

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

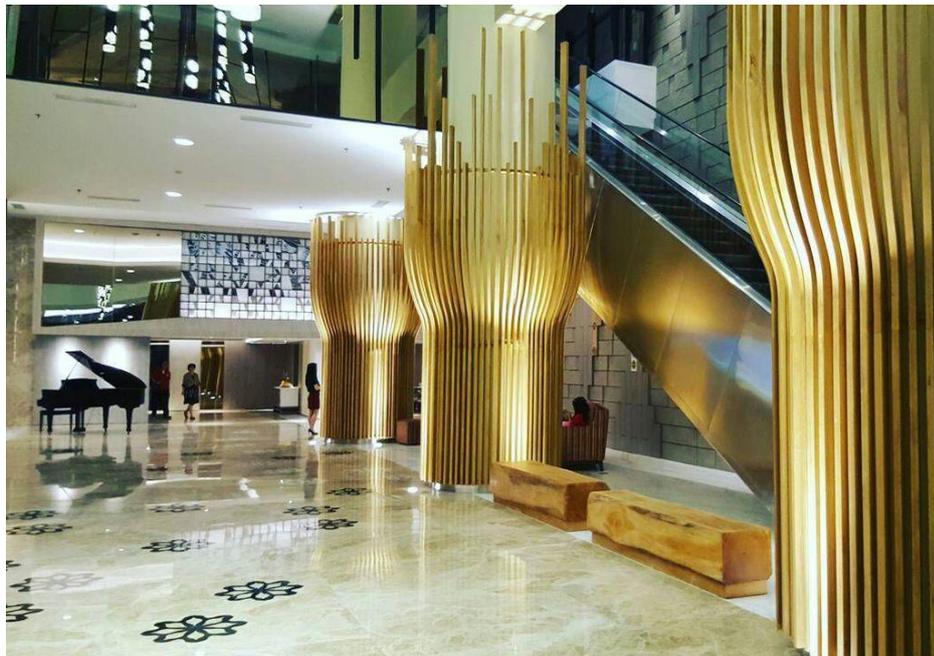
Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pola komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dalam meningkatkan pelayanan kepuasan konsumen di Hotel The Excelton Palembang. Penelitian ini berlangsung selama 5 bulan dari bulan Agustus sampai bulan Desember untuk mengumpulkan data, wawancara, dokumentasi dan memahami pola komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dengan konsumen di Hotel The Excelton Palembang.

Setelah peneliti melakukan penelitian, ditemukan bahwa proses komunikasi yang dilakukan *Staff Front Office Department* dalam meningkatkan pelayanan kepuasan konsumen dengan tamu Hotel The Excelton, yaitu dengan melakukan pelayanan yang prima sehingga terciptanya suatu kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Contohnya, seperti menjelaskan kepada konsumen fasilitas apa saja yang ada di Hotel The Excelton Palembang dan memperlihatkan penampilan yang profesional serta *good looking* kepada konsumen yang sesuai dengan *grooming standart* Hotel The Excelton Palembang.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan *Guest Relation Officer* Hotel The Excelton Palembang mengenai fasilitas yang ada :

“Hotel The Excelton Palembang yang merupakan salah satu hotel bintang lima di Kota Palembang memiliki berbagai fasilitas yang berkelas seperti kamar yang memiliki berbagai macam tipe dengan fasilitas yang umum yaitu terdapat TV, AC, kamar mandi lemari, kasur dan meja rias. Sedangkan, fasilitas lainnya , Hotel The Excelton Palembang menyediakan berbagai macam fasilitas yang bisa dinikmati oleh tamu selama menginap di hotel, yaitu seperti *Breakfast, Room Service 24 jam, Laundry Service,*

dan *Restaurant* utama yang memiliki konsep *Retro* dan *Trendy* dan juga tamu bisa menikmati suasana malam Kota Palembang di *Sky Lounge* Hotel The Excelton Palembang, serta jika ada tamu yang memerlukan ruangan untuk bisnis, Hotel The Excelton juga memiliki ruang pertemuan yang mampu menampung 1000 tamu.”¹

