasi dilakukan dengan prinsip dasar komunikasi maka komunikasi tersebut akan mampu untuk menggali informasi yang lebih dalam dari diri komunikasikan atau lawan bicara.

3. Berkomunikasi Dengan Baik

Kemampuan berkomunikasi dengan baik secara verbal maupun [komunikasi nonverbal](#) juga akan sangat berpengaruh dengan citra diri dan citra organisasi. Oleh sebab itu, ketika merancang strategi komunikasi organisasi haruslah juga memikirkan cara untuk dapat melakukan atau mengaplikasikan sebuah komunikasi yang baik.

4. Memiliki Attitude, Attention, dan Action

Dalam melakukan komunikasi organisasi, maka strategi keempatnya adalah merancang sebuah attitude (sikap), attention (perhatian) dan action (tindakan).

Dengan memiliki strategi komunikasi 3A ini, maka tujuan yang ingin dicapai melalui komunikasi tersebut secara tidak langsung akan mendapatkan dukungan dari lawan bicara. Karena, strategi 3A tersebut akan menunjukkan bahwa kita memiliki sikap, perhatian, dan tindakan yang sesuai dengan omongan kita.

2.1.2.2.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Dalam dunia bisnis, tujuan strategi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu (Effendy, 1984 : 35-36) :

1. *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan.
2. *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan.
3. *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan.

2.1.2.2.4 Komponen Komunikasi Organisasi

Menurut Arni Muhammad 2000, Komponen komunikasi organisasi terdiri dari :

1. Proses Suatu organisasi adalah suatu sistem yang terbuka yang dinamis untuk menciptakan dan saling tukar menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan saling menukar informasi ini berjalan secara terus menerus maka dikatakan sebagai sebuah proses.
2. Pesan Pesan berisi pikiran, ide, gagasan, perasaan yang dikirim oleh seseorang atasan kepada para bawahannya selalu dalam bentuk simbol. Simbol adalah sesuatu

yang digunakan untuk mewakili maksud tertentu, misalnya dalam bentuk kata-kata verbal yang diucapkan atau ditulis, atau simbol nonverbal yang diperagakan melalui gerak gerik tubuh atau anggota tubuh, warna, gambar, dan mimik wajah.

3. Jaringan Organisasi terdiri dari sejumlah orang yang tersusun dalam suatu sistem yang masing-masing menduduki posisiperanan tertentu dalam organisasi. Pertukaran pesan dari orang-orang ini terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.

4. Keadaan saling tergantung Keadaan yang saling tergantung antara satu bagian dengan bagian lainnya, telah menjadi status dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan, maka akan berpengaruh pada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

5. Lingkungan Lingkungan maksudnya adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkunga internal dimaksudkan adalah personalia karyawan, para staf, golongan, fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransi, saingan dan teknologi yang berada diluar organisasi.

7. Ketidakpastian Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Ketidakpastian dalam organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi yang diterima oleh oprganisasi daripada yang dibutuhkan untuk mencukupi lingkungan mereka.

A. Struktur Organisasi Personalia Manajemen Hotel Tirta Gangga Garut

Pengertian struktur organisasi itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan (1990:860) adalah: “Struktur adalah bagaimana sesuatu disusun atau dibangun dan organisasi adalah suatu kesatuan yng terdiri atas bagian-bagian (orang dan sebagainya) dalam perkumpulan untuk tujuan tertentu, atau klompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan untuk mencapai tujuan bersama.” Sedangkan menurut Bunnington dan Berverd E.Needles dalam Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori Dan Budaya. (2002:114) yaitu: “*Organization is the means by which management coordinates material and human resources through the design of a formal structure of task and authority.*” Maksudnya adalah “Organisasi adalah sarana dimana manajemen mengorganisasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.”

A. Struktur Organisasi Personalia Restoran Di Hotel Tirta Gangga Garut

Struktur organisasi itu sendiri adalah suatu susunan jabatan dalam suatu perusahaan atau usaha yang melibatkan sekumpulan orang yang dimana sesuatunya saling terkait dan membutuhkan orang yang mengatur semua agar terkordinir dengan baik. Seperti menurut Wiliam V. Hanney dalam Effendy

dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. (2002:116) mengatakan bahwa: “ *Organization consist of a number of people: it ivloves interdependence: interdependence alls fpr coordination: and coordination requires coomunication.*” Yang berarti “Organisasi terdiri dari sejumlah orang yang melibatkan keadaan saling ketergantungan, memerlukan kordinasi mengisyaratkan komunikasi.”

