

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, sektor perekonomian mengalami transformasi yang signifikan, tercermin dari perubahan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Seiring dengan perbaikan tingkat kesejahteraan, masyarakat menunjukkan keinginan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan manajemen mereka. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi jumlah, tetapi juga kualitas kebutuhan yang muncul.

Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, persaingan di antara pelaku usaha untuk memenuhi tuntutan tersebut juga semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang bertujuan mencapai keunggulan perlu mendapatkan citra positif di mata pesaing. Penting pula bagi perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan tamunya, sehingga dapat memahami apa yang diinginkan oleh masyarakat dan memenuhi keinginan tersebut. Situasi ini khususnya mencakup industri perhotelan.

Industri perhotelan menjadi salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat, Semakin pesatnya peningkatan persaingan di industri ini menuntut hotel – hotel untuk terus meningkatkan efisiensi operasional mereka guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing.

Hotel sangat diperlukan bagi semua orang karena Ketika mereka sedang berada diluar daerah ataupun diluar negri saat perjalanan bisnis maupun berwisata Bersama keluarga mereka dan sedang berlibur, Saat ini banyak hotel yang memberikan servis dan fasilitas yang lengkap.

Pelayanan yang baik dan nyaman akan memberikan kepuasan pelanggan saat menggunakan hotel. Kepuasan dan kenyamanan hotel akan berdampak pada citra positif pada hotel tersebut sehingga dapat membantu operasional hotel tersebut yang membuat pesatnya perkembangan hotel tersebut.

Menurut laporan data industri Pada kuartal kedua tahun 2023, terdapat kontraksi atau penurunan dalam kinerja industri hotel dan penginapan lainnya per kuartal (q on q). Sementara itu, pertumbuhan tahunan hingga kuartal 2 2023 mengalami peningkatan yang cukup besar. Kondisi pertumbuhan yang positif ini merupakan kelanjutan dari tren positif pada tahun 2022 dan 2021. Meskipun kinerja pada tahun 2020 mengalami penurunan signifikan akibat kebijakan pembatasan aktivitas untuk mengendalikan penyebaran COVID-19.



Gambar 1.1

Sumber : Data industri

Karena banyak hotel – hotel di Indonesia maupun di kota Bandung banyak yang kekurangan daya Tarik sehingga berdampak pada efisiensi

operasional di hotel tersebut yang mengakibatkan ketidak efektifan berjalannya usaha hotel tersebut, salah satu factor yang memicu terjadinya hal tersebut adalah kurangnya peran komunikasi internal dalam suatu organisasi di hotel – hotel tersebut.

Rasanya sangat aneh bila kita tidak saling berkomunikasi dalam bersosialisasi dan bermasyarakat, Dan komunikasi juga memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Komunikasi adalah penyampaian informasi seperti ide, pesan, gagasan, dan lain-lain dari satu orang ke banyak orang. Biasanya kegiatan komunikasi ini dilakukan secara verbal maupun nonverbal agar kedua belah pihak lebih mudah memahami satu sama lain. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses dimana seorang individu atau sekelompok orang, kelompok, organisasi, atau komunitas menciptakan dan menggunakan informasi untuk berkomunikasi dengan lingkungannya dan orang lain. Dalam komunikasi, umpan balik diharapkan dapat mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Dalam organisasi dan perusahaan, komunikasi memainkan peran yang sangat penting karena merupakan jenis koordinasi antara anggota dan tim serta menyampaikan ide dan persepsi.

Dalam suatu organisasi perhotelan pentingnya anggota organisasi tersebut menjalin suatu komunikasi yang baik dan terstruktur agar segala rencana berjalan dengan baik. Apalagi seorang anggota harus memahami yang namanya komunikasi organisasi karena hal tersebut sangat penting untuk suatu organisasi maupun perusahaan.

