

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam keberadaan suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi menjadi faktor penting dalam mendukung tujuan organisasi. Hal ini selaras dengan pernyataan Morissan (2013: 1) bahwa komunikasi menjadi salah satu aktivitas yang sangat penting dan kompleks bagi organisasi, dimana komunikasi dapat terjadi pada setiap gerak dan langkah karyawan yang ada didalam organisasi. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia.

Dalam organisasi terdapat beragam jenis komunikasi yang terjadi diantaranya adalah komunikasi massa dan interpersonal. Komunikasi massa terjadi secara eksternal antara perusahaan dengan masyarakat. Adapun komunikasi interpersonal terjadi dalam internal perusahaan itu sendiri. Morissan (2013:1) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan salah satu aspek penting didalam hubungan antar individu diruang lingkup pekerjaan mereka, baik antar karyawan dengan jabatan yang sama maupun dengan jabatan yang berbeda. Komunikasi ini terjalin agar tercipta pemahaman yang sama antara dua orang tersebut sehingga dapat bekerja sama dengan baik.

Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi terutama dengan timbulnya salah faham dan konflik. Pada proses komunikasi antar personal

terdapat beberapa hambatan yang mungkin dapat timbul karena ketidakjelasan tujuan. Ketidakjelasan tujuan dalam komunikasi antar pribadi dapat disebabkan karena faktor bahasa yang digunakan komunikator sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaanya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasi seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab kesalahan pengucapan atau kesalahan dalam penulisan dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau penafsiran (*misinterpretation*) yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*).

Komunikasi antar pribadi juga terjadi di sebuah institusi atau perusahaan. Komunikasi antar pribadi di perusahaan menjadi salah satu dasar untuk mencapai keberhasilan organisasi, oleh karena itu penting bagi pimpinan untuk mengetahui konsep-konsep dasar dari komunikasi agar dapat mengelola perusahaan dengan efektif (Muhammad, 2007: 158). Salah satunya terjadi di divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo.

Dalam melakukan komunikasi pasti memiliki pemikiran supaya apa yang menjadi tujuan dalam berkomunikasi dapat terwujud sesuai rencana yang berupa tujuan jangka panjang atau pun serta merta mendapat tanggapan secara langsung. Tujuan yang tidak didapatkan dari berkomunikasi tentu muncul karena adanya masalah kesalahan atau kekurangan dari komunikasi yang dilakukan, sehingga terdapat berbagai macam hambatan ketika melakukan komunikasi yang disampaikan Hubeis, dkk (2013: 41).

Alana Hotel & Convention Center Solo sebagai sebuah institusi yang bergerak di bidang pelayanan jasa hotel tentunya membutuhkan komunikasi yang baik di antara setiap anggota organisasi seperti koordinasi serta kerjasama yang baik untuk memberikan pelayanan yang baik kepada tamu hotel. Hasil observasi pendahuluan dengan melakukan wawancara mengenai hambatan yang terjadi di divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo dengan salah satu sales menunjukkan bahwa ada hambatan-hambatan dalam komunikasi antarpribadi terjadi di divisi tersebut. Hambatan tersebut terjadi pada komunikasi antara atasan dan bawahan.

“Saya merasa komunikasi yang kami lakukan masih minim, atasan jarang berkomunikasi dengan bawahan-bawahan seperti kami ini, hal ini membuat kami juga menjadi agak kurang berkomunikasi dengan pimpinan, hal ini membuat saya merasa kurangnya kedekatan dalam divisi *Sales and Marketing* Alana Hotel & Convention Center Solo dan saya kira efeknya dapat mengganggu kelancaran tugas-tugas kami, misalnya tidak jarang ditemukannya gangguan komunikasi pada saat proses kerja berlangsung , seperti proses pengalihan tugas yang tidak jelas, misalnya dari satu karyawan dengan karyawan lain,dan tidak mengangkat atau menjawab alat komunikasi yang ada seperti telepon dan email baik dari dalam perusahaan atau sesama karyawan mau pun dari luar perusahaan, sehingga menyebabkan komunikasi menjadi terganggu dan kinerja para karyawan menjadi turun dan tidak maksimal”.

Hasil wawancara dengan *Sales and Marketing* Alana Hotel & Convention Center Solo juga menyatakan hambatan tentang komunikasi antar pribadi, dimana dalam kesempatan wawancaranya menyatakan bahwa

“Saya merasa kadang-kadang gesture atau nada saat bicara dari atasan kepada karyawannya disampaikan dengan nada tinggi sehingga terkesan atasan marah atau emosi walaupun maksudnya untuk memperjelas tetapi terkadang hal tersebut membuat saya sebagai karyawan merasa dimarahi, selain itu dalam hal perencanaan pemasaran yang membutuhkan tema ataupun sponsor dan lain sebagainya terkadang atasan tidak memberikan informasi yang jelas serta

menanyakan ide-ide dan masukan untuk *event* tersebut kepada karyawan terkait kegiatan yang dilakukan oleh hotel, sehingga bawahan terkesan hanya menjalankan perintah ataupun kebijakan dari atasan.

Fokus penelitian ini adalah di Divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo, dimana divisi *Sales and Marketing* merupakan *department* yang bertanggung jawab terhadap strategi pemasaran dan pencapaian target tingkat hunian (*Occupancy*) hotel. Hal ini berarti bahwa divisi ini berperan dalam membangun citra suatu hotel, karena setiap karyawan hotel selalu dituntut untuk menjadi “*Sales Person*”. Hal ini tentunya merupakan sebuah tantangan baru bagi Divisi *Sales and Marketing Department* dimana mereka bukan hanya dituntut untuk menumbuhkan citra baik hotel tapi juga mengubah pandangan yang telah ada terhadap hotel. Berdasarkan hal tersebut maka Divisi *Sales and Marketing Department* berperan penting dalam kesuksesan hotel sehingga terjadinya hambatan dalam komunikasi antar pribadi di hotel perlu dikaji lebih mendalam agar disertai upaya untuk menyelesaikannya. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penelitian ingin menganalisis lebih jauh mengenai komunikasi antar pribadi yang terjadi di *Divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo* dengan fokus analisis pada hambatan dan strategi komunikasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1.2.1. Apa sajakah hambatan komunikasi antar pribadi yang terjadi di Divisi *Sales and Marketing The Alana Hotel & Convention Center Solo* ?

- 1.2.2. Bagaimanakah strategi mengatasi hambatan komunikasi yang terjadi di Divisi *Sales and Marketing* The Alana Hotel & Convention Center Solo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan hambatan komunikasi yang terjadi di Divisi *Sales and Marketing* The Alana Hotel & Convention Center Solo.
- 1.3.2. Untuk mengetahui strategi dalam mengatasi hambatan komunikasi yang terjadi di Divisi *Sales and Marketing* The Alana Hotel & Convention Center Solo.

1.4. Manfaat Penelitian

- 1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pada pengembangan penelitian ilmu komunikasi terutama mengenai aktivitas komunikasi antar pribadi sehingga dapat digunakan sebagai referensi penelitian dengan tema yang sejenis di masa mendatang.

- 1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluatif bagi pihak The Alana Hotel & Convention Center Solo dalam upaya meningkatkan komunikasi antar pribadi khususnya di divisi *Sales and Marketing*.