

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis hotel yang semakin kuat untuk mendapatkan tamu sebanyak-banyaknya merupakan hal yang paling diinginkan setiap perusahaan (hotel). Setiap perusahaan di bidang jasa akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk menambah nilai citra bidang jasa itu sendiri. Bisnis yang bergerak di bidang jasa khususnya perhotelan ini sangat menguntungkan jika dikelola dengan baik usahanya sehingga dapat bertahan lama dan berkembang pesat di tengah kuatnya persaingan. Menurut Assuri (2009:167) untuk mendapatkan kepercayaan yang baik di mata para pengunjung hotel, diperlukan komunikasi dan pelayanan jasa yang baik dari pihak hotel kepada pengunjungnya yang akan memberikan dampak positif terhadap hotel itu sendiri.

Setiap kegiatan bisnis, seperti barang atau jasa pasti akan mendapatkan *feedback* dari setiap para pelanggannya. Maka dari itu setiap pelanggan jika merasa puas, tentunya akan mendapatkan *feedback* yang baik untuk suatu perusahaan begitu juga sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas akan menyampaikan *feedback* yang kurang baik kepada perusahaan. Keluhan yang didapatkan perusahaan dari pelanggan bisa berupa teguran, maupun secara tidak langsung melalui ulasan, tujuannya agar perusahaan bisa mendapatkan masukan dan dapat diperbaiki untuk kedepannya.

Keluhan pelanggan merupakan ekspresi ketidakpuasan dan rasa kekecewaan pelanggan terhadap perusahaan jasa khususnya diperhotelan. Keluhan pelanggan perlu ditangan dengan tepat dan cepat agar mendapatkan hasil yang baik dari berbagai pihak yang terkait. Melakukan penanganan *complain* atau keluhan harus didasari komunikasi yang efektif serta melakukan beberapa tahapan strategi komunikasi seperti perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi yang harus dilakukan kedepannya agar memberikan hasil yang memuaskan bagi perusahaan dan juga pelanggan. Tahapan strategi komunikasi harus dilakukan oleh perusahaan karena untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan serta mempertahankan agar keluhan yang di dapat tidak terjadi lagi kedepannya.

Penanganan *complain* merupakan salah satu bentuk pelayanan prima yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Perusahaan harus memiliki kesiapan untuk menjawab semua keluhan dari para pelanggannya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan agar tidak ada kesalahpahaman satu sama lain antara pelanggan dan perusahaan.

Setiap perusahaan di bidang jasa khususnya perhotelan tentu memerlukan komunikasi. Komunikasi yang berjalan dengan baik akan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap prosesnya. Dalam komunikasi tentunya harus mempunyai strategi komunikasi yang diperlukan dalam proses bisnis. Menurut Middleton Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang sempurna dari semua elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, media, penerima, hingga pengaruh atau efek.

Melakukan strategi komunikasi yang baik diperlukan sebuah perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang harus efektif. Tetapi akan muncul sebuah permasalahan jika suatu perusahaan tidak dapat mengimplementasikan tiga tahap tersebut pada lima unsur komunikasi yaitu komunikator, penerima pesan, media dan efek.

Dalam melakukan upaya strategi komunikasi, tentu terdapat beberapa kegiatan komunikasi di dalamnya, karena komunikasi salah satu hal penting yang merupakan kebutuhan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Tanpa ada komunikasi segala sesuatu mungkin tidak akan berjalan dengan baik. Komunikasi mempermudah segala urusan manusia baik itu individu maupun organisasi.

Komunikasi merupakan kegiatan yang terpenting dalam kehidupan manusia. Tanpa adanya komunikasi, pesan tidak dapat disampaikan dengan baik oleh komunikator kepada khalayak. Rogers dan Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dari dua orang atau lebih yang sama-sama bertukar informasi. (Wiryanto, 2004)

Pariwisata adalah sektor industri yang selalu berkembang dan memberikan kontribusi yang sangat besar bagi kemajuan bidang perekonomian negara karena dapat menjadi lahan usaha yang menjanjikan bagi masyarakatnya. Untuk dapat menunjang perkembangan pariwisata yang semakin hari semakin berkembang pesat diperlukan beberapa sarana yang dibutuhkan, diantaranya adalah akomodasi perhotelan. Hotel sudah banyak berdiri hampir diseluruh wilayah yang ada di Indonesia, salah satu kota besar yang memiliki kemajuan yang pesat di dunia perhotelan terjadi pada wilayah kota Bandung. Kota Bandung yang dulunya dikenal

sebagai kota kembang, Bandung juga merupakan salah satu kota yang menjadi destinasi wisata baik di dalam negeri maupun luar negeri sehingga banyak pendatang dari berbagai daerah yang berkunjung. Oleh karena itu hotel memiliki peran yang sangat penting untuk para pengunjung karena membutuhkan tempat tinggal sementara untuk beristirahat. Dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung pada Januari 2024 mencatat angka kunjungan wisata pada tahun 2024 meningkat dari tahun sebelumnya kini mencapai hingga 7,7 juta orang wisatawan dengan rincian 95% wisatawan Nusantara dan 5% wisatawan mancanegara.