Struktur organisasi hotel sangat berguna untuk memberikan informasi yang lengkap tentang alur dokumen, informasi, intruksi tingkat jabatan atasan atau bawahan langsung dan hubungan komunikasi antar departemen dan pada setiap bagian-bagiannya. Seperti yang dijelaskan oleh Agus Sulastiyono dalam bukunya Manajemen Penyelenggaraan Hotel. (2001:31) mengatakan bahwa: “Tingkatan hirarkis, dimana terdapat bagian-bagian yang diketahui berhubungan antara atasan dan bawahan.”

Dengan adanya struktur organisasi maka setiap karyawan akan mengetahui siapa atasannya dan bawahannya, dengan begitu karyawan akan mengetahui dengan pasti kepada siapa mereka mempertanggung jawabkan setiap pekerjaannya dan siapa yang harus bertanggung jawab. Hal ini didukung oleh *Management Public Relation* dalam bukunya Dasar-Dasar Prilaku Organisasi. (2004:5) adalah: “Organisasi itu sebagai struktur tata pembagian kerja antara sekelompok orang pemegang posisi yang bekerja secara tertentu untuk bersama-sama mencapai suatu tujuan tertentu.”

Dan dalam mencapai tujuan tertentu suatu organisasi harus memiliki kerangka susunan kerja agar tercipta suatu kordinasi yang baik dari setiap bagian-bagian. Dan struktur organisasi di Restoran berfungsi untuk menggambarkan hubungan dan alur kerja didalam departemen dengan system struktur organisasi fungsional. Struktur organisasi fungsional adalah struktur organisasi yang dimana menggambarkan alur kerja yang dimana setiap seksi-seksinya memfokuskan terhadap oprasionalnya bukan personalnya.

STRUKTUR ORGANISASI RESTORAN DI HOTEL TIRTA

GANGGA GARUT

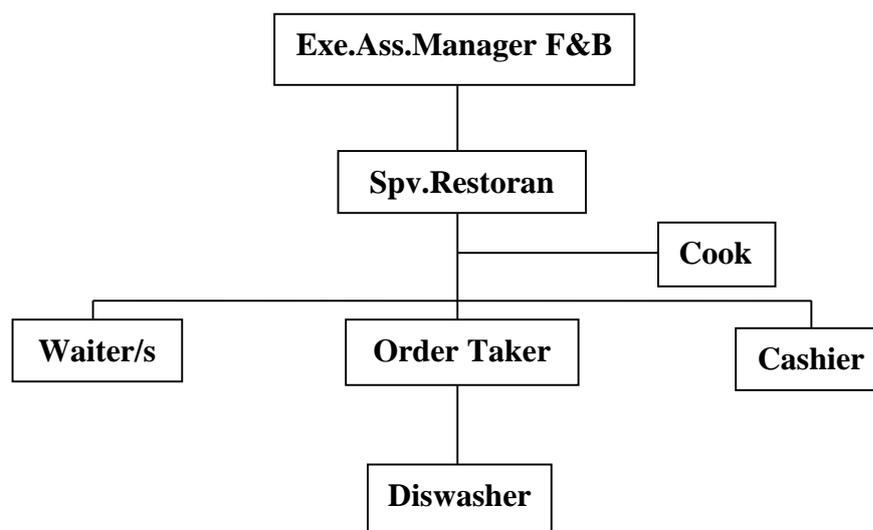


Table 2.2 Sumber *Human Resouerces Departement* Hotel Tirta Gangga

Garut 20011

Dalam struktur organisasi di Hotel Tirta Ganga Garut terlihat depar temen Putri Restoran dipimpin oleh seorang *Executive Ass.Manager F&B*, lalu posisi dibawahnya ada *Sepervisor*, dan pengertian karyawan menurut Kamus Besar

Bahasa Indonesia (1990:393) adalah: “Orang yang bekerja dalam suatu lembaga (kantor, perusahaan dan sebagainya) dengan mendapatkan gaji atau upah.”

