

LAPORAN PENELITIAN

**KOMUNIKASI TATAP MUKA FRONT OFFICE DI
HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN**

**(Studi Korelasi Tentang Komunikasi Tatap Muka Front
Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Tamu Di
Hotel Emerald Garden Medan)**

DISUSUN OLEH :

**Drs. Syafruddin Ritonga, MAP
Staf Pengajar Universitas Medan Area**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

M E D A N

2007

LAPORAN PENELITIAN

**KOMUNIKASI TATAP MUKA FRONT OFFICE DI
HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN**

**(Studi Korelasi Tentang Komunikasi Tatap Muka Front
Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Tamu Di
Hotel Emerald Garden Medan)**

DISUSUN OLEH :

**Drs. Syafruddin Ritonga, MAP
Staf Pengajar Universitas Medan Area**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2007**

HASIL PENELITIAN

1. a. Judul Penelitian : KOMUNIKASI TATAP MUKA FRONT OFFICE DI HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN
 - b. Bidang penelitian ilmu : Penelitian
 2. Peneliti
 - a. Nama : Drs. Syafruddin Ritonga, MAP
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan :
 - d. Jabatan : Staf Pengajar Universitas Medan Area
 - e. Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
 - f. Pusat Penelitian :
 3. Lokasi : Hotel Emerald Garden Medan
 4. Lamanya Penelitian : 2 (dua) Bulan
 5. Biaya : Rp. 1.000.000,-
-

Medan, Mei 2007



Menyetujui :

Dekan

(Dra. Nima Sri S. Siregar, MSi)



Mengetahui :

Ka. Lembaga Penelitian

(Ir. Roeswandy)

Peneliti :

(Drs. H. Syafruddin Ritonga, MAP)

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga hasil penelitian ini dapat juga terselesaikan oleh penulis. Shalawat beriring salam penulis persembahkan kepada Junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa khabar tentang pentingnya ilmu bagi hari kemudian.

Penelitian ini berjudul "**KOMUNIKASI TATAP MUKA FRONT OFFICE DI HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN** (*Studi Korelasi Tentang Komunikasi Tatap Muka Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Tamu di Hotel Emerald Garden Medan*)".

Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat untuk semua pihak.

Medan, Mei 2007

Penulis



SYAFRUDDIN RITONGA

DAFTAR ISI

	halaman
KATA PENGANTAR	i
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Kerangka Teori	4
E. Operasionalisasi Variabel	5
F. Hipotesis	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Pengertian dan Proses Komunikasi	11
B. Pengertian Komunikasi Tatap Muka	17
C. Pengertian Front Office	22
D. Kedudukan Front Office Dalam Organisasi Perhotelan	25
BAB III. PELAKSANAAN PENELITIAN, PENYAJIAAN DAN	
ANALISA DATA	30
A. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X	30
B. Tanggapan Responden Terhadap variable Y	39
C. Pengujian Hipotesis	44
BAB IV. HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN	54
A. Deskripsi	54

1. Sejarah Perkembangan Hotel Emerald Garden Medan	54
2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	58
BAB V. P E N U T U P	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penyelenggaraan jasa pariwisata merupakan peringkat yang penting dalam pembangunan. Untuk menciptakan lapangan kerja, meratakan pendapatan masyarakat, memperkenalkan seni budaya dan keindahan alam, memupuk rasa cinta tanah air dan kesatuan bangsa terutama bagi generasi muda serta sebagai sumber penghasilan devisa negara.

Kepulauan Nusantara yang terkenal dengan sebutan Zamrud Khatulistiwa, sangat potensial sebagai tempat pariwisata. Ciri khas kebudayaan suatu daerah yang berlainan dengan daerah lainnya serta keramah tamahan penduduknya adalah sebagian dari citra yang memiliki daya pikat bagi para pariwisata.

Maka tak salah bila pemerintah mengembangkan kepariwisataan Indonesia. Di satu sisi pemerintah berusaha melengkapi prasarana dan sarana yang terus berkembang setiap tahunnya dan di sisi lain, peningkatan kualitas diberikan di berbagai sektor bagi pihak swasta mutlak perlu.

Sehubungan dengan perkembangan dunia pariwisata, keberadaan hotel pun mulai mendapat perhatian karena merupakan sarana akomodasi yang sangat vital. Untuk itu diperlukan tenaga kerja yang cukup terampil dalam memberikan pelayanan (service). Dan salah satunya yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini Front Office (F.O) Departemen yang merupakan kantor depan atau pusat

pelayanan yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu.

Sementara itu di satu sisi komunikasi sebagai suatu sarana dalam hal penyampaian informasi dalam suatu kegiatan perusahaan mempunyai faedah yang sangat penting sekali. Dengan adanya komunikasi maka akan memberikan suatu respon bagi perusahaan tentang kekurangannya maupun kelebihanannya.

Demikian juga halnya dengan peranan Front Office sebagai petugas yang terdepan dari sebuah perindustrian perhotelan. Kedudukan front office yang sedemikian memberikan akibat bahwa komunikasi yang mereka lakukan harus benar-benar efektif sehingga memberikan imbal balik kepada peningkatan aktivitas dan kemajuan perhotelan.

Guna tercapainya hal-hal tersebut diatas, perusahaan perhotelan melalui front office secara suka rela dan bertanggung jawab memberikan informasi-informasi yang bersifat penerangan dan penyuluhan tentang pelayanan hotel yang mereka lakukan. Penyampain informasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Informasi secara langsung dilaksanakan dengan memberikan keterangan secara langsung tentang pelayanan yang mereka (hotel) berikan kepada tamu. Sedangkan informasi secara tidak langsung dapat dilakukan melalui saluran-saluran komunikasi seperti pengumuman dan lain sebagainya.

Dari kesemua cara tersebut di atas, yang dianggap paling efektif dan memberikan pengarahannya yang besar adalah penyampain informasi yang dilaksanakan secara langsung, karena antara komunikator dan komunikan dapat bertatap muka secara langsung (face to face) dalam proses komunikasi tersebut.

Mengingat pentingnya peranan front office dalam memberikan pelayanan kepada para tamu khususnya di dalam pelaksanaan komunikasi tatap muka, dalam hal ini penulis sangat tertarik untuk menuangkannya dalam sebuah Penelitian yang diberi judul **“KOMUNIKASI TATAP MUKA FRONT OFFICE DI HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN “**.

B. Perumusan Masalah

Dengan adanya permasalahan maka akan dapat diarahkan pembahasan-pembahasan yang akan dilakukan dengan tujuan dasarnya yaitu untuk memecahkan masalah yang diajukan tersebut. Sehingga dengan hal tersebut akan dapat dikurangi pembahasan-pembahasan yang tidak berhubungan dengan tulisan ini.

Untuk lebih jelasnya pengertian masalah ini maka kita lihat pendapat dari Moh. Nazir, yaitu :

Masalah adalah ketidak seimbangan antara apa yang diharapkan atau yang diimpikan dengan kenyataan yang terdapat dalam realita kehidupan. Masalah timbul karena adanya tantangan, adanya kesangsian ataupun kebingungan kita terhadap suatu hal atau fenomena, adanya kemerduan arti, adanya halangan dan rintangan, adanya celah (gap) antara kegiatan ataupun antara fenomena, baik yang telah ada maupun yang akan ada.

• Mengingat judul merupakan lingkup yang cukup luas maka penulis berusaha memfokuskan penelitian sehingga upaya untuk mencari jawaban

¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hal. 133.

akan terlaksanadengan baik. Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan dalam hal ini adalah :

“Bagaimanakah hubungan antara komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Emerald Garden Medan“.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pelaksanaan pelayanan kepada tamu di Hotel Emerald Garden Medan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Dengan kata lain, tujuan penelitian yakni menerangkan suatu fenomena yang dihubungkan dengan fenomena lainnya.

Jujun Surya Sumantri mengatakan :

“Tujuan penelitian tersebut adalah sebagai pernyataan mengenai ruang lingkup kegiatan yang akan dilakukan berdasarkan masalah yang akan dirumuskan“.²

Untuk lebih jelasnya tentang tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui hubungan antara komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Emerald Garden Medan.

