

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perhotelan termasuk dalam industri jasa yang menawarkan jasa pelayanan kamar, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil (Wiyasha, 2007:7). Hotel merupakan salah sarana pendukung utama yang menunjang dalam bisnis dibidang pariwisata.

Dalam sebuah industri perhotelan tentunya pasti banyak Departemen yang bekerja didalamnya seperti *Marketing and Sales*, *Accounting Front Office* dan *Human Resources*. Menurut (Hasibuan, 2016) sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Strategi Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2009: 300) adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima.

Beberapa pakar memberi batasan tentang komunikasi organisasi, sebagaimana dirangkum oleh Dr. Arni Muhammad (2004:65-67) sebagai berikut : Redding dan Sanborn mengatakan bahwa Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.

Sedangkan menurut Thayer Komunikasi Organisasi adalah arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Thayer menyebut minimal ada tiga sistem komunikasi dalam organisasi yaitu *pertama*, berkenaan dengan kerja organisasi seperti data mengenai tugas-tugas atau beroperasinya organisasi; *kedua*, berkenaan dengan pengaturan organisasi seperti perintah aturan dan petunjuk; *ketiga*, berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi seperti hubungan dengan personal dan masyarakat dan pihak eksternal lainnya.

Strategi dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan untuk memenuhi beberapa kriteria seperti kualitas pelayanan yang baik dan kinerja karyawan yang terarah demi mencapai hasil yang diinginkan oleh perusahaan.

Kinerja pada dasarnya merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Bintoro dan Daryanto; 2017).

Pada zaman sekarang dimana sangat ketatnya persaingan menjadi sebuah tantangan bagi setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang industri ataupun jasa untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Perusahaan yang kalah dalam persaingan adalah perusahaan yang lamban dalam merespon situasi iklim di

industri dan keadaan internal perusahaan, sehingga hasil pelayanan tidak maksimal dan menurun.

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang dikelola oleh seseorang atau sebuah kelompok. Organisasi dapat diartikan sebagai suatu perkumpulan atau perhimpunan yang terdiri dari dua orang atau lebih dan mempunyai komitmen bersama dan ikatan formal mencapai tujuan organisasi, dan didalam perhimpunannya terdapat hubungan antar anggota dan kelompok antara pemimpin dan anggota yang di pimpin (Beach and Reinhartz, 2004; Bush and Middlewood, 2005).

Hotel Grand Viveana Bandung adalah hotel yang berlokasi di Kota Bandung tepatnya di Jl. Padjajaran No 73, Kecamatan Cicendo. Hotel ini berkualitas bintang 3 dimana mereka mempunyai kualitas dan kenyamanan yang bagus. Hotel ini dibangun dilokasi yang strategis karena berdekatan dengan Bandara Husein Sastranegara dan Stasiun Hall Bandung.

Karena kualitas bintang 3 nya ini hotel ini sangat serius sekali dalam menyajikan hidangan atau kualitas jasa yang diberikan. Dengan begitu Departemen *Human Resource* membuat program *The Best Employee of The Month* ini ditujukan untuk para karyawan agar mereka bersungguh-sungguh dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab mereka demi kepuasan para tamu yang mengunjungi hotel ini.

Sejak diberlakukannya Pembatasan Pergerakan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada pertengahan Juni 2021, okupansi hotel di Bandung Jawa Barat terjun bebas. Tingkat kunjungan tamu atau okupansi tercatat hanya sebesar 10 persen. Apabila dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalum okupansi dan

kunjungan wisatawan ke Bandung sangat turun. Karena periode Juli-Agustus 2020 kondisi sudah mulai membaik.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel di Jawa Barat pada Juni 2021 mencapai 32,90 persen. Angka itu tercatat naik 2,32 persen poin dibandingkan TPK Mei 2021 yakni hanya 30,58 persen.

Baik TPK hotel bintang ataupun nonbintang mengalami peningkatan. TPK hotel bintang Juni 2021 sebesar 38,19 persen, naik 2,47 poin dibandingkan TPK Mei 2021 yang mencapai 35,72 persen.

TPK tertinggi menurut kelas hotel bintang tercatat pada hotel bintang 5 sebesar 43,20 persen, sedangkan TPK terendah terjadi pada hotel bintang 1 sebesar 20,5.

Karena efek pandemi inilah industri perhotelan menjadi lesu. Dan karena pembatasan kegiatan diluar juga sehingga orang-orang tidak bisa leluasa berkegiatan seperti dahulu. Bukan hanya sektor perhotelan, sektor lain pun sama seperti pendidikan, pariwisata dll.

Fenomena ini pun membuat para karyawan hotel menjadi tidak maksimal dalam bekerja karena pengunjung yang berkunjung sedikit tidak seperti biasanya. Sehingga diperlukan motivasi untuk memotivasi kinerja karyawannya. Oleh sebab itu, para karyawan kadang bekerja tidak maksimal karena jarang pengunjung dan lebih banyak diam. Ada beberapa karyawan yang kadang suka telat masuk.