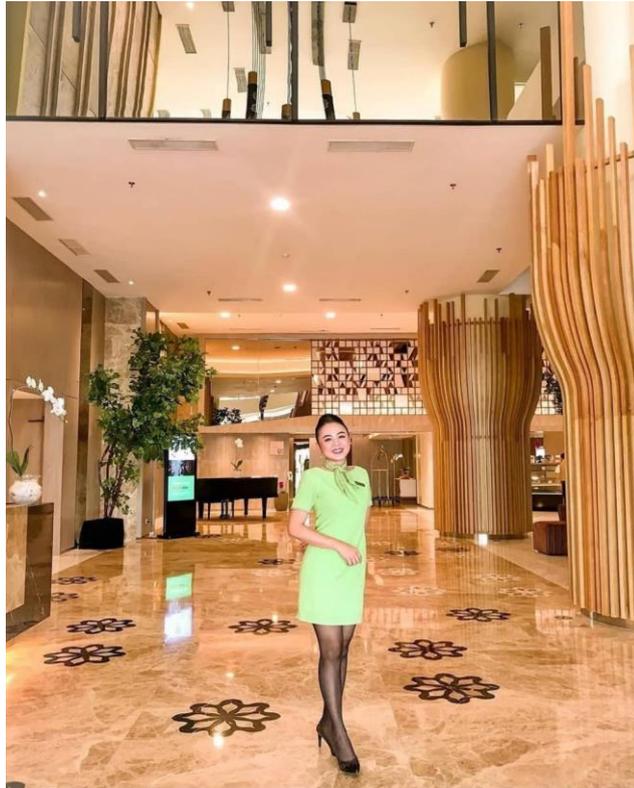


Gambar 12. Lobby Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

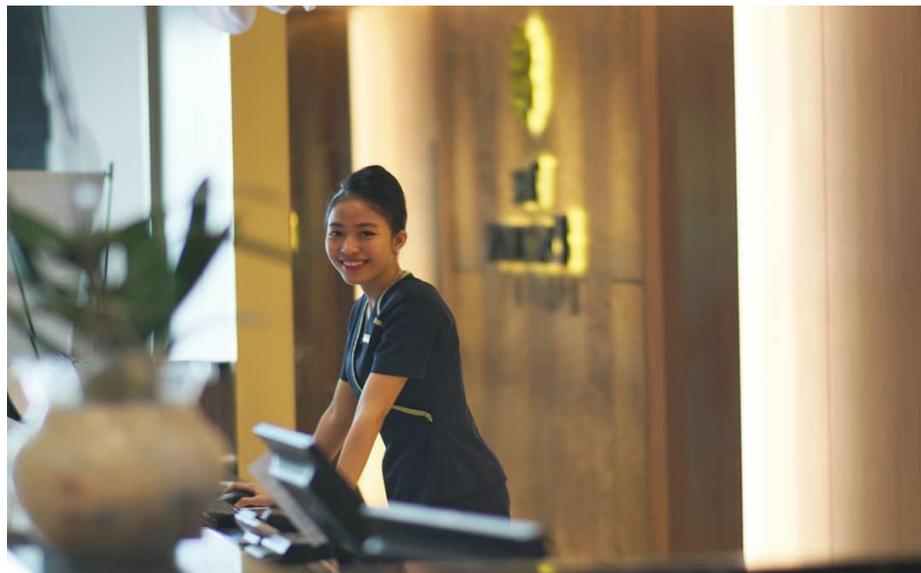
Tujuan dengan diterapkannya “*Grooming Standart*” adalah agar tamu merasa senang saat melihat penampilan karyawan dan merasa nyaman dilayani oleh karyawan hotel yang ramah, bersih dan rapi. Dengan berpenampilan rapi dan bersih maka tamu akan merasa yakin atas kualitas pelayanan yang diberikan hotel memang terbaik untuk para tamu.

¹ Destri Indra, *Guest Relation Officer*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019



Gambar 13. Seragam Resmi Pertama *Staff Front Office Department* Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang



Gambar 14. Seragam Resmi Kedua *Staff Front Office Department* Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan *Supervisor* Hotel The Excelton Palembang mengenai *Grooming Standart* :

”*Grooming Standart* yang diterapkan oleh Hotel The Excelton ialah kerapihan seluruh karyawan baik yang di luar maupun yang di dalam. Yang di dalamnya termasuk sifat yang peduli akan kebersihan, memiliki kebiasaan untuk rapih, sedangkan, faktor luar merupakan tampilan yang tampak, seperti dalam berpakaian dan berdandan. Faktor dari luar seperti yang dilakukan Hotel The Excelton yaitu memberikan seragam yang sama kepada karyawannya sehingga mereka terlihat rapi dan bersih saat mereka bekerja.”²

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan *Supervisor* Hotel The Excelton Palembang di atas bahwa *Grooming Standart* adalah hal yang penting untuk ada di sebuah hotel dan harus selalu diperhatikan, karena *Grooming Standart* akan memberikan kesan pertama kepada konsumen, dengan berpenampilan rapi dan bersih akan lebih membuat konsumen atau merasa yakin atas kualitas pelayanan dan mendapatkan jaminan kebersihan dan keselamatan atas jasa yang diberikan oleh pihak hotel serta membuat nyaman konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan staf. Pernyataan mengenai *Grooming Standart* juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Siska Ramadhanti dalam judul “Analisis Kualitas Pelayanan *Staff Front Office Department* dalam Meningkatkan Minat Tamu Menginap di Hotel Imara Palembang”, bahwa dengan adanya *Grooming Standart* secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan konsumen, karena *Grooming Standart* merupakan bagian dalam pelayanan juga, seperti dengan berpenampilan

² Ririn Liliani, *Supervisor*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

rapi dan bersih sesuai dengan *SOP (Standard Operating Procedures)* yang ada di perusahaan atau instansi.³

Komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dengan konsumen bersifat komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal sifatnya terbuka dan diperoleh dari berbagai sumber, namun proses yang terjadi dalam menyampaikan dan menerima pesan terjadi secara terus menerus sehingga terciptanya suatu kesamaan makna. Sedangkan, Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang dilakukan tidak menggunakan kata-kata tetapi menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh dan mimik wajah.

Pola komunikasi yang diterapkan oleh *Staff Front Office Department* dalam meningkatkan pelayanan kepuasan konsumen yang sifatnya terus menerus dan dua arah sama dengan pola komunikasi transaksional. Dimana pola komunikasi ini terjadi secara dua arah dan terjadinya proses pertukaran pesan antara komunikator dengan komunikan. Komunikasinya berlangsung secara tatap muka dan akan terus menerus berlangsung hingga mencapai suatu kesepakatan antara penerima dan pengirim pesan.

³ Siska Ramadhanti. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan Staff Front Office Departement dalam Meningkatkan Minat Tamu Menginap di Hotel Imara Palembang*, Skripsi Ilmu Komunikasi, Palembang: Perpustakaan Stisipol Candradimuka Palembang, h.77.



Gambar 15. Contoh Proses Komunikasi *Staff Front Office Department* dengan Tamu di *Front Office Counter*

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Seperti pernyataan dari hasil wawancara dengan informan, berikut kutipannya:

“Jenis komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dengan konsumen biasanya seperti adanya pertanyaan awal yang akan memulai interaksi tersebut, yaitu misalnya staf yang menanyakan terlebih dahulu apa yang dibutuhkan tamu dan kemudian konsumen yaitu tamu tersebut mengatakan apa yang dibutuhkan, setelah menanyakan hal tersebut kemudian kita dengan sigap mendengarkan apa yang dibutuhkan tamu dan apa yang diinginkan tamu”⁴

Pada bagian ini, akan dijelaskan pembahasan mengenai pola komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Hotel The Excelton Palembang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pola komunikasi dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia

⁴ Ririn, *Ibid.*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

Moss. Teori ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ditemukan yakni pola komunikasi apa yang digunakan dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* Hotel The Excelton Palembang.

A. Pola Komunikasi yang Diterapkan *Staff Front Office Department* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepuasan Konsumen

1. Pola Komunikasi Transaksional

Pola komunikasi didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi antara dua orang atau diantara kelompok kecil orang-orang, dimana terjadi proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan, dengan terjadinya umpan balik secara seketika. Pola komunikasi juga bisa dikatakan sebagai bentuk hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman pesan dan penerimaan pesannya dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami dan dimengerti. Sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan.

Pola komunikasi dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi atau perusahaan, yaitu menjelaskan pola apa yang digunakan *Staff Front Office Department* dalam melakukan komunikasi dengan konsumen hingga pada akhirnya akan menimbulkan komunikasi dalam organisasi itu sendiri dan disebut sebagai pola komunikasi dalam struktur organisasi. Pola

komunikasi dalam struktur organisasi itu terjadi secara komunikasi verbal dan non verbal.