Sedangkan yang menjadi manfaat dari penelitian yang dilaksanakan adalah :

² Jujun Surya Sumantri, *Filsafat Ilmu*, Sinar Harapan, Jakarta, 1982, hal. 313.

- a. Sebagai suatu sumbangan bahan kepustakaan tentang peranan komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Emerald Garden Medan.
- b. Untuk mengetahui sampai sejauh mana hubungan komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Emerald Garden Medan.

E. Kerangka Teori

Dalam rangka penulisan skripsi ini sudah tentu tidak terlepas dari berbagai informasi, pendapat dari para ahli komunikasi yang telah diterima kebenaran teori-teorinya, dimana teori-teori tersebut menjadi pedoman untuk membahas lebih lanjut permasalahan, sehingga diperoleh jalan untuk pemecahannya.

Kerangka Teori merupakan hal yang mutlak dalam penelitian ilmiah, Dimana nantinya hal tersebut dapat dijadikan pedoman dalam penelitian yang merangkaikan segenap masalah dengan berbagai teori yang dianggap mempunyai relevansi langsung dengan permasalahan yang akan dibahas, seperti yang diungkapkan oleh Hadari Nawawi bahwa : "Teori adalah sekumpulan konsep yang disusun sebagai landasan berfikir dari sudut mana masalah yang telah dipilih yang akan disoroti".³

³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Bandung 1990, hal 40

Jadi kerangka teori merupakan inti dalam suatu penelitian yang memuat dasar-dasar secara teoritis mengenai permasalahan yang akan dibahas.

Dengan demikian, teori-teori tentang komunikasi tatap muka menjadi pokok pembahasan sebagai pedoman untuk pembahasan selanjutnya.

Harold D. Laswell sebagaimana yang dikutip oleh Teguh Meinanda mengatakan bahwa “cara yang terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan who says what in which channel to whom with what effect. Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yaitu :

- a. komunikator,
- b. pesan,
- c. media,
- d. komunikan
- e. efek.⁴

Untuk dapat mengetahui secara jelas tentang Komunikasi Tatap Muka (langsung), maka penulis akan mengemukakan pendapat tentang pengertian dari pada komunikasi tatap muka. Salah satu definisi mengenai komunikasi tatap muka yang lebih jelas sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Efendy, di dalam bukunya *Human Relations dan Public Relations dalam management* dikatakannya sebagai berikut :

* “Komunikasi langsung adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan secara tatap muka atau saling melihat (face to face

⁴ Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Armico, Bandung, 1981, hal. 7-8.

communication) ini meliputi komunikasi antara personal (inter personal communication) dan komunikasi kelompok (group communication)".⁵

Dalam hal ini hubungan komunikasi tatap muka adalah merupakan hubungan yang langsung, dimana antara komunikat dan komunikan saling berhadapan. Karena sifatnya tatap muka komunikasi tatap muka ini mempunyai suatu keuntungan mana arus balik dan feed backnya dapat diperoleh oleh komunikator secara segera. Arus balik yang diberikan oleh komunikan dapat berupa arus balik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif.

Komunikasi tatap muka cenderung bersifat dua arah mana biasanya komunikasi tersebut mempunyai umpan balik yang tinggi dan lebih mudah digunakan untuk pembentukan dan bahan sikap. Komunikasi tatap muka menggunakan saluran, komunikasi langsung, dimana saluran ini melibatkan pertemuan tatap muka, antara sumber dan penerima atau antara dua orang atau lebih.

Dari uraian tentang pengertian dari komunikasi tatap muka, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tatap muka itu merupakan proses pengoperan lambang-lambang yang berlangsung antara seseorang dengan seseorang atau beberapa orang atau dengan kata lain antara seorang komunikator melakukan komunikasi dengan seorang komunikan atau lebih.

Front Office adalah salah satu departement yang ada di hotel secara operasional berhubungan langsung dengan tamu dan terletak pada bagian depan hotel.

⁵ Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981, hal 25.

Agustinus menyebutkan bahwa Front Office tersebut adalah kantor depan, yaitu : “Salah satu departemen di hotel yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu. Kantor depan terletak pada bagian depan hotel. Ini dimaksudkan agar mudah diketahui tamu. Umumnya kantor depan ini disebut lobi”.⁶

Bagian Front Office bertanggung jawab secara langsung terhadap koordinasi pelayanan tamu, karena merupakan satu-satunya bagian yang menjadi penghubung antara tamu dengan bagian lain yang ada di hotel, yang juga memberikan pelayanan pada tamu dan menjadi pusat penyampaian keluhan dan masalah yang dihadapi tamu.

Dengan kata lain, Front Office merupakan jantung /poros yang menjadi penghubung dan penggerak departement-departement yang lain yang ada di dalam sebuah hotel.

Hotel mempunyai lingkup pelayanan yang luas. Setiap departement di hotel mempunyai tugas yang berbeda. Dalam pelayanan terhadap konsumen (tamu-tamu), semua departement memerlukan kerja sama yang harmonis. Ini dilakukan agar target manajemen dapat tercapai dengan baik. Kerja sama kantor depan dengan departement lainnya mutlak diperlukan. Untuk itu, berikut ini dipaparkan kerja sama yang dilakukan departement kantor depan dengan departement lainnya :

⁶ Agustinus Darsono. *Kantor Depan Hotel (Front Office)*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 1992, hal. 9.

a. Kantor depan dengan tata graha

Kantor depan bertugas menyewakan kamar-kamar, sedangkan tata graha bertugas menyiapkan kamar-kamar sehingga siap untuk ditempati tamu, di samping menata ruangan umum lainnya.

Beberapa hal yang penting untuk tata graha sebagaimana diuraikan oleh Ketut Putra di antaranya :

- 1) Laporan tamu yang sedang menginap
- 2) Pencatatan perpindahan kamar dan
- 3) Laporan tata graha.⁷

b. Kantor depan dengan tata hidangan.

Kantor depan biasanya menginformasikan kedatangan tamu rombongan yang akan tiba atau yang akan menginap. Pelaporan ini penting agar pihak tata hidangan (restauran) dapat mempersiapkan makanan dan minuman. Dengan demikian, kebutuhan dan permintaan tamu dapat dilayani dengan baik dan memuaskan. Untuk itu, pimpinan tata hidangan agar menyusun aturan, sebagai berikut :

- 1) Jadwal petugas sesuai dengan kebutuhan
- 2) Mengatur susunan makanan dan minuman dan
- 3) Mengatur semua persiapan

c. Kantor depan dengan tata boga.

Data informasi dari kantor depan sangat membantu bagian tata boga dalam menyiapkan makanan. Dengan data itu, kebutuhan di bagian tata boga bisa

⁷ Ketut Putra Suarthana, *Kantor Depan*, BPLP Bali, Denpasar, 1985, hal. 21.

tercukupi dan persediaan bahan makanan di dapur-dapur restoran bisa terjamin.

- d. Kantor depan dengan kasir kantor depan.

Hubungan kasir dan kantor depan ini menyangkut persiapan rekening tamu sampai dengan tamu membayar di kasir kantor depan. Pembayaran ini meliputi uang muka (deposit) dan tagihan-tagihan kepada tamu.

F. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan untuk keperluan penulisan ilmiah pada umumnya membutuhkan hipotesis, karena hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti dan kemudian kebenarannya harus diuji melalui hasil-hasil penelitian.

Menurut Sutrisno Hadi :

“Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar atau mungkin juga salah, dia akan ditolak jika salah atau palsu dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkannya penolakan dan penerimaan hipotesis dengan begitu sangat tergantung kepada hasil-hasil penyelidikan terhadap fakta-fakta yang dikumpulkan“.

Dari kutipan di atas, maka hipotesis penulis adalah :

H_0 ; Terdapat hubungan yang positif antara pelaksanaan komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di hotel Emerald Garden Medan.

H_a : Tidak terdapat hubungan yang positif antara pelaksanaan komunikasi tatap muka front office dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di hotel Emerald Garden Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

a. Pengertian Komunikasi

Pada prinsipnya berbagai pendapat para ahli tentang pengertian komunikasi. Namun kesemuanya itu adalah saling mendukung dan memudahkan pemahaman kita akan komunikasi.