2.1.2.3 Hotel

2.1.2.3.1 Pengertian Hotel

Hotel adalah sebuah bangunan, atau perusahaan yang akan menyediakan sebuah jasa. Umumnya jasa yang ditawarkan oleh hotel berupa penginapan. Akan tetapi, masih banyak lagi jasa yang bisa ditawarkan oleh suatu hotel. Seperti menyediakan berbagai makanan dan minuman, membuat resto atau kafe, dapat digunakan untuk menggelar sebuah acara, dan lain sebagainya. Seluruh fasilitas yang ada di dalam hotel akan diperuntukan bagi pengunjungnya. Hotel adalah tempat yang sering digunakan untuk seseorang menginap atau beristirahat. Seperti untuk para wisatawan di sebuah daerah tempat wisata.

Pengertian hotel di dalam kamus oxford adalah sebuah bangunan tempat orang tinggal. Orang-orang tersebut umumnya hanya tinggal dalam waktu yang singkat. Selain itu, hotel adalah tempat orang akan membayar kamar. Kamar yang dibayar akan digunakan, terkadang akan digunakan untuk makan-makan.

Menurut Endar Sri (1996) Hotel adalah sebuah bangunan yang pengelolaannya dilakukan secara komersial. Hotel akan digunakan untuk memberikan fasilitas penginapan kepada masyarakat umum. Fasilitas yang digunakan seperti fasilitas dalam pelayanan barang bawaan, fasilitas pelayanan makan dan minum, fasilitas perabotan hotel, fasilitas hiasan hotel dan jasa untuk mencuci pakaian.

Menurut Lawson (1997) Hotel adalah sarana yang digunakan untuk tempat tinggal umum bagi para wisatawan. Hotel akan memberikan pelayanan berupa jasa kamar, makanan dan minuman, serta jasa akomodasi. Akan tetapi, jika ingin merasakan pelayanan-pelayanan tersebut, pengguna hotel tersebut harus membayarnya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dengan demikian dapat ditemukan beberapa kata kunci yang telah membentuk pengertian hotel secara menyeluruh. Hotel memiliki arti yaitu sebuah bangunan atau sebagian bangunan atau rumah yang ukurannya terbilang besar. Hotel umumnya disebut dengan bangunan akomodasi.

Hotel akan menyediakan jasa-jasa penginapan yang bisa dipakai untuk tempat beristirahat sementara waktu. Tidak hanya itu, hotel juga akan menyediakan jasa dalam hal makanan dan minuman. Jika memerlukan sebuah layanan tambahan, hotel juga akan memberikan jasa tambahan tersebut. Hotel adalah sesuatu yang dikelola secara komersial.

2.1.2.3.2 Karakteristik Hotel

Karakteristik hotel adalah sifat khusus yang ada di dalam industri hotel. Sifat khusus ini tidak akan dimiliki oleh industri-industri lainnya. Karakteristik hotel adalah hal yang harus dipahami dengan jelas, sebelum membuat sebuah perencanaan pembangunan atau bangunan hotel. Sebab, bangunan hotel dibangun berdasarkan sifat atau karakter dari industri hotel itu sendiri.

1. Padat Modal dan Karya

Industri hotel adalah industri yang tergolong padat terhadap modal dan karya. Artinya adalah dalam pengelolaannya, maka akan diperlukan modal usaha yang terbilang cukup besar. Selain itu, industri hotel juga akan membutuhkan tenaga kerja yang cukup.

2. Dipengaruhi Keadaan

Hotel akan dipengaruhi oleh keadaan, atau perubahan yang bisa saja akan terjadi pada sektor lain. Seperti sektor ekonomi, sosial, politik, budaya atau keamanan dimana hotel tersebut ada.

3. Melakukan Pemasaran Secara Bersamaan

Hotel akan menghasilkan atau memasarkan produknya secara bersamaan. Kegiatan tersebut bersamaan dengan tempat dimana jasa dari pelayanannya telah dihasilkan.

4. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

5. Beroperasi Sehari

Hotel akan beroperasi selama 24 jam dalam sehari, itu artinya sepanjang hari. Hotel akan beroperasi tanpa adanya hari libur, termasuk dalam hal pelayanan. Para pelanggan atau pengguna hotel, atau masyarakat umum memiliki sepanjang hari untuk menikmati pelayanan dari sebuah hotel.

6. Mengutamakan Pelayanan Pelanggan

Hotel akan memperlakukan para pelanggannya seperti raja. Selain itu, hotel akan memperlakukan para pelanggannya sebagai seorang partner di dalam usaha. Alasannya karena kesuksesan jasa pelayanan hotel bergantung pada banyaknya pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut, maka akan semakin bagus untuk hotel.