Dari data diatas membuktikan bahwa perkembangan pariwisata di kota Bandung setiap tahunnya selalu meningkat. Tentunya wisatawan yang berkunjung membutuhkan tempat tinggal untuk beristirahat pada saat menikmati liburan di kota Bandung. Banyak sekali tempat tinggal yang bisa dipilih oleh wisatawan di kota Bandung, namun tidak semua tempat untuk beristirahat sesuai dengan selera. Oleh karena itu hotel Holiday Inn Bandung Pasteur memiliki peluang besar untuk para calon wisatawan mengingat lokasinya yang cukup strategis yaitu kemudahan akses ke berbagai pusat perbelanjaan, lokasi wisata maupun Stasiun Kereta Api Bandung. Hotel ini menawarkan akomodasi yang nyaman serta memiliki beberapa fasilitas untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan untuk keluarga dilengkapi dengan 277 kamar berbagai tipe.

Maka dari itu peneliti mengambil objek penelitian untuk penyusunan proposal ini di salah satu Hotel yang ada di Bandung yaitu Hotel Holiday Inn Bandung Pasteur. Namun penelitian ini berfokus pada bagaimana cara strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter Departement Food and Beverage Service* dalam

mengatasi keluhan tamu. *Food and Bavarage Service* memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan tamu akan minuman dan makanan yang enak, serta memberikan pengalaman pelayanan yang sangat baik dan menyenangkan. Salah satu elemen kunci dalam memberikan layanan F&B yang berkualitas adalah komunikasi yang efektif antara staff dengan tamu. *Greeter* dan *Waiter* merupakan dua staff (F&B) *Service* yang bertugas langsung dalam berinteraksi dengan tamu. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk memiliki strategi komunikasi yang efektif .

Melihat banyaknya perkembangan perusahaan dalam bidang jasa perhotelan yang semakin hari semakin ketat persaingannya, peneliti ingin mengetahui bagaimana cara penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Greeter* dan *Waiter* dalam mengatasi keluhan tamu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kewenanga dari Chester Barnard (1938) yaitu menjelaskan tentang komunikasi organisasi yang bersifat vertical, horizontal dan diagonal. Serta menggunakan konsep strategi komunikasi. Salah satu gagasan pada penelitian ini yang sangat berpengaruh dalam strategi komunikasi pemikiran Hafied Cangara. Dengan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penyusunan skripsi dengan judul “ **Strategi Komunikasi Antara *Greeter* dan *Waiter* Pada *Food and Bavarage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel**”

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka penelitian ini berfokus pada penelitian“Strategi Komunikasi Antara *Greeter* dan *Waiter* Pada *Food and Bavarage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam memilih komunikator untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Beverage Service Department* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel?
2. Bagaimana strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam menetapkan target sasaran untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Beverage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel?
3. Bagaimana strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam menyusun pesan untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Bevarage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel?
4. Bagaimana strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam memilih media guna untuk mendapatkan Informasi adanya keluhan pelayanan pada *Food and Beverage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam memilih komunikator untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Beverage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam menetapkan target sasaran untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Beverage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel.
3. Untuk mengetahui strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* Menyusun pesan untuk membantu adanya keluhan tamu pada *Food and Bevarage Service Departement* di Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel.
4. Untuk mengetahui strategi komunikasi antara *Greeter* dan *Waiter* dalam memilih media guna untuk membantu adanya keluhan tamu pada pelayanan *Food and Beverage Service Depratement* di Holiday Inn Bandung Pasteur.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, kegunaan teoritis dan kegunaan praktis

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebagai pengembangan ilmu komunikasi dan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang bisa menambah

wawasan pada pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada penelitian yang sama

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi *Greeter* dan *Waiter Food and Beverage Service Departement* Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel dalam merancang strategi komunikasi. Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan antara *Greeter* dan *Waiter Food and Beverage Service Departement* Holiday Inn Bandung Pasteur Hotel