Komunikasi merupakan suatu kegiatan usaha manusia untuk menyampaikan apa yang menjadi pikiran dan perasaannya kepada orang lain. Dapat dikatakan bahwa dalam proses komunikasi bukan saja penyampaian (pesan) akan tetapi juga umpan balik (feed back) dari si penerima perlu diperhatikan.

Sebagaimana Carl I. Hovland yang dikutip dari buku Onong Uchjana bahwa :
“Communication is the process to modify the behavior of the other individuals (komunikasi adalah proses merubah perilaku orang lain)”.⁸

Dengan demikian perlu diketahui, seseorang akan dapat merubah sikap, opini atau perilaku orang lain apabila memang komunikatif.

Mendukung pendapat terdahulu Wilbur Schram seorang ahli komunikasi kenamaan menyatakan bahwa :

“Komunikasi akan berhasil, apabila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan (frame of refrence), yakni panduan pengalaman dan

⁸ Onong Uchjana Effendy. *Radio, Siaran. Teori dan Praktek*. Alumni. Bandung. 1983. hal. 2.

pengertian (collective of experiences and meaning) yang pernah diperoleh komunikannya".⁹

Berdasarkan pendapat di atas dapat dikatakan bahwa dalam proses komunikasi perlu diperhatikan pesan yang disampaikan. Sebab proses komunikasi pada hakikatnya merupakan penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran dimaksudkan dapat berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

Kemudian definisi yang diutarakan oleh Onong Uchjana Effendy berbunyi :
 "Komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang mendukung pengertian yang sama oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah tingkah lakunya".¹⁰

Proses berlangsungnya komunikasi sangat tergantung pada pemakaian lambang-lambang yang dipergunakan baik berbentuk verbal maupun non verbal. Sejalan dengan pendapat di atas, maka William Albig sebagaimana dikutip oleh Teguh Meinanda mengatakan bahwa :

"Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti bagi pihak-pihak yang melakukannya".¹¹

Lambang-lambang yang dipergunakan dimaksud sebagai pernyataan yang disampaikan oleh komunikator.

⁹ Ibid. hal. 8.

¹⁰ Ibid. hal. 6.

¹¹ Teguh Meinanda. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Armico, Bandung. 1981. hal. 24.

Penggunaan lambang-lambang tersebut baik melalui bahasa maupun melalui gerak tertentu akhirnya akan menghasilkan umpan balik. Umpan balik memainkan peranan penting dalam komunikasi sebab akan menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator. Dikatakan bahwa :

“Komunikator yang baik adalah orang yang selalu memperhatikan umpan balik, sehingga ia dapat segera merubah gaya komunikasinya di kala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif”.¹²

Dalam hal ini komunikator perlu bersikap tanggap terhadap tanggapan komunikan agar komunikasi yang telah berhasil sejak awal dapat dipelihara keberhasilannya.

Bila kita teliti dari pengertian-pengertian yang diutarakan para ahli terdahulu maka sebenarnya telah diutarakan oleh Laswell. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat berlangsung lancar maka perlu dikemukakan paradigma yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell sebagaimana diukutip oleh Onong Uchjana Effendi :

Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : Who says, what in which channel to whom with what effect.¹³

¹² Onong Uchjana Effendy. *Op.Cit.* hal. 10.

¹³ *Ibid*, hal. 11.

Jadi dapat disimpulkan bahwa paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 (lima) unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yakni :

- Komunikator (commicator, source, sender)
- Pesan (massage)
- Media (Channel, media)
- Komunikan (commnicant, commnucative, receiver, recipient)
- Efek (effect, impact, iinfluence).

Komunikator ialah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pikirannya atau perasaannya kepada orang lain. Komunikator dapat berpindah secara individual atau secara kolektif yang melembaga.

Pesan sebagai terjemahan dari bahasa asing message adalah lambang bermakna (mean symbole) yakni lambang yang membawakan pikiran atau perasaan komunikator.

Media adalah sarana untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Media digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berada di tempat yang jauh dari komunikator atau dalam jumlah yang banyak.

Komunikan adalah seseorang atau sejumlah orang yang menjadi sasaran komunikator ketika ia menyampaikan pesannya. Sejumlah orang yang dijadikan sasaran itu merupakan sekelompok kecil atau kelompok besar bersifat homogen dan heterogen.

Efek adalah tanggapan, respon atau reaksi ketika menerima pesan dari komunikator. Jadi efek adalah akibat dari proses komunikasi.

Berdasarkan pradigma tersebut maka dapat dikatakan bahwa “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”.¹⁴

Situasi demikian ini mengakibatkan bahwa pesan yang akan disampaikan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga message itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju (komunikan). Sehingga agar pesan tadi sampai perlu memakai saluran (Channel).

Disebutkan oleh Edward Depari bahwa :

“Saluran komunikasi adalah alat melalui mana sumber komunikasi menyampaikan pesan-pesan (messages) kepada penerima (receiver). Saluran ini dapat dianggap sebagai penerus penyampai pesan yang berasal dari sumber informasi kepada tujuan informasi”.¹⁵

Pemilihan media yang tepat sangat penting dalam proses komunikasi sebab akan dapat menghambat dan mempelancar kelangsungannya. Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa :

“Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio atau televisi,

¹⁴ Ibid. hal. 3.

¹⁵ Teguh Meinanda. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Armico. Bandung. 1981. hal. 16.

misalnya merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikasi dalam jumlah yang amat banyak".¹⁶

Penggunaan saluran komunikasi banyak tergantung pada maksud dan tujuan komunikasi. Dan penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil dari sekian banyak alternatif, perlu didasari siapa komunikasi yang akan dituju. Dengan demikian dapat dipahami yang mana setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu.

Dengan pertimbangan pada penyampaian pesan dan media yang dipergunakan Onong Uchjana Effendy menegaskan bahwa :

Memberi proses komunikasi dua tahap yakni secara primer, dan sekunder. Secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.¹⁷

Karena komunikasi itu merupakan proses dimulai dari pengambilan perhatian, hingga kepada tindakan mempengaruhi agar berbuat apa yang kita harapkan membuat perlunya berpikir lebih mendalam. Untuk itu bukan hanya komunikasi primer saja atau komunikasi sekunder saja akan tetapi lebih baik memadukan kedua-duanya sehingga komunikatif.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy. *Op.Cit.* hal. 12.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Karya. Bandung. 1984. hal. 14.

b. Pengertian Komunikasi Tatap Muka

Untuk dapat mengetahui secara jelas tentang Komunikasi Tatap Muka (langsung), maka penulis akan mengemukakan pendapat tentang pengertian dari pada komunikasi tatap muka. Salah satu defenisi mengenai komunikasi tatap muka yang lebih jelas sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Efendy, di dalam bukunya Human Relations dan Public Relations dalam management dikatakannya sebagai berikut :

“Komunikasi langsung adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan secara tatap muka atau saling melihat (face to face communication) ini meliputi komunikasi antara personal (inter personal communication) dan komunikasi kelompok (group communication)”.¹⁸

Dalam hal ini hubungan komunikasi tatap muka adalah merupakan hubungan yang langsung, dimana antara komunikat dan komunikan saling berhadapan. Karena sifatnya tatap muka komunikasi tatap muka ini mempunyai suatu keuntungan mana arus balik dan feed backnya dapat diperoleh oleh komunikator secara segera. Arus balik yang diberikan oleh komunikan dapat berupa arus balik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif.

Komunikasi tatap muka cenderung bersifat dua arah mana biasanya komunikasi tersebut mempunyai umpan balik yang tinggi dan lebih mudah digunakan untuk pembentukan dan bahan sikap. Komunikasi tatap muka menggunakan saluran,

¹⁸ Onong U. Efendy, *Loc. Cit.*, hal 25.

komunikasi langsung, dimana saluran ini melibatkan pertemuan tatap muka, antara sumber dan penerima atau antara dua orang atau lebih.

Dari uraian tentang pengertian dari komunikasi tatap muka, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tatap muka itu merupakan proses pengoperan lambang-lambang yang berlangsung antara seseorang dengan seseorang atau berapa orang atau dengan kata lain antara seorang komunikator melakukan komunikasi dengan seorang komunikan atau lebih.