2.1.2.3.3 Jenis Hotel

Menurut Armoezi (2000) menjelaskan bahwa penentuan dari jenis hotel terlepas dari kebutuhan pelanggannya. Selain itu, jenis hotel juga ditentukan oleh ciri-ciri atau sifat khas yang dimiliki oleh wisatawan. Berdasarkan hal itu, maka dapat dilihat dari lokasi-lokasi mana hotel tersebut di bangun. Jenis-jenis hotel dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

City hotel adalah hotel yang umumnya terletak di daerah perkotaan. Hotel ini umumnya akan digunakan masyarakat untuk tempat tinggal sementara. Artinya, masyarakat akan menggunakan hotel dalam jangka waktu yang singkat. City hotel juga disebut sebagai transit hotel. Sebab, umumnya hotel jenis ini akan digunakan oleh para pelaku bisnis. Mereka akan memanfaatkan pelayanan bisnis, serta fasilitas yang disediakan oleh hotel-hotel tersebut.

2. Residential Hotel

Hotel residen adalah hotel yang umumnya terletak di daerah pinggiran kota-kota besar. Hotel ini berlokasi di tempat yang jauh dari keramaian kota. Akan tetapi, hotel ini akan berdekatan dan mudah untuk mencapai berbagai tempat kegiatan

usaha. Umumnya, hotel jenis ini akan berlokasi di daerah dengan suasana yang tenang. Terutama karena hotel ini diperuntukkan untuk masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu yang lama. Hotel residen akan dilengkapi dengan fasilitas berupa tempat tinggal yang lengkap. Bahkan, fasilitas tersebut dapat digunakan untuk semua anggota keluarga.

3. Resort Hotel

Resort hotel adalah hotel yang lokasinya terletak di daerah pegunungan. Tidak hanya itu, resort hotel juga bisa berlokasi di tepi pantai, tepi aliran sungai, bahkan di tepi danau. Hotel ini umumnya akan menjadi pilihan orang-orang yang ingin berlibur sambil beristirahat. Untuk mendapatkan suasana tenang dan nyaman, hotel jenis ini dapat dijadikan pertimbangan. Umumnya hotel ini memiliki pemandangan yang indah. Selain untuk rekreasi, hotel ini juga cocok untuk dijadikan tempat bersantai.

4. Motel (motor hotel)

Motel adalah jenis hotel yang lokasinya berada di sepanjang jalan raya atau di pinggirannya. Hotel jenis ini akan berlokasi di tempat yang menghubungkan satu kota dengan kota-kota besar yang lainnya. Hotel motel ini juga sering ditemukan di batas kota besar atau di dekat pintu gerbang.

Motel adalah jenis hotel yang diperuntukkan sebagai tempat istirahat sejenak atau sementara. Khususnya bagi mereka yang sedang melakukan perjalanan. Hotel

motel ini bisa dijadikan tempat beristirahat orang-orang yang lelah atau penat di perjalanan.

2.1.2.4 Pelayan Restoran

2.1.2.4.1 Pengertian Pelayan Restoran

Pelayanan adalah suatu yang diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga dapat diambil pengertian bahwa pelayanan merupakan suatu manfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dan bisaanya tidak berwujud.

Restoran berasal dari kata “restore” yang artinya mengembangkan atau memperbaiki, dan pengembalian atau pengulangan dari kata restore (restoration) yang kemudian berubah menjadi restaurant dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesianya restoran. Restoran atau rumah makan merupakan suatu usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Pengertian restoran menurut para ahli

inemeier dan Hayes - Restoran yaitu suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya ialah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil.

Soekresno - Restoran yakni suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional.

Walker - Restoran merupakan salah satu tempat dimana pengunjung dapat menggunakan alat indra untuk menikmati pelayanan tertentu.

Rumekso - Restoran adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk tamu, serta mempunyai fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan.

Pelayanan makanan dan minuman adalah salah satu bagian di hotel atau restoran yang memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu hotel atau tamu restoran. Pelayanan makanan dan minuman ini bisa disebut dengan tata hidang atau Food and Beverages Services. Bagaian ini berhubungan langsung dengan tamu pembeli. Petugas yang bertanggung jawab memberikan pelayanan makanan dan minuman disebut Pelayan (waiter atau waitress).