Pola komunikasi transaksional adalah suatu proses penerimaan dan pengiriman yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan yang berlangsung secara terus menerus hingga menghasilkan umpan balik atau *feedback*, dalam pengiriman dan penerimaan pesan komunikator dengan komunikan sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektifnya komunikasi yang terjadi

Di Hotel The Excelton Palembang, antara *Staff Front Office Department* dengan konsumen dapat saling berkomunikasi dan menyampaikan pesan apa yang diperlukan secara langsung tanpa memerlukan bantuan orang lain atau perantara. Pola komunikasi transaksional ini bisa terjadi dimana saja dan kapan saja selama itu terjadi di dalam Hotel The Excelton Palembang, komunikasi ini akan terus berlangsung antara *Staff Front Office Department* dengan konsumen yang mana kedua belah pihak tersebut bisa menjadi komunikator dan komunikan.

Seperti pernyataan yang diberikan oleh informan pertama melalui wawancara, sebagai berikut:

“Di dalam berkomunikasi dengan konsumen atau tamu Hotel The Excelton Palembang, saya sebagai resepsionis harus selalu dengan sigap mendengarkan apa yang dikatakan oleh tamu dan mengingatnya dengan baik apa yang mereka perlukan, sehingga tamu merasa mereka didengarkan dengan baik oleh kami dan merasa nyaman saat berkomunikasi dengan kami.”⁵

⁵ Finka, *Receptionist*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

Diperkuat oleh informan kedua, yakni sebagai berikut:

“Kami juga dalam menanggapi tamu bebas untuk menanyakan apa saja selama itu masih dalam konteks Hotel The Excelton Palembang, tamu juga memiliki hak untuk bertanya apa saja dan memberikan keluhan kesah mereka mengenai hotel, komunikasi yang dilakukan staf dan tamu sifatnya bebas dan fleksibel.”⁶

Pernyataan tersebut juga ditambahkan oleh *Supervisor*, berikut penjelasannya:

“Kalau batasan dalam berkomunikasi antara staf dengan konsumen tidak ada sih, karena komunikasi yang dilakukan juga kami lakukan dalam kehidupan sehari-hari hanya saja kami melakukannya dengan sikap profesional dan sesuai dengan SOP (*Standart Operating Procedure*) Hotel The Excelton Palembang dan selama konteks pembicaraan antara *Staff Front Office Department* dengan tamu tidak keluar dari konteks tentang hotel atau tempat wisata dll, itu sama sekali tidak dipermasalahkan, karena memang juga sudah menjadi tugas kami sebagai staf memberitahu kepada tamu apa saja yang ada di hotel atau hal-hal lainnya yang ingin diketahui oleh tamu.”⁷

Komunikasi yang diterapkan oleh *Staff Front Office Department* jika dilihat dari ketiga pola komunikasi menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, maka lebih condong ke pola komunikasi transaksional. Komunikasinya bisa dilihat melalui interaksi, percakapan dan gerak isyarat atau bahasa tubuh yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dengan konsumen yaitu dengan selalu menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh tamu. Pola komunikasi transaksional ini memiliki kualifikasi yang mana komunikasi didalamnya bersifat dua arah dan kedua belah pihak

⁶ Radith, *Receptionist*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

⁷ Ririn Liliani, *Supervisor*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

didalamnya terlibat dalam komunikasi tersebut. Komunikasi jenis pola transaksional ini membuat staf dan konsumen dapat menjadi komunikator dan komunikan serta menghasilkan timbal balik (*feedback*) yang diperlukan mereka dalam berkomunikasi.

Adapun komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dalam meningkatkan pelayanan kepuasan konsumen sifatnya verbal dan nonverbal:

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan tulisan atau lisan. Komunikasi ini memerlukan alat seperti bahasa yang berupa ucapan atau tulisan kata-kata. Bahasa dapat diartikan sebagai suatu komponen kata yang telah disusun secara terstruktur sehingga menjadi suatu kalimat yang mengandung arti tertentu.

Komunikasi verbal dalam proses komunikasi yang ada di Hotel The Excelton Palembang yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* kepada konsumen terbilang sudah efektif, dibuktikan dengan komunikasi secara langsung dan dua arah dimana semua sumber yang diterima dari staf itu sendiri dan disampaikan langsung kepada konsumen atau tamu mengenai apa yang ada di Hotel The Excelton dan apa yang dibutuhkan oleh tamu. Komunikasi jenis ini memiliki makna yang jelas dalam penyampaian pesan.



Gambar 16. Contoh Komunikasi Verbal antara *Receptionist* dan Tamu Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Seperti yang disampaikan oleh *Supervisor* Hotel The Excelton Palembang:

“Saat kita berkomunikasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal atau yang sifatnya mengambil sebuah tindakan maka komunikasi verbal akan lebih mendukung, mengapa begitu, karena biasanya pesan yang disampaikan secara langsung akan lebih mudah dipahami dengan cepat oleh penerima pesan tersebut.”⁸

Proses komunikasi verbal yang terjadi diantara *Staff Front Office Department* dengan konsumen yaitu pada saat tamu Hotel The Excelton Palembang bertanya mengenai hotel atau hal lainnya ke *Staff Front Office Department* atau sebaliknya. Komunikasinya bersifat dua arah karena antara *Staff Front Office Department* dan

⁸ Ririn, *Ibid.*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

konsumen saling merespon satu sama lain yang pada akhirnya menghasilkan umpan balik atau *feedback* dalam percakapan mereka. Proses komunikasi non verbal ini lebih mendukung dalam komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office* dengan konsumen, karena antara komunikator dengan komunikan bertemu secara langsung dan hal itu memudahkan staf dan tamu lebih leluasa dalam berkomunikasi. Hal tersebut juga di dukung oleh Hendrick Thomas Parsaoran Manurung dalam penelitiannya yang berjudul “Pola Komunikasi *Customer Service* dan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Komunikasi *Customer Service* dan Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Cabang Sisingamangaraja Medan)”, bahwa komunikasi verbal lebih efektif digunakan dalam berkomunikasi, karena komunikasi yang terjadi secara langsung atau tatap muka akan menimbulkan kepercayaan antara perusahaan dengan konsumennya. Komunikasi verbal akan lebih memudahkan perusahaan atau instansi berkomunikasi dengan konsumennya dan hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi tersebut akan berkurang, sehingga pada akhirnya dalam proses komunikasi tersebut akan berakhir dengan kesepakatan yang sama antara komunikator dengan komunikan.⁹

⁹ Hendrick Thomas Parsaoran Manurung. (2017). *Pola Komunikasi Customer Service dan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Komunikasi Customer Service dan Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Cabang Sisingamangaraja Medan)*”, Skripsi Ilmu Komunikasi, Medan: Universitas Sumatra Utara, h.24.