Di dalam suatu proses komunikasi tatap muka terdapat beberapa komponen-komponen yang terlibat didalamnya, di komponen-komponen itu satu sama lain saling berhubungan. Untuk lebih jelasnya tentang komponen-komponen tersebut lebih dahulu penulis menjelaskan komponen-komponen komunikasi secara umum.

Menurut Lasswel suatu komunikasi melibatkan beberapa komponen, dimana komponen tersebut dinyatakan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

“who says what in which channel to whom with what effect”

Melihat pertanyaan yang diungkapkan oleh Lasswel dapatlah diambil suatu kesimpulan bahwa didalam kegiatan komunikasi itu diperlukan adanya komponen-komponen sebagai berikut :

- Who (Komunikator)
- Says what (Pesan yang disampaikan)
- in which channel (Media yang digunakan)
- To Whom (Komunikan)
- Effect (Akibat atau tujuan yang diharap)

Selanjutnya komunikasi dapat digambarkan dengan menggunakan suatu istilah yang sangat sederhana, diman komunikasi itu digambarkan dengan model S – M – C

- R – E. Adapun yang dimaksud dengan model ini yaitu :

- S = Source (sumber)
- M = Message (Pesan)
- C = Channel (Saluran)
- R = Receiver (Penerima)
- E = Effect (Akibat komunikasi).¹⁹

Dari uraian tersebut diatas tentang komponen komunikasi menurut Lasswel dan model S – M – C – R – E , maka dapatlah dilihat adanya kesamaan, dimana kesamaan itu adalah adanya orang yang menyampaikan pesan (komunikator), adanya pesan yang disampaikan (message), kemudian adanya media yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan (saluran), selanjutnya adanya orang yang menerima pesan (komunikan) dan yang terakhir adanya akibat (effect) dari pada pesan yang disampaikan. Dalam komunikasi langsung, media yang digunakan adalah media face to face communication, jadi tidak menggunakan media dalam komunikasi massa. Penggunaan media face to face communication dapat dilihat seperti misalnya : ceramah, briffing, penyuluhan/penerangan, kuliah dan lain-lain.

Komunikasi tatap muka merupakan komunikasi yang hubungannya bersifat langsung antara komunikator dengan komunikasi karena hubungannya yang bersifat langsung, maka banyak keuntungan yang dapat diperoleh, dimana yang paling

¹⁹ Onong U.Efendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981, hal 85.

menonjol adalah dapat mengetahui secara langsung reaksi (feed back) komunikasi dan ini merupakan hal yang sangat diharapkan pihak komunikator. Feed back atau umpan balik menurut Nober Wienel dalam bukunya *Cybernetics and Society* mengatakan bahwa : “Umpan balik adalah keluaran (out put) sistem yang dibalikkan kembali (feed back) kepada sistem sebagai masukan (in put) tambahan yang berfungsi mengatur keluaran berinya”.²⁰

Selanjutnya Onong Uchjana Effendy, menerima tentang umpan balik (feed back) sebagai berikut : “Jika effect itu diketahui oleh komunikator dalam kata apabila tanggapan komunikasi disampaikan olehnya kepada komunikator, atau merupakan hasil kegiatan komunikator (misalnya dengan jalan penelitian), maka itu dinamakan balik atau arus balik (feed back)”.²¹

Dalam hal umpan balik ini, komunikator dapat menemukan umpan balik dari komunikasi, ada dua kemungkinan yang terdapat dimana umpan balik yang positif atau umpan balik yang negatif.

“umpan balik negatif adalah respon yang mendorong melakukan komunikatif berikutnya dan umpan balik positif adalah respon yang menghambat perilaku komunikatif”.²²

²⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikology Komunikasi Remaja*, Karya CV, Bandung, 1985, hal 180.

²¹ Onong U. Effendy, *Human Relations Dan Relation Dalam Management*, Alumni Bandung, 1987, hal 13.

²² Ibid, hal 181.

Dalam komunikasi tatap muka diusahakan agar sumber (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) homofili dengan demikian mereka dapat bertukar pikiran, menggunakan bahasa yang sama dalam ciri-ciri personal dan sosial lain sehingga pengkomunikasian ide lebih lancar dan mungkin mempunyai efek lebih besar, lebih banyak pengetahuan yang diperoleh, pembentukan dan perubahan sikap serta perubahan tingkah laku yang lebih besar.

Yang dimaksudkan dengan homofili dalam hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong. Uchjana Effendi, dalam bukunya kepemimpinan dan komunikasi dikatkannya sebagai berikut :

“Homofili merupakan sebuah istilah yang menggambarkan derajat pasangan perorangan yang berinteraksi yang memiliki kesamaan sifat (attribute) seperti kepercayaan, nilai pendidikan, status sosial dan sebagainya”.²³

Komunikasi tatap muka sangat efektif digunakan untuk mengadakan persuasi, dimana tujuan fundamental dari persuasi adalah Untuk mempengaruhi pikiran-pikiran, perasaan dan tingkah laku seseorang atau sekelompok orang untuk kemudian berbuat sebagaimana kita kehendaki.

• “Sebenarnya persuasi itu bukanlah merupakan usaha membujuk, merayu semata-mata, untuk berbuat sebagaimana yang dikehendaki, tetapi persuasi merupakan suatu tehnik mempengaruhi dengan menggunakan dan memanfaatkan data dan fakta

²³ Onong U.Effendy, *Kepemimpinan Dan Komunikasi*. Alumni, Bandung, 1997, hal.70.

psikologis maupun sosiologis dari orang lain yang ingin kita pengaruhi".²⁴

Dari uraian terdahulu dapatlah diambil suatu kesimpulan tentang efektivitas dari pada komunikasi tatap muka sebagai berikut :

- a. Mudah untuk mengatakan komunikasi yang sifat pesannya menyentuh rasio dan perasaan komunikan (persuasi) dan efektivitas yang diharapkan akan lebih mudah dicapai.
- b. Umpan balik (feed back) dari pihak komunikan dapat segera diterima atau diketahui oleh komunikator dan komunikan pada waktu itu juga segera memberikan tanggapan ataupun jawaban kepada komunikan, sehingga komunikan dapat segera mengetahui hasil dari pada komunikasinya.
- c. Untuk komunikasi tatap muka yang sifatnya face to face communication (tatap muka), pihak komunikan dapat menyesuaikan diri dengan situasi yang ada pada komunikan, sehingga antara komunikator dan komunikan bisa terjadi kesamaan (homofili) dan hasil yang diharapkan akan efektif.

c. Pengertian Front Office

Front Office adalah salah satu departement yang ada di hotel secara operasional berhubungan langsung dengan tamu dan terletak pada bagian depan hotel.

²⁴ Ton Kertapati, *Bunga Rampai Azas-Azas Penerangan Dan Komunikasi*, Bina Aksara, Jakarta 1981, hal.30-31.

Agustinus menyebutkan bahwa Front Office tersebut adalah kantor depan, yaitu : “Salah satu departemen di hotel yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu. Kantor depan terletak pada bagian depan hotel. Ini dimaksudkan agar mudah diketahui tamu. Umumnya kantor depan ini disebut lobi”.²⁵

Bagian Front Office bertanggung jawab secara langsung terhadap koordinasi pelayanan tamu, karena merupakan satu-satunya bagian yang menjadi penghubung antara tamu dengan bagian lain yang ada di hotel, yang juga memberikan pelayanan pada tamu dan menjadi pusat penyampaian keluhan dan masalah yang dihadapi tamu.

Dengan kata lain, Front Office merupakan jantung /poros yang menjadi penghubung dan penggerak departement-departement yang lain yang ada di dalam sebuah hotel.

Hotel mempunyai lingkup pelayanan yang luas. Setiap departement di hotel mempunyai tugas yang berbeda. Dalam pelayanan terhadap konsumen (tamu-tamu), semua departement memerlukan kerja sama yang baik dan harmonis. Ini dilakukan agar target manajemen dapat tercapai dengan baik. Kerja sama kantor depan dengan departemen lainnya mutlak diperlukan. Untuk itu, berikut ini dipaparkan kerja sama yang dilakukan departement kantor depan dengan departement lainnya :

a. Kantor depan dengan tata graha

Kantor depan bertugas menyewakan kamar-kamar, sedangkan tata graha bertugas menyiapkan kamar-kamar sehingga siap untuk ditempati tamu, di samping menata

²⁵ Agustinus Darsono. *Kantor Depan Hotel (Front Office)*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 1992, hal. 9.

ruangan umum lainnya.