Komunikasi organisasi merupakan suatu sistem komunikasi yang menghubungkan individu-individu yang saling bergantung dalam suatu unit

organisasi. Organisasi, sebagai unit individu atau kelompok dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing, membentuk jaringan interaksi dan hubungan antarpribadi yang kompleks.

Pentingnya komunikasi dalam konteks organisasi sangatlah penting karena secara langsung mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan dan memastikan tercapainya tujuan yang telah ditentukan. Organisasi sebagai sistem mencakup berbagai unsur yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Saling ketergantungan antara individu dan kelompok dalam suatu organisasi menjadikan komunikasi sebagai landasan utama dalam menunjang interaksi dan kolaborasi antar mereka. Komunikasi yang efektif menjamin kelancaran arus informasi, pemahaman tugas dan tanggung jawab yang lebih jelas, dan koordinasi yang optimal antar departemen. Komunikasi organisasi juga membantu dalam membangun budaya organisasi yang sehat dan produktif

Melalui komunikasi yang terbuka dan transparan, Anda dapat mengomunikasikan nilai, norma, dan etika organisasi Anda dengan lebih baik kepada seluruh anggota. Hal ini menjadi dasar keberlanjutan dan identitas organisasi, menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi, motivasi, dan keterlibatan karyawan.

Komunikasi yang terbuka dan inklusif memungkinkan adanya saluran dua arah sehingga anggota organisasi merasa didengarkan dan kontribusi mereka dihargai. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lingkungan komunikasi organisasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lingkungan komunikasi organisasi.

Kehadiran alat komunikasi digital seperti email, platform kolaborasi online, dan media sosial internal dapat membuat interaksi antar anggota organisasi menjadi lebih cepat, efisien, dan terintegrasi.

Namun, penting untuk dipahami bahwa meskipun teknologi memfasilitasi komunikasi, aspek interpersonal dan kepemimpinan tetap penting dalam membangun hubungan yang kuat dalam suatu organisasi.

Dalam konteks komunikasi organisasi, penting untuk mempertimbangkan keragaman anggota organisasi, termasuk keragaman budaya, bahasa, dan gaya komunikasi.

Pengakuan atas keberagaman ini memungkinkan organisasi menciptakan lingkungan yang inklusif dan menghargai kontribusi seluruh anggota.

Komunikasi organisasi juga harus dipahami sebelum memahami komunikasi internal yang merupakan kegiatan komunikasi yang lebih dalam

Komunikasi yang buruk dapat menimbulkan kesalahpahaman dan, jika dibiarkan, dapat mengganggu kehidupan organisasi baik bagi manajer maupun karyawan di institusi Anda.

Komunikasi internal adalah proses pengiriman pesan yang terjadi antar anggota suatu organisasi. Komunikasi bisa terjadi antara manajer dengan bawahan. Manajer dengan manajer, atau bawahan dengan bawahan (Muhyadi. 1998: - 164). Di sisi lain, ada pula yang berpendapat bahwa komunikasi internal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota suatu organisasi. Dengan kata lain, dalam komunikasi internal, penerima pesan adalah orang-orang yang berada dalam organisasi (Muhammad, Arni, 2001: 97) [2].

Pengertian Komunikasi internal menurut Lawrence D. Brennan adalah pertukaran gagasan antara manajemen dengan pegawai suatu perusahaan atau instansi. Yang menyebabkan keberlangsungannya pekerjaan operasional dan manajemen (Effendy, 2004: 122).

Hotel Hilton Bandung, sebuah hotel berbintang lima dengan basis internasional, termasuk dalam kategori hotel bisnis (*Business Hotels*). Terletak di pusat kota, Hilton Bandung juga masuk dalam kategori *City Hotel* yang biasanya menjadi pilihan para tamu yang berkunjung untuk urusan bisnis atau dinas. Karenanya, target pasar hotel ini adalah para pebisnis atau mereka yang memiliki keperluan dinas, memanfaatkan lokasi strategis yang dekat dengan kantor-kantor dan pusat bisnis di kota.