Komunikasi verbal terdiri dari beberapa dua komunikasi yaitu:

1) Komunikasi Lisan



Gambar 17. Contoh Komunikasi Lisan antara *Receptionist* dan Tamu Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang dilakukan dengan pengucapan kata-kata melalui mulut yang dikeluarkan oleh komunikator. Komunikasi lisan dapat juga diartikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara langsung dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Kebanyakan orang-orang lebih menyukai komunikasi lisan karena mengetahui situasi itu secara langsung dan komunikasi lisan dapat menimbulkan keakraban serta

mampu memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai pesan-pesan yang dikirimkan komunikator.¹⁰

Komunikasi lisan digunakan dalam sehari-hari oleh *Staff Front Office Department* dalam berkomunikasi dengan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan lebih tepatnya menggunakan kata-kata dan bahasa. Contohnya, seperti memberikan informasi mengenai paket-paket kamar yang ada di Hotel The Excelton kepada tamu yang ingin menginap di hotel secara langsung tanpa perantara.

2) Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan merupakan komunikasi yang penyampaian pesannya disampaikan melalui tulisan. Komunikasi tulisan memiliki peran dan fungsi yang tidak kalah pentingnya dengan komunikasi lisan. Jika komunikasi lisan bisa saja di maknai oleh berbagai faktor eksternal dan sangat dipengaruhi oleh pelaku komunikasi lisan itu sendiri, maka komunikasi tulisan lebih bersifat tertera, terstruktur, dan ada aturan atau kaidah yang perlu diperhatikan secara bersama.¹¹

¹⁰ Abdullah Masmuh, (2010), *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang: UMM Press, Cet Ke-2, h.9.

¹¹ Nofrion, (2016), *Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*, Jakarta: Kencana, Cet Ke-1, H.4.



Gambar 18. Contoh Iklan yang di Tayangkan di Lobby Hotel The Excelton melalui TV

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Dalam proses komunikasi yang dilakukan *Staff Front Office Department* dalam meningkat kepuasan konsumen ini terjadi pada saat pemberian informasi melalui surat, proposal, *welcoming card* maupun postingan yang di-*share* melalui media sosial seperti poster di Instagram hotel serta radio dan media cetak dalam bentuk banner atau baliho. Pemberian surat atau proposal ini biasanya diberikan kepada tamu yang membutuhkan izin resmi untuk menggunakan Hotel sebagai tempat acara atau penelitian. Sedangkan, *welcoming card* biasanya diberikan kepada tamu yang diletakkan langsung

dikamarnya dengan disuguhkan *welcoming snack* juga. Jenis komunikasi ini dilakukan dengan kegiatan atau tindakan dan sifatnya lebih administratif dalam artian tindakan ini terbilang penting karena akan ada arsip yang disimpan sebagai media yang menampung rekam jejak dari komunikasi yang berlangsung.



Gambar 19. Contoh Surat Resmi Hotel The Excelton untuk Tamu

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Berdasarkan penelitian, pada saat *Staff Front Office Department* melakukan komunikasi verbal juga disertai dengan komunikasi satu arah dan dua arah:

1) Komunikasi Satu Arah

Jenis komunikasi ini hanya menekankan pada penyampaian pesan dan proses penyampaiannya berlangsung secara cepat, komunikasi satu arah ini juga berlangsung hanya satu pihak dan tidak menimbulkan *feedback* atau umpan balik. Komunikasi satu arah ini praktiknya hampir sama dengan komunikasi tulisan yang ada di Hotel The Excelton Palembang.

Terjadinya komunikasi satu arah di Hotel The Excelton Palembang, karena adanya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen melalui *feed* instagram resmi Hotel The Excelton Palembang dan rasa penasaran konsumen setelah melihat banner atau baliho yang terpasang di jalan serta radio yang menjadi tempat promosi Hotel The Excelton Palembang. Dengan terpasangnya iklan-iklan di *feed* instagram, baliho atau banner dan radio membuat rasa penasaran konsumen sehingga menimbulkan pertanyaan-pertanyaan dari konsumen tentang iklan tersebut benar atau tidak.



Gambar 20. Contoh Komunikasi Lisan yang di *share* melalui *Feed* Instagram Resmi Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Dalam proses komunikasi satu arah yang terjadi di Hotel The Excelton Palembang yaitu seperti pada saat penyebaran informasi mengenai hotel kepada masyarakat dengan cara melakukan pemasangan banner atau baliho dengan isi pemberitahuan tentang promo-promo yang ada di hotel serta seperti melakukan promosi melalui *feed* dan *story* di instagram resmi hotel dan radio. Proses komunikasi ini berlangsung satu arah karena tidaknya respon atau tanggapan langsung dari masyarakat yang melihat informasi tersebut.

2) Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang memungkinkan akan terjadinya umpan balik (*feedback*) dalam proses komunikasinya, jenis komunikasi ini menjamin informasi dan penjelasan lebih lanjut akan diperjelas dan diberikan jika dibutuhkan.

Komunikasi dua arah di Hotel The Excelton Palembang yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dengan konsumen dilakukan oleh semua staf. komunikasi dua arah yang bertatap muka langsung akan dilakukan oleh *Guest Relation Officer, Receptionist, dan Bellboy*. Sedangkan, komunikasi dua arah yang tidak secara langsung tetapi melalui telpon atau email dilakukan oleh *Reservation dan Telephone Operator*.

Berikut hasil wawancara dengan *Reservation* pertama Hotel The Excelton Palembang:

“Proses komunikasi yang kami lakukan sama tamu biasanya kami hanya komunikasi melalui telpon saja, karena memang kami (*reservation*) bertanggungjawab adanya telpon masuk dari konsumen yang ingin memesan kamar atau menanyakan kebenaran tentang promo dari iklan yang di pasang oleh pihak manajemen Hotel The Excelton Palembang.”¹²

¹² Cepi, *Reservation*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

Diperkuat juga oleh *Reservation* kedua Hotel The Excelton Palembang:

“Kalo kesulitan dalam proses komunikasi sama konsumen melalui telpon sih ada, contohnya, seperti konsumen yang memiliki suara kecil atau terlalu cepat berbicara dan bisa juga ada kesalahan dari sinyal yang buruk dll, tapi meskipun ada hambatan kami selaku *Reservation* harus tetap sabar dan profesional dalam berbicara dengan konsumen, seperti menggunakan intonasi suara yang pas agar konsumen bisa mendengar dengan baik apa yang kami sampaikan.”¹³

Proses komunikasi dua arah ini menimbulkan interaksi yang terjadi antara *Staff Front Office Department* dengan konsumen, komunikasi dua arah ini terjadi pada saat staf memberikan atau menyampaikan informasi kepada konsumen secara langsung tanpa perantara dan yang mana pada akhirnya menghasilkan suatu umpan balik atau *feedback*. Dalam proses komunikasi ini kedua belah pihak bisa saling bertukar pesan mulai dari bertanya dan memberikan tanggapan mengenai apa yang mereka sampaikan.