Beberapa hal yang penting untuk tata graha sebagaimana diuraikan oleh Ketut Putra di antaranya :

1. Laporan tamu yang sedang menginap
2. Pencatatan perpindahan kamar dan
3. Laporan tata graha.²⁶

b. Kantor depan dengan tata hidangan.

Kantor depan biasanya menginformasikan kedatangan tamu rombongan yang akan tiba atau yang akan menginap. Pelaporan ini penting agar pihak tata hidangan (restoran) dapat mempersiapkan makanan dan minuman. Dengan demikian, kebutuhan dan permintaan tamu dapat dilayani dengan baik dan memuaskan.

Untuk itu, pimpinan tata hidangan agar menyusun aturan, sebagai berikut :

1. Jadwal petugas sesuai dengan kebutuhan
2. Mengatur susunan makanan dan minuman dan
3. Mengatur semua persiapan

c. Kantor depan dengan tata boga.

Data informasi dari kantor depan sangat membantu bagian tata boga dalam menyiapkan makanan. Dengan data itu, kebutuhan di bagian tata boga bisa tercukupi dan persediaan bahan makanan di dapur-dapur restoran bisa terjamin.

d. Kantor depan dengan kasir kantor depan.

²⁶ Ketut Putra Suarhana, *Op.Cit*, hal. 21.

Hubungan kasir dan kantor depan ini menyangkut persiapan rekening tamu sampai dengan tamu membayar di kasir kantor depan. Pembayaran ini meliputi uang muka (deposit) dan tagihan-tagihan kepada tamu.

A. Kedudukan Front Office Dalam Organisasi Perhotelan

Front Office penting untuk sebuah hotel karena :

- d. Merupakan pusat kegiatan hotel,
- e. Para tamu mendapat pelayanan pada saat tiba, berada dan pada waktu akan meninggalkan hotel.
- f. Pendapatan hotel diperoleh dari hasil sewa kamar. Lebih dari setengah pendapatan seluruh hotel ini diperoleh dari hasil sewa dan
- g. Menentukan keberhasilan pelayanan kepada para tamu.

Sedangkan fungsi petugas kantor depan itu sendiri adalah :

- a. Menyewakan kamar tamu.

Tugas pokok receptionis yang paling penting adalah menyewakan kamar. Keberhasilan dan kemampuan penerima tamu dalam melakukan tugas diukur menurut jumlah kamar yang disewakan.

Ada empat aspek yang menyangkut penyewaan kamar, yaitu :

- 1) Menerima pesanan kamar
- 2) Menangani tamu tanpa pesanan kamar
- 3) Melaksanakan pendaftaran
- 4) Menentukan kamar.

Status pemesanan kamar dibedakan menjadi tiga macam, yaitu :

- 1) Pesanan kamar confirmed
- 2) Pesanan kamar waiting list dan
- 3) Pesanan kamar unconfirmed.

b. Informasi pelayanan hotel.

Kantor depan merupakan sumber utama informasi tentang tamu juga sebagai agen penjualan kamar, pemasaran berbagai kegiatan dan pelayanan jasa yang ada di hotel. Berikut ini terdapat dua pelayanan informasi yaitu :

- 1) Pelayanan di dalam hotel
- 2) Pelayanan di luar hotel.

c. Mengkoordinasikan pelayanan tamu.

Koordinasi pelayanan tamu adalah tanggung jawab langsung bagian kamar depan. Kantor Depan adalah satu-satunya bagian yang menjadi penghubung antara tamu dengan bagian-bagian hotel yang melayani tamu. Selain ini menjadi pusat penyampaian keluhan dan masalah yang dihadapi tamu. Jadi koordinasi pelayanan tamu ini, antara lain :

- 1) Penghubung antara bagian-bagian di hotel dan
- 2) Menangani berbagai masalah dan keluhan tamu.

d. Menyusun laporan status kamar.

Room rack adalah alat yang paling penting di kantor depan. Data akurat yang ada pada room rack mutlak diperlukan. Oleh karena itu, peralatan ini sangat menentukan kuantitas penjualan kamar. Berikut ini adalah pencatatan status

kamar.

- 1) Kamar yang dihuni
- 2) Kamar yang sedang dibersihkan
- 3) Kamar yang sedang diperbaiki
- 4) Pindah kamar dan
- 5) Kamar yang rusak.

e. Pencatatan pembayaran tamu.

Rekening tamu dibuatkan setelah tamu mendaftar. Ini merupakan awal kegiatan transaksi keuangan selama tamu tinggal di hotel. Selain itu kasir kantor depan bertugas memonitor utang piutang tamu. Bilamana pada batas waktu tertentu maka petugas kasir akan menagih kepada tamu tersebut untuk membayar rekening piutang.

Berikut ini adalah pencatatan kamar dan tata graha.

- 1) Mencatat transaksi pada rekening tamu
- 2) Membuka rekening tamu
- 3) Membatasi jumlah kredit dan
- 4) Menyusun dan mencatat berbagai transaksi tamu.

f. Penyelesaian pembayaran.

Bilamana tamu akan berangkat, petugas kasir harus sudah menyiapkan semua rekening. Setelah tamu menyelesaikan pembayaran maka petugas kasir meminta kembali kunci kamar.

Ada tiga penyelenggaraan pembayaran tamu, antara lain :

- 1) Mempersiapkan pembayaran tamu
- 2) Menyusun rekening tamu dan
- 3) Melaksanakan prosedur check out.

g. Menyusun riwayat kunjungan tamu

Dengan mengumpulkan data tamu melalui kartu registrasi maka perlu dibuatkan riwayat kunjungan tamu. Pada catatan ini setiap kunjungan tamu akan dicatat secara kronologis sehingga frekuensi kunjungan dapat diketahui dengan jelas.

Penyusunan riwayat kunjungan tamu terdiri dari dua tahap, yaitu :

- 1) Melakukan pencatatan data-data pribadi untuk kunjungan yang akan datang,
- 2) Menyelenggarakan arsip kartu riwayat kunjungan tamu.

h. Alat-alat komunikasi.

Alat komunikasi merupakan sarana penting untuk menunjang kegiatan di hotel. Berbagai alat komunikasi digunakan untuk hubungan keluar-masuk hotel. Alat itu berupa telepon, teleks, dan faxsimile. Beberapa langkah penting dalam menangani alat komunikasi :

- 1) Menangani telepon switchboard, teleks, telegram dan faxsimile,
- 2) Menangani semua pembicaraan telepon melalui switchboard dan,
- 3) Menerima atau mengirim teleks dan faksimile.

i. Menangani barang bawaan milik tamu.

Tamu umumnya membawa barang-barang tertentu untuk keperluan sehari-hari. Maka tugas bell boy adalah membantu tamu dengan membawakan barang. Secara kronologis, tugas itu meliputi :

- 1) Menangani barang-barang pada saat tamu tiba,
- 2) Menangani barang-barang pada saat tamu berangkat,
- 3) Menangani perpindahan-perpindahan kamar, dan
- 4) Menangani penitipan barang.

BAB III
PELAKSANAAN PENELITIAN, PENYAJIAN
DAN ANALISA DATA

A. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X

Sebelum diadakannya penilaian atas tanggapan responden terhadap variabel X diadakan terlebih dahulu penelitian dan pengumpulan data di lapangan maka diperoleh berbagai data tentang keadaan responden dalam kaitannya dengan komunikasi tatap muka di Komunikasi Tatap Muka Front Office Dalam Meningkatkan pelayanan Kepada Tamu di Hotel Emerald Garden Medan. Data yang diperoleh selama penelitian di lapangan akan disajikan dalam bentuk analisa data dengan sampel 68 orang responden yang diajukan.

Adapun jumlah angket yang disebarakan sesuai dengan populasi sampel responden sebanyak 68 eksamplar dengan jumlah seluruh pertanyaan 21 item. Tiap pertanyaan disediakan 3 alternatif yaitu (a), (b), dan (c), apabila responden menjawab (a) maka dikategorikan tinggi dan diberi nilai 3, dan bila responden menjawab (b) maka dikategorikan sedang dengan bobot nilai 2, apabila responden menjawab (c) maka dikategorikan rendah dengan bobot nilai 1. Dari seluruh jumlah angket yang disebarakan yaitu sejumlah 68 eksamplar sehingga validasi hasil angket mencapai 100% (seratus persen).

