

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media komunikasi merupakan unsur yang sangat penting dalam proses komunikasi. Jenis-jenis media komunikasi ada bermacam-macam, antara lain berupa bahasa, tulisan, isyarat, alat peraga atau alat elektronik. Selain media dalam komunikasi, terdapat suatu bentuk dalam kelompok komunikasi, yaitu komunikasi dalam suatu organisasi.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Sedangkan dalam komunikasi non-formalnya, meski tetap berorientasi pada profit tetapi konsep komunikasi tidak disusun berdasarkan skema atau system (bebas).

Ruang lingkup komunikasi organisasi bisa berada dalam tatanan suatu bidang usaha yang layak nya terbentuk dalam sebuah perusahaan. Fokus pada komunikasi organisasi suatu perusahaan bahwa dapat juga terealisasikan ke dalam usaha sebuah perhotelan. Tata hubungan komunikasi organisasi dalam usaha dalam perhotelan akan memiliki hubungan antara individu dengan individu, hubungan individu dengan kelompok, dan hubungan antara kelompok dengan kelompok, atau disebut dalam hubungan antar stakeholder. Timbulnya keterhubungan ini disebabkan masing-masing individu atau kelompok saling membutuhkan dan saling ketergantungan dalam rangka memenuhi kebutuhan (*profit*) suatu jasa perhotelan.

Hotel adalah suatu bangunan, lambang, pemasaran, atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya di mana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut maupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Usaha perhotelan sebagai salah satu sarana penunjang pariwisata membuat persaingan antara hotel dengan hotel lainnya semakin kompetitif sifatnya. Mereka yang berkesinambungan di dalam dunia perhotelan menilai bidang usaha ini sebagai suatu usaha industri yang memiliki karakteristik tersendiri seperti hotel industry. yakni segala macam bentuk usaha yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi dalam penginapan, makanan serta minuman dan berbagai jenis jasa lainnya yang saling berhubungan dan bentuk pelayanannya ditujukan untuk masyarakat, baik yang menggunakan fasilitas penginapan atau yang hanya sekedar menggunakan jasa atau produk hotel. Hotel tidak hanya menjual produk-produk seperti kamar, makanan, dan minuman, tetapi juga melayani jasa yang berbentuk pelayanan. Pelayanan hotel tersebut akan dilihat dan dinilai baik oleh para tamu jika jasa tersebut diberikan secara cepat, tepat, dan keramah tamahan. Oleh karena itu usaha bidang jasa perhotelan sering disebut juga sebagai *service hospitality*.

Dunia perhotelan adalah bidang usaha yang sangat berkaitan dengan masalah pemuasan keinginan dan kebutuhan tamu. Jadi pelayanan yang didapat oleh tamu harus sesuai dengan apa yang diinginkan. Mereka akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan lebih baik dibandingkan dengan pelayanan atau produk wisata yang sebelumnya. Di sini akan terlihat betapa pentingnya seorang *Gues Relations Officer* (GRO) untuk mengkomunikasikan pesan-pesan produk dan jasa perhotelan itu sendiri.

Gues Relations Officer (GRO) berfungsi menjalani kegiatan humas (PR) dalam Hotel Tanjung Kodok Beach Resort (TKBR) Menurut *British Institute of Public Relations* PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak (Jefkins,2003:09).

Ruslan (2002 : 8-9) menarik kesimpulan dari beberapa pengertian tentang apa dan bagaimana PR yang telah diungkapkan oleh beberapa pendapat para ahli dan pakar, bahwa PR adalah suatu proses yang berkesinambungan dari usaha manajemen untuk memperoleh good will dan pengertian dari pelanggan, konsumen, publik pada umumnya, termasuk para staf pegawanya ke dalam, mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *Corporate Culture Building* (membangun budaya perusahaan) membentuk disiplin, memotivasi, meningkatkan pelayanan, dan produktivitas kerja yang diharapkan terciptanya *sense of belonging* terhadap perusahaannya. Sedangkan keluar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra perusahaan (*corporate image*) yang sekaligus melindungi serta mempertahankan citra produknya (*product and brand image*).

Hotel Tanjung Kodok Beach Resort (TKBR) adalah satu-satunya resort berbintang di pesisir pantai utara Jawa yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas olahraga, rekreasi dan hiburan. Selain merupakan tempat yang ideal bagi keluarga maupun relasi untuk melewatkan waktu santai. Tanjung Kodok Beach Resort juga merupakan tempat paling tepat untuk melaksanakan berbagai acara rapat, seminar, rekreasi kantor dan keluarga, meeting sekolah, pelatihan, olahraga, hiburan, aneka pesta pernikahan bahkan acara wisuda.