Komunikasi seperti ini terbilang sangat efektif dalam melakukan peningkatan kepuasan konsumen yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* dikarenakan pesan-pesan yang disampaikan itu berasal dari sumber yang pasti dan berlangsung secara tatap muka sehingga bisa memberikan

¹³ Nadya, *Reservation*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

pemahaman yang baik kepada konsumen mengenai hal apa yang ingin disampaikan atau ditanyakan.

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal merupakan jenis komunikasi yang penyampaiannya tidak melalui kata-kata tetapi komunikasinya menggunakan gerakan, simbol bahasa tubuh, isyarat, kontak mata dan mimik wajah. Komunikasi non verbal juga berbentuk objek, tetapi komunikasi nonverbal yang berbentuk objek tidak mengganti menggunakan kata-kata melainkan dapat menyampaikan suatu arti tertentu. Misalnya seperti pakaian, aksesoris, harta benda dan hadiah.¹⁴ Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi non verbal ini juga digunakan berdampingan dengan komunikasi verbal, karena dalam prosesnya komunikasi non verbal ini juga ikut digunakan sebagai salah satu penunjang dari komunikasi verbal.



Gambar 21. Contoh Komunikasi Non Verbal Receptionist yang Memberikan Salam Kepada Tamu

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

¹⁴ Agus M. Hardjana, (2003), *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, Yogyakarta: Kanisius, Cet Ke-5, h. 22.

Komunikasi non verbal ini juga digunakan dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department*. Contohnya, seperti *receptionist* yang memberikan salam kepada konsumen yang berupa senyuman dan *bellboy* yang membuka pintu utama saat konsumen ingin memasuki *lobby* hotel. Semua gerakan atau bahasa tubuh yang dilakukan oleh *receptionist* dan *bellboy* tersebut merupakan suatu komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh *Staff Front Office Department* kepada konsumennya. Gerakan dan bahasa tubuh yang dilakukan *receptionist* dan *bellboy* merupakan suatu isyarat yang memberikan maksud bahwa Hotel The Excelton Palembang menerima tamu dengan hati yang tulus.

Seperti pernyataan yang diberikan oleh informan pertama, yaitu sebagai berikut:

“Saat kami menyambut tamu yang baru tiba di hotel biasanya salah satu dari kami (*receptionist*) akan berdiri di depan *Front Office Counter* sambil mengucapkan selamat datang dengan menggunakan isyarat dan mimik wajah serta memberikan *welcoming drink* kepada tamu dan mengantarkan tamu untuk duduk di sofa yang disediakan di *Front Office Area* selagi tamu menunggu kamarnya siap.”¹⁵

¹⁵ Cici, *Receptionist*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019



Gambar 22. Contoh Komunikasi Non Verbal *Bellboy* yang Membuka Pintu Saat Tamu Datang ke Hotel The Excelton Palembang

Sumber: Dokumen Hotel The Excelton Palembang

Pernyataan juga ditambahkan oleh informan kedua , yaitu sebagai berikut:

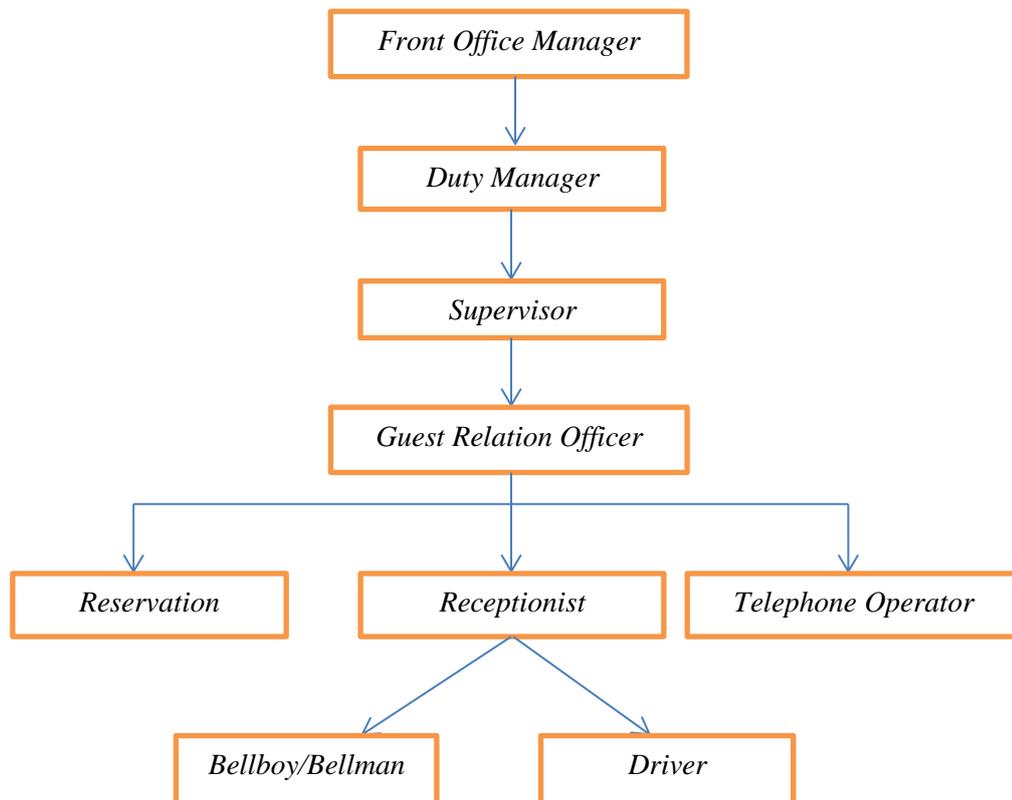
“Hotel kami memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*) sendiri, jadi kami dalam melayani tamu memang sudah diatur dalam SOP tersebut. Seperti menyambut tamu kami selalu mengutamakan penampilan dan cara berkomunikasi yang baik, seperti penampilan kami selalu sangat detail karena penampilan merupakan pandangan awal yang dilihat oleh tamu maka kami harus rapi dan bersih dalam berpenampilan dan juga dalam berkomunikasi kami selaku pihak hotel selalu berusaha untuk mendengarkan tamu dengan baik maka dengan begitu akan terjalin komunikasi yang baik antara kami selaku pihak hotel dengan tamu.”¹⁶

¹⁶ Ullin Ferdina Wulan Suci, *Front Office Manager*, Wawancara pada tanggal 25 November 2019

Komunikasi non verbal yang berupa gerakan, bahasa tubuh, dan mimik wajah memiliki tujuan untuk lebih meningkatkan kepekaan *Staff Front Office Department* dalam melayani konsumen, karena pada dasarnya komunikasi non verbal ini merupakan suatu penunjang dalam komunikasi verbal, baik itu komunikasi verbal ataupun sama-sama tidak boleh diabaikan dan harus digunakan untuk kelancaran dalam proses komunikasi tersebut.