Data penelitian yang disajikan meliputi 3 bagian yaitu :

1. Identitas Responden
2. Komunikasi Tatap Muka Front Office.
3. Pelayanan Kepada Tamu.

1. Data Umum Responden

Data umum responden yang akan disajikan dan dibahas meliputi :

- a. Jenis kelamin
- b. Suku bangsa
- c. Penghasilan
- d. Pendidikan
- e. Lama tamu menginap.

Sebaran data (f) persentase dan kecenderungan dari data di atas berturut-turut adalah sebagai berikut :

- a. Jenis kelamin.

Jenis kelamin responden pada penelitian ini juga penting diteliti untuk mengetahui jenis kelamin manakah yang lebih banyak jumlahnya. Maka dapat diketahui dengan jalan menghitung jumlah yang diperoleh dari responden. Selanjutnya jumlah yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	F	%
a.	Pria	41	60,29
b.	Wanita	27	39,71
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah pria lebih banyak dibandingkan dengan jumlah wanita yang menjadi responden dalam penelitian yaitu sebesar 60,29% dibandingkan wanita yang hanya 39,71%.

b. Suku bangsa :

Untuk mengetahui suku bangsa responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3

Suku Bangsa

No.	Suku Responden	F	%
a.	Jawa	12	17,65
b.	Batak Mandailing	9	13,24
c.	Batak Toba	10	14,71
d.	Padang	9	13,24
e.	Melayu	11	16,18
f.	Dan lain-lain	17	25,00
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari tabel di atas dapat dilihat pada umumnya responden kebanyakan memiliki

suku bangsa di luar pilihan yang diajukan sebesar 25% dari keseluruhan sampel yang diajukan. Kemudian diikuti suku Jawa sebesar 17,65%, Melayu sebesar 16,18%, Batak Toba sebesar 14,71%, Batak Mandailing dan Padang masing-masing sebesar 13,24%.

c. Penghasilan responden perbulan :

Penghasilan responden sangat berhubungan dengan kepentingannya akan pelayanan tamu di sebuah hotel. Dari sebaran angket diketahui penghasilan responden sebagai berikut :

Tabel 4

Penghasilan Responden

No.	Penghasilan Responden	f	%
a.	Rp. 500.000 ke bawah	-	-
b.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	-	-
c.	Rp. 1.100.000 – Rp. 1.500.000	-	-
d.	Rp. 1.600.000 ke atas	68	100,00
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari tabel di atas maka dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian memiliki penghasilan di atas Rp. 1.600.000 ke atas.

d. Pendidikan terakhir.

Untuk mengetahui tingkat pendidikan para responden yang terdiri dari berbagai macam tingkat pendidikan, maka dapat diketahui dari tabel berikut :

Tabel 5

Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan	F	%
1.	Sekolah Dasar	-	-
2.	SLTP	-	-
3.	SLTA	26	38,24
4.	Sarjana Muda	15	22,06
5.	Sarjana	27	39,71
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kebanyakan responden dalam penelitian memiliki latar belakang pendidikan Sarjana yaitu sebesar 39,71%, kemudian SLTA sebesar 38,24% dan Sarjana Muda sebesar 22,06%.

e. Lama Responden Mengingat.

Lama responden mengingat dalam pembahasan ini sangat berhubungan sekali dengan pelaksanaan pelayanan di dalam sebuah hotel khususnya dalam pelaksanaan komunikasi tatap muka. Untuk melihat bagaimana sebesarnya lama mengingat responden ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 6

Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	F	%
a.	1 hari	-	-
b.	2 hari	-	-
c.	3 hari	-	-
d.	4 hari	36	52,94
e.	lebih dari 5 hari	32	47,06
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang menjadi subjek penelitian ini menginap selama 4 hari sebesar 52,94%, dan lebih dari 5 malam sebesar 47,06%.

2. Komunikasi Tatap Muka

Tentang analisa variabel X yaitu komunikasi tatap muka ini maka secara berturut-turut akan diuraikan pada bagian berikut ini :

Tabel 7

Komunikasi Tatap Muka Yang Dilakukan Oleh Petugas Front Office Hotel Emerald Garden Medan

No.	Uraian	F	%
a.	Baik	45	66,18
b.	Kurang baik	15	22,06
c.	Tidak baik	8	11,77
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran kuisisioner terhadap pertanyaan bagaimana menurut responden komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh petugas front office hotel Emerald Garden Medan, maka dapat diketahui responden yang menjawab baik sebesar 66,18%, responden yang menjawab kurang baik sebesar 22,06% dan responden yang menjawab tidak baik sebesar 11,77%.

Tabel 8

Hal-Hal Yang Dikomunikasikan Tamu Dengan Petugas Front Office

No.	Uraian	F	%
a.	Pelayanan yang diberikan hotel	44	64,71
b.	Fasilitas hotel	11	16,18
c.	Hal-hal yang menyangkut Kepentingan tamu hotel	13	19,12
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah hal-hal yang dikomunikasikan tamu dengan petugas front office, maka dapat diketahui responden yang menjawab pelayanan yang diberikan hotel sebesar 64,71%, responden yang menjawab fasilitas hotel sebesar 16,18% dan responden yang menjawab hal-hal yang

selalu melakukan komunikasi terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan hotel, maka dapat diketahui responden yang menjawab sering sebesar 64,71%, responden yang menjawab jarang sebesar 20,59% dan responden yang menjawab tidak pernah sebesar 14,71%.

Tabel 10

Tepat Tidaknya Frekuensi Tatap Muka Yang Dilakukan Petugas Front Office Terhadap Tamu Hotel

No.	Uraian	F	%
a.	Tepat	45	66,18
b.	Kurang tepat	9	13,24
c.	Tidak tepat	14	20,59
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah tepat frekuensi tatap muka yang dilakukan petugas front office terhadap tamu hotel, maka dapat diketahui responden yang menjawab tepat sebesar 66,18%, responden yang menjawab kurang tepat sebesar 13,24% dan responden yang menjawab tidak tepat sebesar 20,59%.

Tabel 11

Waktu Komunikasi Yang Diterapkan Oleh Petugas Front Office Telah Sesuai Dengan Responden Inginan

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	55	80,89
b.	Kadang-kadang	6	8,83
c.	Tidak sesuai	7	10,30
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah waktu komunikasi yang diterapkan oleh petugas front office telah sesuai dengan responden inginan, maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 80,89%, responden yang menjawab kadang-kadang sebesar 8,83% dan responden yang menjawab tidak sesuai sebesar 10,30%.

Tabel 12

Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Front Office Telah Sesuai Dengan Kebutuhan Informasi Para Tamu Hotel

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	52	76,48
b.	Kadang-kadang	10	14,71
c.	Sama sekali tidak	6	8,83
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah komunikasi yang

dilakukan oleh front office telah sesuai dengan kebutuhan informasi para tamu hotel, maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 76,48%, responden yang menjawab kadang-kadang sebesar 14,71% dan responden yang menjawab sama sekali tidak sebesar 8,83%.

Tabel 13

Komunikasi Yang Dilakukan Juga Didasarkan Kepada Tugas-Tugas Dari Front Office

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	47	69,12
b.	Kurang mengetahui	13	19,12
c.	Tidak tahu	8	11,77
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah komunikasi yang dilakukan juga didasarkan kepada tugas-tugas dari front office, maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 69,12%, responden yang menjawab kurang mengetahui sebesar 19,12% dan responden yang menjawab tidak tahu (tamu tidak mengetahui tugas-tugas front office) sebesar 11,77%.

B. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y

Adapun variabel Y adalah pelayanan kepada tamu dalam bentuk angket dapat diuraikan berikut :

Tabel 14

Sikap Petugas Front Office Dalam Melayani Tamu

No.	Uraian	F	%
a.	Baik	44	64,71
b.	Kurang baik	15	22,06
c.	Tidak baik	9	13,24
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan bagaimanakah sikap petugas front office dalam melayani tamu, maka dapat diketahui responden yang menjawab baik sebesar 64,71%, responden yang menjawab kurang baik sebesar 22,06% dan responden yang menjawab tidak baik sebesar 13,24%.