Meskipun Hilton Bandung merupakan bagian dari jaringan Hilton *Hotels Corporation* yang telah membangun citra positif di mata masyarakat, kehadiran pesaing baru mendorong Hilton Bandung untuk merancang strategi yang berbeda guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan menjaga citra perusahaan melalui peran komunikasi internal dalam meningkatkan operasional di hotel Hilton Bandung

Dalam hal ini industri perhotelan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi kunci utama untuk memenangkan hati pelanggan. Hotel Hilton Bandung, sebagai salah satu pemain utama di industri perhotelan, terus berupaya meningkatkan kualitas operasionalnya untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu aspek kritical yang mempengaruhi kualitas operasional tersebut adalah efektivitas komunikasi internal antar karyawan dan manajemen. Implementasi komunikasi internal yang efektif menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh bagian

operasional hotel berjalan dengan lancar dan efisien. Oleh karena itu, judul skripsi "Implementasi Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Operasional di Hotel Hilton Bandung" menjadi relevan dan signifikan untuk diangkat dalam penelitian.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Meningkatkan Operasional Hotel Hilton Bandung Melalui Penerapan Komunikasi Organisasi “(Studi Kasus Komunikasi Internal Antara Atasan Dan Bawahan)**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas berfokus pada bagaimana implementasi komunikasi internal antar bawahan dengan atasan di Hotel Hilton Bandung dalam meningkatkan operasional di hotel Hilton Bandung.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas bahwa permasalahan umum yang terjadi pada hotel Hilton Bandung yaitu bagaimana penerapan atau implementasi komunikasi internal dalam meningkatkan operasional hotel Hilton Bandung. Maka peneliti akan mengidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi komunikasi internal di Hotel Hilton Bandung berkontribusi terhadap peningkatan koordinasi antar departemen ?

2. Apa saja kendala atau hambatan yang dihadapi oleh staf hotel dalam menjalankan proses komunikasi internal, dan bagaimana dapat diatasi untuk meningkatkan operasional?
3. Mengapa Strategi dan praktik komunikasi internal apa yang paling efektif untuk meningkatkan operasional di Hotel Hilton Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diatas tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kontribusi konkret komunikasi internal dalam meningkatkan dan memperkuat koordinasi antardepartemen dan meningkatkan operasional di Hotel Hilton Bandung
2. Mengeksplorasi kendala-kendala yang mungkin menghambat proses komunikasi internal dan mencari solusi untuk meningkatkan operasional dengan mengatasi hambatan tersebut
3. Menilai berbagai pendekatan dan alat komunikasi internal untuk menentukan mana yang paling sesuai dan efektif untuk meningkatkan operasional hotel.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat peneltian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu :

1. Kegunaan Teori

Dalam suatu penelitian diharapkan mendapatkan hasil yang dapat membangun landasan ilmiah dengan menyelidiki dan menganalisis pengetahuan tentang dasar dan konsep ilmu komunikasi yang berfokus pada komunikasi internal.

2. Kegunaan Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap karyawan dengan menerapkan pola komunikasi internal yang baik terhadap atasan maupun bawahan agar terjalin komunikasi yang baik dan efektif.

1.6 Sistematika Penelitian

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori XYZ, Kajian penelitian terdahulu, informasi kunci, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data, Teknik keabsahan data.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, dan Teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitianm hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi

1.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dalam Hotel Hilton Bandung yang beralamat di jalan HOS. Cokroaminoto No 41-43, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian berlangsung dari bulan Desember - februari. Pemilihan

waktu penelitian dapat berubah jika ada kendala dalam melaksanakan penelitian dan waktu penelitian dapat dilihat ditabel berikut :

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Januari	Februari	Maret
1	Obsevasi			
2	Penyusunan penelitian			
3	Pengumpulan Data			
4	Wawancara			
5	Penyusunan laporan dan sidang akhir			