Adapun cakupan tugas pelayan adalah menunggu tamu, menyambut tamu dengan hangat dan bersahabat, mengambil pesana makanan dan minuman, menyajikan makanan dan minuman, membersihkan restoran dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan untuk tamu berikutnya. Dengan demikian, pelayanan makanan dan minuman ini dimulai dari persiapan area restoran untuk pelayanan hingga menutup area restoran. Secara garis besar pelayanan makanan dan minuman meliputi hal-hal berikut :

1. Mempersiapkan area restoran untuk pelayanan.
2. Menyiapkan dan mengatur meja.
3. Menyambut pelanggan.
4. Mengambil dan memproses pesanan.
5. Menyajikan makanan dan minuman dan membersihkannya.
6. Menutup area restoran atau ruang makan

Selain pelayan ada beberapa jabatan lain dalam pelayanan makanan dan minuman ini. Pada umumnya personalia bagian pelayanan makanan dan minuman sebagai berikut :

1. *Food & beverage manager*, bertanggung jawab kepada hotel manager tentang kelancaran semua operasional bagian F & B.
2. *Assistant food & beverage manager*, bertugas membantu BF manager untuk kelancaran tugas sehari-hari.
3. *Restaurant manager*, bertanggung jawab kepada Assistant FB manager tentang kelancaran seluruh operasional restoran di dalam hotel. Jika restoran di luar hotel ia bertanggung jawab kepada pemilik restoran.
4. *Assistant restaurant manager*, membantu restaurant manager.
5. *Head waiter*, bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional pelayanan di restaurant.
6. *Assistant head waiter*, membantu head waiter.
7. *Captain*, bertanggung jawab terhadap satu station.

8. *Waiter/waiters*, tugas utamanya melayani tamu. *Busboy*, membantu waiters dalam tugas sehari-hari.
9. *Hostess/greeter/receptionist*, bertugas menyambut tamu, mendudukan tamu, dan menerima serta mencatat reservasi.

Sebelum memberikan pelayanan kepada tamu, area makan dan restoran harus diperiksa kebersihannya. Jika masih ada yang kurang bersih, harus segera dibersihkan. Area restoran yang bersih tentu saja tidak akan mengundang bakteri atau binatang untuk datang, seperti tikus, kecoa atau kucing. Faktor kebersihan atau hygiene adalah hal paling penting dalam usaha sebuah restoran. Apa jadinya ketika tamu menikmati hidangan, tiba-tiba ada kecoa yang lewat atau bahkan tenggelam di hidangan. Tentu saja, hal itu akan memberi citra yang buruk bagi restoran tersebut.

2.1.2.4.2 Jadwal Kerja Pelayan Restoran

Karyawan restoran di hotel bekerja dengan system jadwal 6:1, yaitu 6 hari kerja dan 1 hari libur. Dan pada setiap harinya bekerja selama 8 jam, dan karyawan setiap harinya jam oprasional dibagi kedalam 3 *shift* yang berbeda yaitu:

- a. Pagi (*Morning Shift*) : 06.30-15.30
- b. Siang (*Afternoon Shift*) : 12.30-15.30
- c. Malam (*Night Shift*) : 20.00-06.30

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Organizational Communication

Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi studi mengenai komunikasi organisasi. Dimana komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lainnya dalam konteks organisasi.

Organisasi sendiri merupakan suatu unit sosial yang terdiri atas organ-organ yang memiliki tugas dan pembagian kerja masing-masing namun saling berhubungan dan berkaitan satu sama lain guna mencapai suatu tujuan tertentu. Organisasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia dalam rangka mencapai tujuan dan cita-cita bersama.

Suatu satuan sosial dapat dikatakan sebagai organisasi apabila didalamnya terdapat organ-organ atau elemen-elemen yang menjalankan tugasnya masing-masing. Menurut Henry Mintzbergz secara umum sebuah organisasi setidaknya memiliki 5 elemen berikut.

1. *The operating core*, yaitu para pegawai yang melaksanakan pekerjaan dasar yang berkaitan dengan produksi, baik barang maupun jasa.
2. *The strategic apex*, yaitu seorang pemimpin atau Manajer teratas yang bertanggungjawab penuh atas organisasi tersebut.
3. *The middle line*, yaitu para manager yang menjadi penghubung antara *operating core* dengan *strategic apex*
4. *The technostructure*, yaitu mereka yang ditugaskan melaksanakan suatu bentuk standarisasi secara khusus dalam organisasi.