Tabel 15

Sikap dan Pelayanan Yang Diberikan Front Office Kepada Tamu Telah Memenuhi Konsep Pelayanan Yang Baik

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	44	64,71
b.	Kurang mengetahui	11	16,18
c.	Tidak tahu	13	19,12
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah sikap dan pelayanan yang diberikan front office kepada tamu telah memenuhi konsep pelayanan yang baik, maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 64,71%, responden yang menjawab kurang mengetahui sebesar 16,18% dan responden yang menjawab tidak

tahu sebesar 19,12%.

Tabel 16

Perhatian Petugas Front Office Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Para Tamu Hotel

No.	Uraian	F	%
a.	Baik	42	61,77
b.	Kurang baik	17	25,00
c.	Tidak baik	9	13,24
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan bagaimanakah perhatian petugas front office dalam memberikan pelayanan kepada para tamu hotel, maka dapat diketahui responden yang menjawab baik sebesar 61,77%, responden yang menjawab kurang baik sebesar 25% dan responden yang menjawab tidak baik sebesar 13,24%.

Tabel 17

Perhatian Kepada Para Tamu Dilakukan Karena Tugas Semata

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	48	70,59
b.	Kurang memperhatikan	7	10,30
c.	Tidak	13	19,12
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah perhatian kepada para tamu dilakukan karena tugas semata, maka dapat diketahui responden yang menjawab

ya sebesar 70,59%, responden yang menjawab kurang memperhatikan sebesar 10,30% dan responden yang menjawab tidak sebesar 19,12%.

Tabel 18

Responden Merasa Puas Atas pelayanan Yang Diberikan Front Office Kepada Tamu

No.	Uraian	F	%
a.	Puas	44	64,71
b.	Kurang puas	14	20,59
c.	Tidak puas	10	14,71
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah responden merasa puas atas pelayanan yang diberikan front office kepada tamu, maka dapat diketahui responden yang menjawab puas sebesar 64,71%. responden yang menjawab kurang puas sebesar 20,59% dan responden yang menjawab tidak puas sebesar 14,71%.

Tabel 19

Front Office Selalu Menanyakan Keinginan Tamu Dalam Pelayanan

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	45	66,18
b.	Kadang-kadang	9	13,24
c.	Tidak pernah	14	20,59
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah front office selalu menanyakan keinginan tamu dalam pelayanan, maka dapat diketahui responden yang

menjawab ya sebesar 66,18%, responden yang menjawab kadang-kadang sebesar 13,24% dan responden yang menjawab tidak pernah sebesar 20,59%.

Tabel 20

Tindakan Front Office Dalam Melayani Tamu Bertindak Sigap

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	40	58,83
b.	Kurang memperhatikan	15	22,06
c.	Tidak memperhatikan	13	19,12
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah tindakan front office dalam melayani tamu bertindak sigap, maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 58,83%, responden yang menjawab kurang memperhatikan sebesar 22,06% dan responden yang menjawab tidak memperhatikan sebesar 19,12%.

Tabel 21

Responden Mengetahui Tindakan Yang Diambil Petugas Front Office Dalam Meningkatkan penilaian Tamu Hotel

No.	Uraian	F	%
a.	Ya	44	64,71
b.	Kurang mengetahui	14	20,59
c.	Tidak tahu	10	14,71
	Jumlah	68	100,00

Sumber : Hasil Penelitian 2003

Dari hasil sebaran angket terhadap pertanyaan apakah responden mengetahui tindakan yang diambil petugas front office dalam meningkatkan penilaian tamu hotel,

maka dapat diketahui responden yang menjawab ya sebesar 64,71%, responden yang menjawab kurang mengetahui sebesar 20,59% dan responden yang menjawab tidak tahu sebesar 14,71%.

C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimulai dari variabel X yaitu Komunikasi Tatap Muka, untuk mengumpulkan datanya direkam dengan pertanyaan kuisioner dengan item pertanyaan dari tabel 7 sampai dengan 14. Sedang variabel Y yaitu Pelayanan Kepada Tamu Hotel untuk mengumpulkan datanya direkam dari tabel 15 sampai dengan tabel 21.

Untuk menghitung koefisien korelasi, penelitian ini menggunakan rumus angka kasar product moment. Analisa korelasi product moment digunakan untuk mengetahui adanya hubungan atau korelasi antara dua variabel. Hubungan atau korelasi itu berupa perubahan-perubahan variabel yang satu (bebas) akan dapat menyebabkan perubahan pada variabel lainnya (terikat).

Untuk melakukan analisa product moment harus terlebih dahulu diketahui distribusi koefisien korelasi yang terdiri dari jawaban responden atas variabel X dan Variabel Y.

Tabel 22

Tabulasi Jawaban Responden Atas Variabel X

Resp.	PERTANYAAN								Jlh.
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	2	2	3	3	3	3	22
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	2	3	3	2	3	3	2	21
4	3	3	3	3	3	2	3	3	23
5	2	1	2	3	3	3	2	3	19
6	3	3	3	3	3	3	3	2	23
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	3	1	3	2	3	3	3	3	21
9	2	2	3	3	3	3	1	3	20
10	3	3	3	3	3	3	3	3	24
11	3	1	3	3	3	2	2	3	20
12	3	3	3	3	2	3	3	1	21
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	3	2	2	1	3	3	3	2	19
15	2	3	3	3	3	3	3	1	21
16	3	3	3	3	3	3	2	3	23
17	3	1	3	1	3	3	3	3	20
18	3	3	3	3	3	3	1	3	22
19	3	3	3	2	1	3	3	3	21
20	3	2	3	3	3	2	3	1	20
21	2	3	3	1	2	3	2	2	18
22	3	1	1	3	3	3	1	3	18
23	3	3	2	3	3	3	3	3	23
24	3	3	3	1	3	3	3	1	20
25	3	3	2	3	3	3	1	3	21
26	2	2	1	2	3	3	3	3	19
27	3	1	3	1	1	1	2	1	13
28	1	3	3	3	3	2	3	3	21
29	3	3	2	3	2	3	3	2	21
30	3	1	1	1	3	3	3	3	18
31	2	2	3	3	3	3	3	2	21
32	3	3	3	2	1	3	2	1	18
33	3	1	2	3	3	1	1	3	17
34	1	3	3	1	3	3	3	2	19
35	3	3	1	3	3	3	1	3	20

Sambungan Tabulasi Variabel X

Resp.	PERTANYAAN								Jlh.
	1	2	3	4	5	6	7	8	
36	3	2	3	3	3	2	3	2	21
37	2	1	2	2	1	3	2	3	16
38	3	3	3	3	3	3	1	1	20
39	1	3	1	1	2	1	3	3	15
40	3	1	3	3	3	3	1	2	19
41	3	2	2	1	3	3	3	3	20
42	2	1	3	3	1	3	2	1	16
43	3	3	1	3	3	3	3	3	22
44	3	1	3	3	3	2	1	2	18
45	1	2	2	1	3	3	3	3	18
46	3	3	3	3	1	1	3	2	19
47	2	1	1	2	3	3	2	3	17
48	3	3	3	3	3	3	2	2	22
49	1	2	3	3	3	2	3	3	20
50	3	3	2	3	3	1	3	2	20
51	3	3	1	1	3	3	2	3	19
52	1	3	3	3	3	3	3	3	22
53	2	3	3	3	3	3	3	3	23
54	3	3	3	1	1	2	3	3	19
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	1	3	3	3	3	3	2	3	21
57	3	3	3	3	3	2	1	3	21
58	2	3	1	3	2	1	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	1	3	22
60	3	3	2	3	3	3	2	3	22
61	1	3	3	1	3	3	3	3	20
62	2	3	3	3	3	2	3	3	22
63	3	3	2	2	3	3	3	3	22
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	2	3	3	1	3	3	3	3	21
66	2	3	1	2	3	3	3	3	20
67	3	2	2	3	3	3	3	3	22
68	2	3	3	3	3	3	3	3	23