B. Struktur *Staff Front Office Department* dan Tugas dalam Melayani Konsumen dengan Menggunakan Pola Komunikasi Transaksional dengan Dimensi Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Front Office Department Hotel The Excelton Palembang memiliki struktur staf tersendiri yang pertama kali susunannya dibuat oleh *General Manager* pertama Hotel The Excelton Palembang dan digunakan pertama kali pada saat *soft opening* Hotel The Excelton Palembang tahun 2017 lalu dan sampai sekarang susunan struktur tersebut masih digunakan oleh *Front Office Department* Hotel The Excelton Palembang, strukturnya berbentuk sebagai berikut:



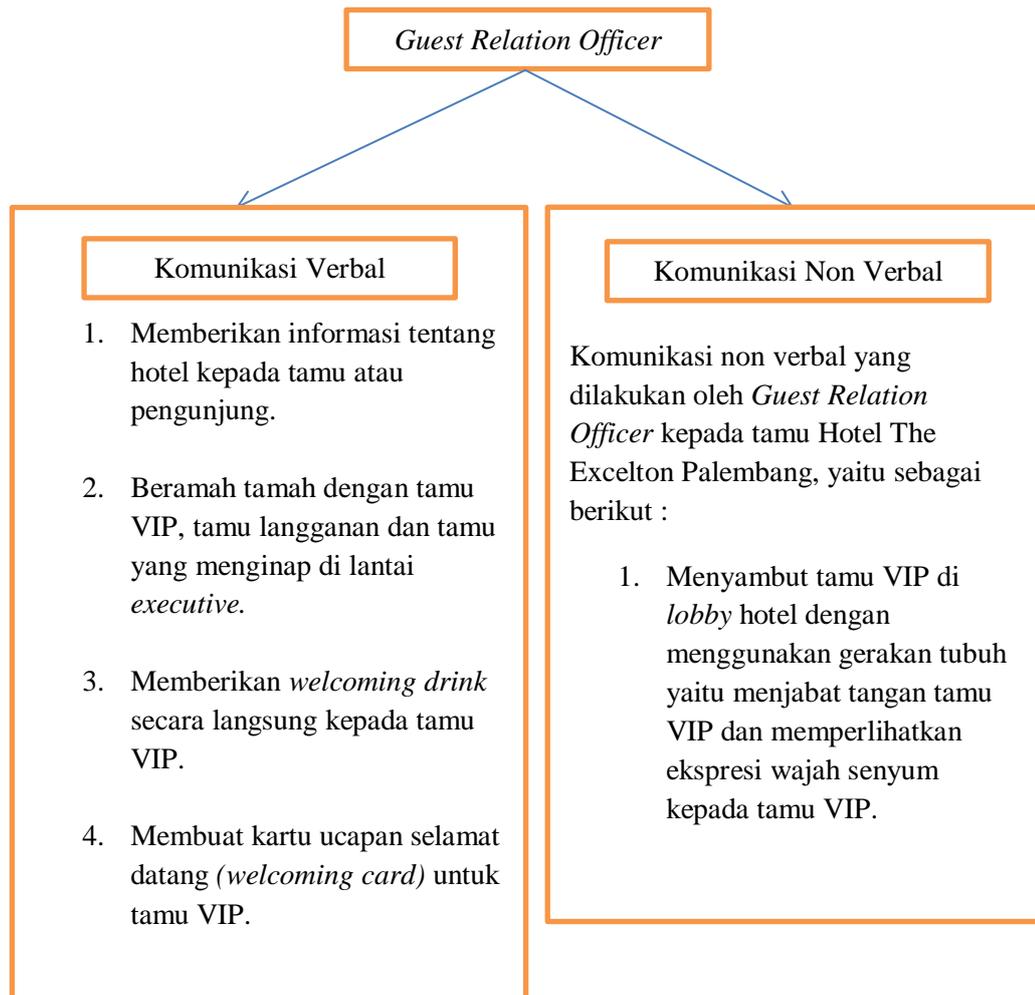
Bagan 3. Struktur *Front Office Department* Hotel The Excelton Palembang

Terkait dengan bagan diatas maka bisa dilihat bahwa struktur *Front Office Department* dipimpin oleh *Front Office Manager*, dan memiliki wakil yang disebut sebagai *Duty Manager*, kemudian *Supervisor* yang bertanggung jawab untuk mengatur semua hal mengenai pelayanan dan proses pelayanan tersebut dikerjakan oleh *Guest Relation Officer*, *Receptionist*, *Reservation*, *Telephone Operator* dan *Bellboy/Bellman* yang mana mereka memiliki tugas masing-masing dalam melayani tamu, lalu yang terakhir ialah *Driver*.

Dari penjelasan diatas mengenai proses pelayanan yang dikerjakan oleh *Guest Relation Officer*, *Receptionist*, *Reservation*, *Telephone Operator*, dan *Bellboy/Bellman* maka peneliti akan menjelaskan tugas

yang dikerjakan oleh mereka dengan menggunakan pola komunikasi transaksional dengan dimensi komunikasi verbal dan non verbal, yaitu sebagai berikut:

1. *Guest Relation Officer*

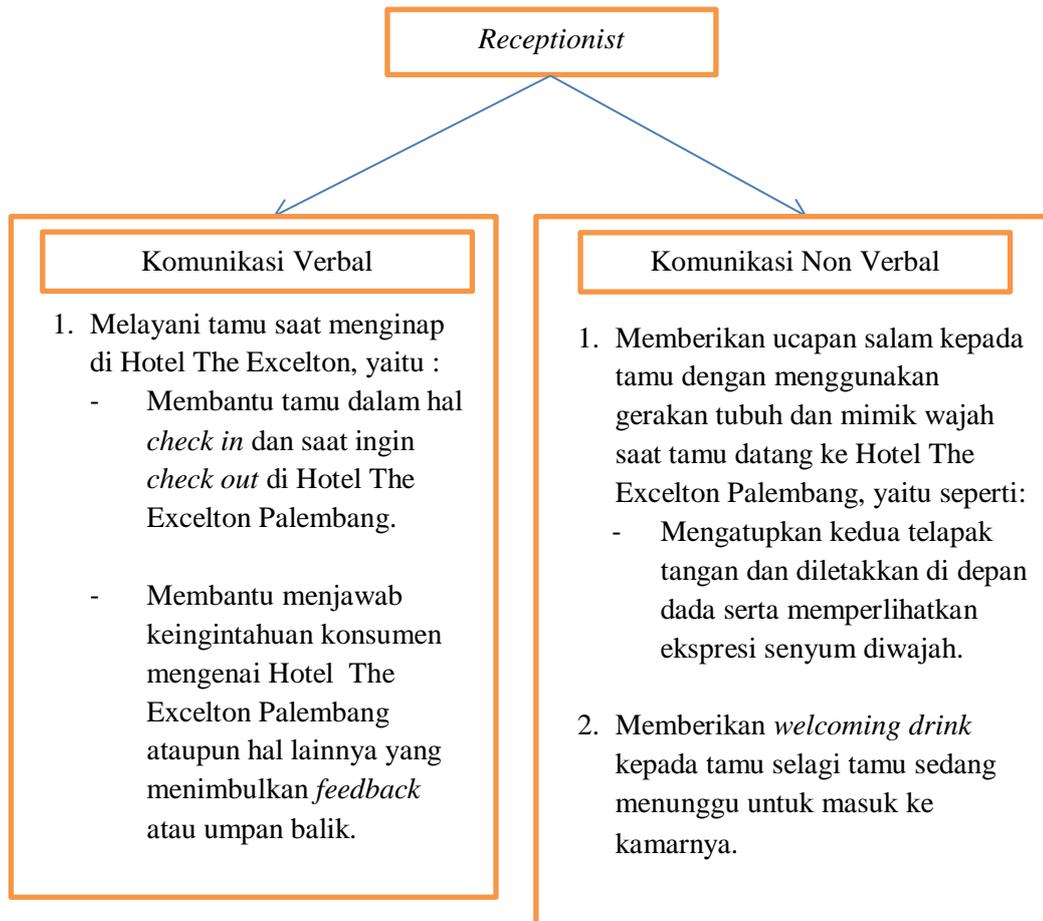


Bagan 4. *Guest Relation Officer*

Guest Relation Officer adalah seseorang yang bertanggungjawab dalam urusan dengan tamu VIP dan memberikan layanan informasi serta bantuan keperluan tamu selama tinggal di Hotel The Excelton Palembang. *Guest Relation Officer* di Hotel The Excelton memiliki beberapa tugas yang berkaitan langsung dengan tamu, seperti yang

dijelaskan pada bagan diatas bahwa *Guest Relation Officer* dalam melayani tamu terdapat komunikasi verbal dan non verbal yang mereka lakukan.

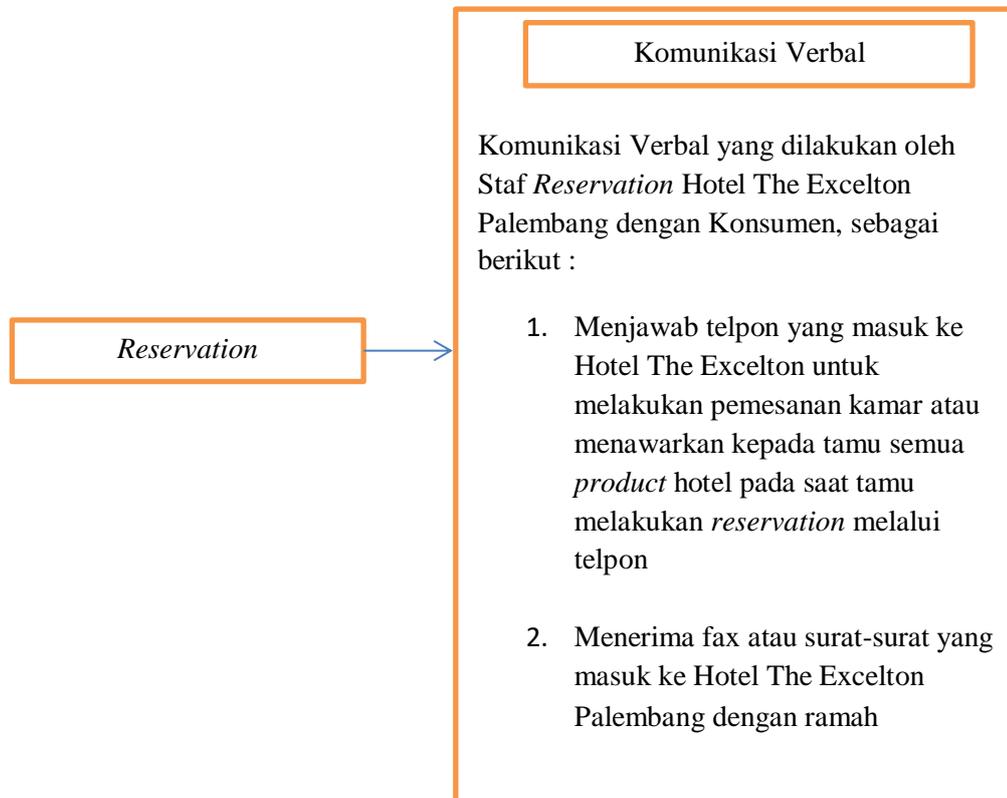
2. *Receptionist*



Bagan 5. *Receptionist*

Receptionist di Hotel Excelton Palembang memiliki tanggungjawab dalam melayani tamu secara efisien, ramah tamah dan profesional. *Receptionist* Hotel The Excelton Palembang dalam melakukan tanggung jawabnya mereka melakukan komunikasi verbal dan non verbal kepada konsumen sesuai dengan penjelasan bagan diatas.