Dan dengan itu harus adanya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan poin disini pengembangan dalam rangka memotivasi kinerja karyawan

di Hotel Grand Viveana Bandung agar bekerja seperti biasanya sebelum pandemi ada.

Pengembangan adalah suatu usaha untuk memotivasi kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan atau pelatihan. Pengembangan Sumber Daya Manusia adalah aktivitas belajar yang diorganisasi dan dirancang dalam suatu organisasi untuk memotivasi performan dan/atau memotivasi pribadi guna mencapai tujuan dari peningkatan tugas individu/organisasi. (Gilley dan Steven, 1991).

Tujuan pengembangan karyawan adalah memperbaiki kinerja karyawan dalam mencapai hasil kerja yang telah ditetapkan.

Persaingan dalam dunia usaha merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dihindari, dalam ekonomi pasar seiring dengan tumbuhnya perekonomian. Persaingan memaksa perusahaan menerapkan strategi komunikasi yang berbeda agar para karyawannya bisa bekerja sesuai dengan yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil *pra-wawancara* peneliti dengan HRD Supervisor Hotel Grand Viveana Bandung, setiap karyawan yang bekerja di Hotel Grand Viveana Bandung terlihat ada karyawan yang memiliki *Employee engagement* yang tinggi dan ada juga rendah jadi tidak semua karyawan sama. Ada karyawan yang sangat menikmati pekerjaannya dengan selalu antusias untuk datang bekerja dan merasa nyaman, dan ada juga yang hanya datang sekedar memenuhi kewajibannya saja sebagai karyawan disana.

Dan dari seluruh karyawan disana ada yang masih baru terbilang beberapa bulan bekerja dan juga ada yang sudah tahunan. Sehingga bervariasi jenis-jenis

karyawan disana. Dan dengan diadakannya Program *The Best Employee of The Month* bisa lebih memotivasi setiap kinerja karyawannya sehingga hotel Grand Viveana Bandung bisa dijadikan salah satu rujukan penginapan terbaik dan ternyaman di Kota Bandung.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut sejauh mana program *The Best Employee of The Month* dapat memotivasi kinerja karyawan.

Tugas utama dari perusahaan yang menyajikan pelayanan dan jasa seperti perhotelan adalah bagaimana menyajikan hidangan dan jasa yang baik bagi para tamu yang datang. Dan dibalik kinerja karyawan yang baik ada Departemen *Human Resource* yang mengaturnya.

Salah satu bentuk dalam mengatur kinerja karyawannya yakni dengan mengadakan program penghargaan *The Best Employee of The Month* kepada siapa saja karyawan yang bekerja keras dan sesuai tugasnya masing-masing.

“Program *The Best Employee of The Month* adalah program yang kami adakan setiap bulannya di Hotel Grand Viveana ini, program ini bertujuan untuk memotivasi para karyawan disini agar bisa melayani para pengunjung dengan ramah dan sesuai SOP nya”

“Adapun beberapa kriteria yang masuk pada program ini adalah *grooming* yakni kerapihan pakaian setiap karyawan yang ada, kehadiran kerja, komentar dari pengunjung dan kepribadian mereka. Itu beberapa kriteria yang menjadi penilaiannya”.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN *HUMAN RESOURCE* HOTEL GRAND VIVEANA BANDUNG DALAM MEMOTIVASI KINERJA KARYAWANNYA (Studi Deskriptif Departemen *Human Resource*)

Hotel Grand Viveana Bandung Melalui Program *The Best Employee of The Month*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dengan itu peneliti menetapkan rumusan masalah makro dan mikro sebagai berikut :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam Memotivasi Kinerja Karyawannya

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk menjawab rumusan masalah makro diatas, maka peneliti menyusun masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana **perencanaan** yang dilakukan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan melalui program *The Best Employee of The Month*?
2. Bagaimana **pesan** yang disampaikan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan melalui program *The Best Employee of The Month*?
3. Bagaimana **manajemen waktu** yang dilakukan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan melalui program *The Best Employee of The Month*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari peneliti dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam Memotivasi Kinerja Karyawannya melalui Program *The Best Employee of The Month*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **perencanaan** yang dilakukan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan melalui program *The Best Employee of The Month*
2. Untuk Mengetahui **pesan** yang disampaikan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan dalam program *The Best Employee of The Month*
3. Untuk Mengetahui **manajemen waktu** yang dilakukan Departemen *Human Resource* Hotel Grand Viveana Bandung dalam memotivasi kinerja karyawan dalam program *The Best Employee of The Month*

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu yaitu baik ilmu komunikasi secara umumnya dan Departemen *Human Resource* pada khususnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat

membantu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian secara praktis ini, diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. Dan kegunaan secara praktis penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Menambah berbagai ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti. Dan menggunakan teori-teori yang telah Bapak/Ibu dosen ajarkan didalam kelas.

2. Bagi Akademik

Kegunaan penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus, sebagai literatur dan perolehan informasi tentang bagaimana strategi komunikasi sebuah hotel dalam memotivasi kinerja karyawannya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak Hotel Grand Viveana Bandung dalam membuat strategi komunikasi dalam memotivasi kinerja para karyawannya.