5. *The staff support*, yaitu orang-orang yang mengisi unit staf yang memberikan jasa guna mendukung jalannya organisasi.

Menurut Arnold dan Feldman (1986) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang dalam suatu organisasi. Dimana didalamnya terdapat empat tahapan komunikasi yang meliputi.

1. *attention* (Atensi/Perhatian)
2. *comprehension* (Komprehensi)
3. *acceptance as true* (Kebenaran/Fakta)
4. *retention* (Retensi) (Baca juga: [Komunikasi Pemerintahan](#))

Media komunikasi adalah termasuk kedalam komunikasi *non verbal* atau tidak langsung, menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. (2002:16) adalah: “Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memiliki lambing sebagai media pertama.” Seperti penjelasan diatas media adalah alat bantu untuk melakukan proses komunikasi dimana peranan media sangatlah penting apabila proses komunikasi langsung atau *verbal* tidak dapat dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. (2002:18) menjelaskan bahwa: “ *Chennel* atau media komunikasi adalah saluranMedia komunikasi adalah termasuk kedalam komunikasi *non verbal* atau tidak langsung, menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan

Praktek. (2002:16) adalah: “Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memiliki lambing sebagai media pertama.” Seperti penjelasan diatas media adalah alat bantu untuk melakukan proses komunikasi dimana peranan media sangatlah penting apabila proses komunikasi langsung atau *verbal* tidak dapat dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. (2002:18) menjelaskan bahwa: “ *Chennel* atau media komunikasi adalah saluran.

Pendapat lain dikemukakan oleh **Pace** dan **Faules** (2001), mereka berpendapat bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku pengatur organisasi yang terjadi diantara orang-orang dalam organisasi. Dan juga bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Sementara itu, menurut **Wiryanto** (2005) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan organisasi didalam suatu kelompok. Baik itu formal maupun informal dari suatu organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan kajian pada teori public relations, menyatakan bahwa upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan menyeluruh oleh suatu organisasi. Upaya ini dilakukan untuk menciptakan serta memelihara niat baik agar saling mengerti antara organisasi dan orang di dalamnya.

Arah Komunikasi Organisasi

1.Komunikasi kebawah

Komunikasi kebawah merupakan alur komunikasi yang mengalir dari individu pada tingkat hierarki atas kepada individu yang berada pada tingkat hierarki bawah. Dapat diartikan pula sebagai alur komunikasi antara atasan dan bawahan. bentuk komunikasi kebawah yang paling umum adalah instruksi kerja.

2.Komunikasi keatas

Komunikasi keatas merupakan arah dan alur komunikasi yang membawa informasi dari tingkat bawah ke tingkat atas dalam suatu organisasi, yang artinya komunikator berada pada tingkat bawah dan komunikan merupakan tingkat atas.

Dapat diartikan pula sebagai suatu alur komunikasi dari bawahan ke atasan. komunikasi keatas ini mencakup saran, keluhan dan hal hal lain yang mana dalam sebuah organisasi yang besar komunikasi keatas sulit mencapai taraf efektif.

3.Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang memiliki banyak fungsi dalam organisasi. Bentuk komunikasi ini diperlukan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai fungsi dalam organisasi sehingga dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Komunikasi horizontal umumnya sering diabaikan padahal penting dalam penggunaannya sebagai contoh agar tidak terjadi tumpang tindih tugas wewenang dalam organisasi maka diperlukan komunikasi horizontal antar pihak terkait.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini mengutamakan penelitian komunikasi *internal* pelayan restoran hotel dengan dengan media komunikasi yang ada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana para karyawan atau pelayan restoran hotel berkomunikasi selama bekerja dan berinteraksi dengan para tamu hingga memberikan respon dan penilaian yang berbeda.

Maka dari itu peneliti lebih memfokuskan media komunikasi *internal* terhadap pelayan restoran, tetapi media yang lengkap tidak menjamin proses komunikasi dapat berjalan dengan baik apabila media tersebut tidak digunakan dengan tepat dan maksimal. Untuk meneliti setiap penggunaan media digunakan dengan tepat dan maksimal untuk melakukan proses komunikasi didalam berjalanya oprasional. Untuk mendukung proses penelitian ini dengan dilengkapi data dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan para staff dan pelayan di restoran Hotel Tirta Gangga Garut.

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran