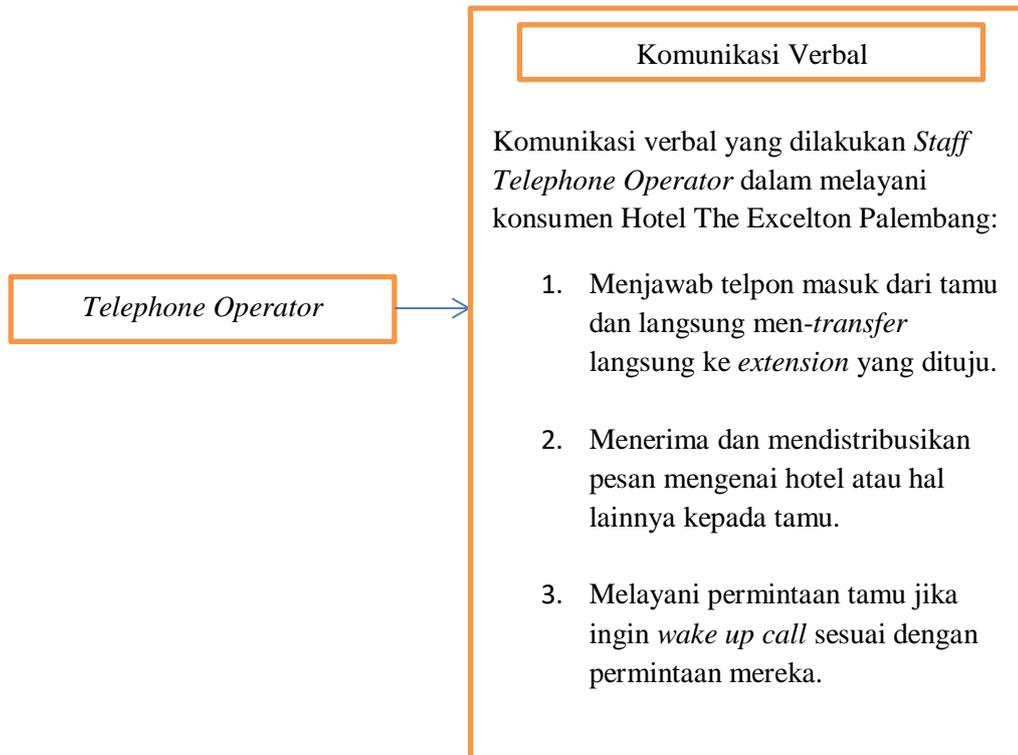
3. *Reservation*



Bagan 6. *Reservation*

Reservation adalah orang yang menerima tanggungjawab dalam melaksanakan penerimaan kamar melalui via telpon sesuai dengan keinginan tamu. Dalam melakukan tugasnya *Reservation* hanya menggunakan komunikasi verbal yaitu komunikasi lisan, karena *Reservation* tidak bertemu langsung dengan tamu, *reservation* dan tamu hanya berkomunikasi melalui telpon, fax atau surat-surat yang masuk ke Hotel The Excelton Palembang.

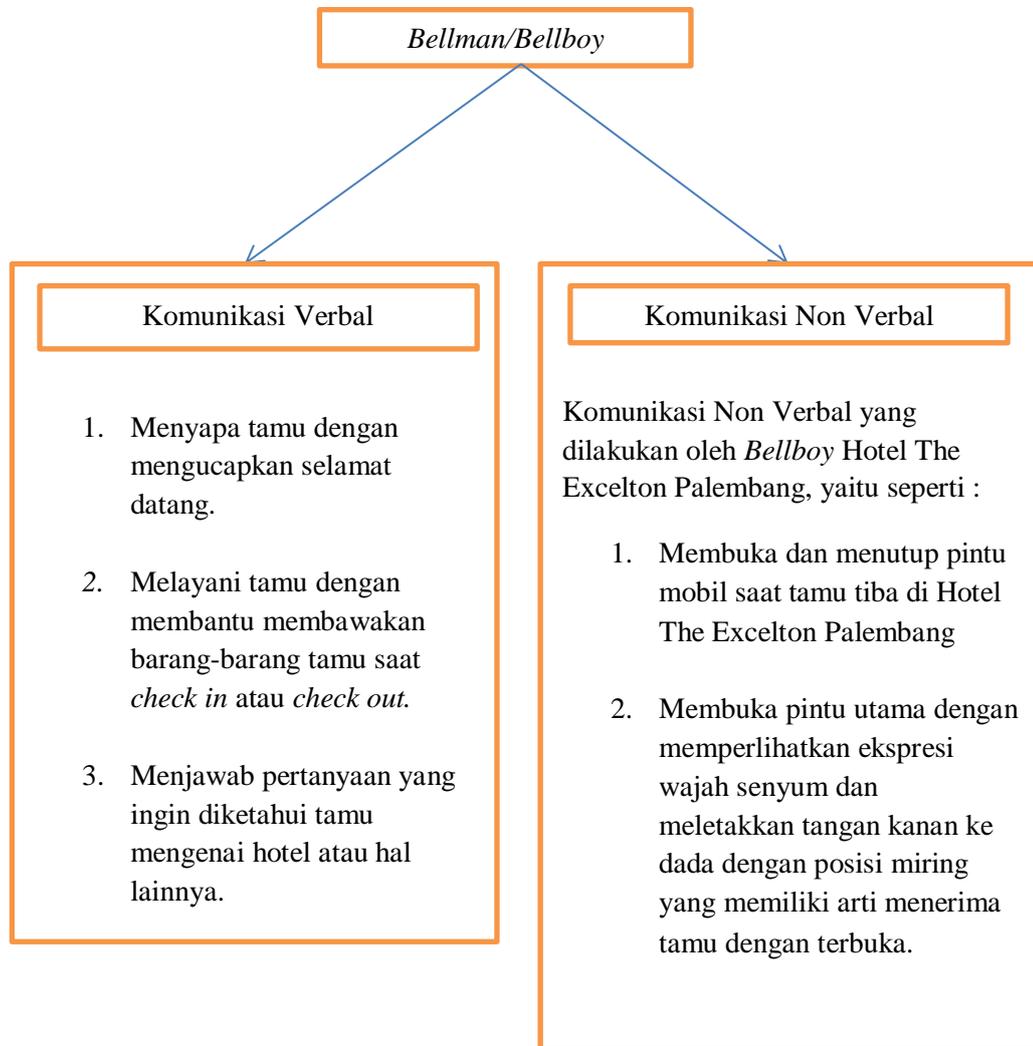
4. *Telephone Operator*



Bagan 7. *Telephone Operator*

Telephone Operator adalah orang yang bertanggungjawab dalam melaksanakan pengelolaan dan pelayanan telpon serta *faxmille* yang berpedoman pada teknis manajemen Hotel The Excelton Palembang. Sama seperti *Reservation*, *Telephone Operator* dalam melakukan tugas hanya menggunakan komunikasi verbal, karena *Telephone Operator* hanya berkomunikasi dengan tamu melalui telpon tidak bertemu langsung dengan tamu Hotel The Excelton Palembang.

5. *Bellboy/Bellman*



Bagan 8. *Bellboy/Bellman*

Bellboy/Bellman adalah seseorang yang memberikan pelayanan kepada tamu pada waktu *check in* dan *check out* serta tugas lainnya sesuai dengan permintaan manajemen. *Bellboy/Bellman* dalam menjalankan tugasnya untuk melayani tamu menggunakan komunikasi verbal dan non verbal sesuai dengan penjelasan bagan di atas.

Penjelasan bagan-bagan diatas memperlihatkan tugas-tugas yang dilakukan oleh *Guest Relation Officer, Receptionist, Reservation, Telephone Operator, Bellboy/Bellman* dalam melayani tamu Hotel The Excelton Palembang dengan memperhatikan komunikasi verbal dan non verbal sesuai dengan tugas yang dimiliki oleh mereka.