Letak Tanjung Kodok Beach Resort sangat strategis, di Jalan Raya Paciran yang sangat bersejarah, antara Gresik menuju Tuban. Resort ini merupakan satu kesatuan dengan Wisata Bahari Lamongan dan Wisata Goa Maharani. Selain itu TKBR juga dekat dengan beberapa wisata

ziarah di Lamongan, seperti ziarah makam Sunan Drajad dan Sunan Sendang Dhuwur. Sekitar 15 km, anda dapat berziarah ke makam Syeh Asmoroqondi dan sekitar 5 km terdapat Tempat Pelelangan Ikan Brondong, yang menyajikan berbagai jenis ikan segar hasil dari nelayan langsung dari laut. Anda juga dapat mengunjungi Goa Akbar dan makam Sunan Bonang dengan menempuh jarak sekitar 30km lagi dari lokasi hotel.

Lingkungan TKBR juga terdapat lapangan yang sangat luas, yang bisa dipakai untuk aneka kegiatan pelajar, seperti hiburan, malam renungan atau api unggun, sambil menikmati nuansa semilirnya angin laut dan debur ombak yang indah.

TKBR juga menyediakan tempat rekreasi dari sore hingga pagi hari, yaitu pantai Marina. Anda dapat langsung terjun ke pantai dan jalan-jalan di dermaga sambil menyaksikan kapal-kapal kecil serta orang-orang yang sedang memancing dan menjaring ikan di sekitarnya. Anda juga bisa menggunakan alat-alat untuk permainan di pantai, volley pantai dan mandi di kolam renang air tawar.

Guest Relations Officer atau yang biasa disebut GRO di Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort* adalah bagian dari *Departement Front Office*. Oleh karena itu salah satu kegiatan sehari-hari seorang GRO adalah menerima dan menampung keluhan pelanggan secara langsung (*Guest Comment*). Semua kendala dan keluhan tersebut harus bisa di atasi agar tamu tetap yakin dan percaya pada pelayanan yang diberikan oleh Hote Tanjung Kodok *Beach Resort*.

Keluhan terjadi karena konsumen tidak mendapatkan pelayanan atau jasa seperti apa yang di harapkan atau di janjikan. Permasalahan yang sering terjadi pada umum adalah kurang nya pelayanan yang sebaik dan secepat mungkin dalam pelayanan reservasi (*check in procces*). keluhan yang di komunikasikan kepada pihak hotel adalah masalah, pendingin ruangan yang

rusak, dan fasilitas wifi yang sering *trobel*. (wawancara dengan pihak *Departement Front Office*, ibu Sifak , 29-10-2013)

Dilihat dari kasus yang dialami Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort* berdasarkan *guest comment* yang disediakan oleh manajemen berisi tentang keluhan yang kebanyakan masalah system *ceck in dan ceck out* yang kurang cepat dan kurang tepat sehingga para tamu terkadang merasa terganggu dengan permasalahan tersebut. Masalah kecepatan terkadang terjadi kesalahan komunikasi antara marketing yang menawarkan kamar dan *front office* yang bertugas menerima *reservasi* kamar. Misalnya terdapat tamu yang sudah *order atau reservasi* salah satu kamar, namun disaat bersamaan juga tamu yang langsung ke *front office* untuk melakukan *reservasi*. Hal ini menyebabkan tamu yang sudah *reservasi* melalui marketing di dahului oleh tamu yang langsung *reservasi* melalui *front office*, sementara yang seharusnya adalah mendahulukan *reservasi* melalui *marketing*.

Uraian yang dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk meninjau lebih jauh mengenai permasalahan yang ada di *Departement Front Office Tanjung Kodok Beach Resort* dengan judul "Pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* dalam mewujudkan *Service Of Excellence* pada pelanggan di Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort*."

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dalam penelitian ini adalah seperti apa pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* dalam mewujudkan *service of excellence* pada pelanggan di Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort*.

1.3 Tujuan penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui Mendeskripsikan pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* dalam mewujudkan *service of excellence* pada pelanggan di Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort*.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan memberi pengetahuan atau ilmu baru dalam bidang ilmu komunikasi khususnya strategi pengusaha perhotelan dalam mewujudkan *service of excellent*, serta dapat memberikan refrensi di kajian yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan dan dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi mengenai pelayanan yang telah dilaksanakan *Guest Relation Officer (GRO)* Hotel Tanjung Kodok *Beach Resort*.