Sumber : Data Diolah Dari Tabel 7 - 14

Tabel 23

Tabulasi Jawaban Responden Atas Variabel Y

Resp.	PERTANYAAN								Jlh.
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	3	3	3	2	3	23
2	3	3	3	3	1	3	3	1	20
3	3	2	3	2	3	2	3	2	20
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	2	3	2	3	2	3	3	3	21
6	3	3	3	3	1	3	3	3	22
7	3	3	3	1	3	3	2	1	19
8	3	3	3	3	3	2	3	3	23
9	3	3	3	3	3	3	3	2	23
10	3	3	3	3	2	3	3	3	23
11	2	3	2	2	3	3	3	1	19
12	3	2	3	3	1	3	3	3	21
13	1	3	3	3	3	2	3	3	21
14	3	1	3	1	3	1	2	3	17
15	3	3	3	3	2	3	1	2	20
16	2	3	3	3	3	3	3	3	23
17	3	1	2	3	1	1	3	3	17
18	3	3	3	2	3	3	1	3	21
19	1	2	3	3	1	2	3	3	18
20	3	1	3	1	2	1	2	1	14
21	2	3	1	3	3	3	3	2	20
22	3	3	2	1	3	3	1	3	19
23	3	1	3	3	1	3	3	1	18
24	3	3	3	2	3	1	3	3	21
25	2	3	1	3	2	2	2	1	16
26	3	2	2	3	3	3	1	2	19
27	3	3	3	3	1	3	3	1	20
28	3	1	3	1	3	1	3	3	18
29	2	3	1	3	3	3	2	3	20
30	1	3	3	2	2	2	1	2	16
31	3	1	2	1	1	3	3	3	17
32	3	3	1	3	3	3	3	3	22
33	3	2	3	3	3	1	1	2	18
34	2	3	3	3	1	3	2	3	20
35	1	1	3	2	2	2	3	3	17

Sambungan Tabulasi Variabel Y

Resp.	PERTANYAAN								Jlh.
	1	2	3	4	5	6	7	8	
36	3	3	2	1	3	3	3	3	21
37	3	3	1	3	1	3	1	2	17
38	3	1	3	3	3	1	3	3	20
39	2	3	3	3	3	3	2	3	22
40	3	2	2	3	2	2	3	3	20
41	3	3	1	1	3	1	3	2	17
42	3	1	3	3	3	3	1	3	20
43	2	3	3	3	2	3	3	3	22
44	3	2	2	3	3	3	2	3	21
45	3	3	3	1	2	1	3	2	18
46	1	1	1	3	3	3	1	3	16
47	2	2	3	3	3	2	3	3	21
48	3	3	2	3	3	3	3	2	22
49	3	3	3	3	2	3	2	3	22
50	1	1	3	3	2	1	3	3	17
51	2	2	2	1	3	3	1	2	16
52	3	3	1	2	3	3	3	3	21
53	3	3	3	3	3	1	2	1	19
54	1	3	2	3	3	3	3	2	20
55	2	1	3	3	2	3	1	3	18
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	3	1	2	1	3	3	2	3	18
58	2	3	1	3	3	3	3	3	21
59	1	2	3	1	3	3	2	3	13
60	3	3	2	3	2	3	3	3	22
61	1	2	2	1	3	3	1	3	16
62	2	3	3	3	3	1	3	1	19
63	3	3	3	3	3	3	2	2	22
64	2	3	3	3	3	3	3	3	23
65	3	3	2	3	3	1	2	3	20
66	3	3	3	3	3	3	3	1	22
67	3	3	3	3	3	3	1	3	22
68	3	3	2	3	3	1	3	3	21

Sumber : Data Diolah Dari Tabel 15 - 21

Tabel 24

Distribusi Koefisien Korelasi

Resp.	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	22	23	484	529	506
2	24	20	576	400	480
3	21	20	441	400	420
4	23	24	529	576	552
5	19	21	361	441	399
6	23	22	529	484	506
7	24	19	576	361	456
8	21	23	441	529	483
9	20	23	400	529	460
10	24	23	576	529	552
11	20	19	400	361	380
12	21	21	441	441	441
13	24	21	576	441	504
14	19	17	361	289	323
15	21	20	441	400	420
16	23	23	529	529	529
17	20	17	400	289	340
18	22	21	484	441	462
19	21	18	441	324	378
20	20	14	400	196	280
21	18	20	324	400	360
22	18	19	324	361	342
23	23	18	529	324	414
24	20	21	400	441	420
25	21	16	441	256	336
26	19	19	361	361	361
27	13	20	169	400	260
28	21	18	441	324	378
29	21	20	441	400	420
30	18	16	324	256	288
31	21	17	441	289	357
32	18	22	324	484	396
33	17	18	289	324	306
34	19	20	361	400	380
35	20	17	400	289	340

Sambungan Distribusi Koefisien Korelasi

Resp.	X	Y	X ²	Y ²	XY
36	21	21	441	441	441
37	16	17	256	289	272
38	20	20	400	400	400
39	15	22	225	484	330
40	19	20	361	400	380
41	20	17	400	289	340
42	16	20	256	400	320
43	22	22	484	484	484
44	18	21	324	441	378
45	18	18	324	324	324
46	19	16	361	256	304
47	17	21	289	441	357
48	22	22	484	484	484
49	20	22	400	484	440
50	20	17	400	289	340
51	19	16	361	256	304
52	22	21	484	441	462
53	23	19	529	361	437
54	19	20	361	400	380
55	24	18	576	324	432
56	21	24	441	576	504
57	21	18	441	324	378
58	18	21	324	441	378
59	22	18	484	324	396
60	22	22	484	484	484
61	20	16	400	256	320
62	22	19	484	361	418
63	22	22	484	484	484
64	24	23	576	529	552
65	21	20	441	400	420
66	20	22	400	484	440
67	22	22	484	484	484
68	23	21	529	441	483
Jumlah	1387	1348	28643	27074	27579

Sumber : Data diolah dari Tabel 22- 23

Berdasarkan rumus angka kasar mencari koefisien korelasi product moment

ditemukan :

$$n = 68$$

$$X = 1387$$

$$Y = 1348$$

$$XY = 27579$$

$$X^2 = 28643$$

$$Y^2 = 27074$$

Dari nilai di atas maka dapat dicari harga r_{xy} adalah :

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X) (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{1875372 - 1869676}{\sqrt{\{1947724 - 1923769\} \{1841032 - 1817104\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{5696}{\sqrt{(23955) (23928)}}$$

$$r_{xy} = \frac{5696}{\sqrt{573195240}}$$

$$r_{xy} = \frac{5696}{23941,496}$$

$$r_{xy} = 0,24$$

Dengan perhitungan di atas maka harga r_{xy} adalah 0,24 .

Makna harga X (Komunikasi Tatap Muka Front Office) dengan Y (Pelayanan Kepada Tamu) sebesar 0,24 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut bervariasi secara positif, berarti hipotesis diterima.

Untuk taraf signifikan 5% dan $n = 68$ ditemui hasil sebesar 0,235 (r tabel terlampir) karena nilai r yang diperoleh 0,824 berarti di atas batas signifikan, maka nilai tersebut adalah signifikan.

Untuk melihat berapa besar pengaruh tatap muka front office terhadap pelayanan kepada tamu maka digunakan uji determinasi :

$$D = (r_{XY})^2 \times 100\%$$

$$D = (0,24)^2 \times 100\%$$

$$D = 9,60$$

Ini berarti bahwa kira-kira 9,60% dari variasi Y yaitu pelayanan kepada tamu dapat diterangkan oleh X yang dalam hal ini komunikasi tatap muka front office. Jadi 90,40% oleh faktor lain. Selanjutnya untuk melihat hubungan antara variabel tersebut berarti atau tidak dilakukan uji-t.

- Langkah-langkah melakukan uji-t

a. Menetapkan Hipotesis

$H_0 = \rho = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi tatap muka front office terhadap pelayanan kepada tamu).

$H_a = \rho \neq 0$ (ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi tatap muka front office terhadap pelayanan kepada tamu).

b. Menghitung t_0 dengan rumus

$$t_0 = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_0 = \frac{0,24 \sqrt{68-2}}{\sqrt{1-(0,24)^2}}$$

$$t_0 = \frac{1,95}{0,94}$$

$$t_0 = 2,07$$

- c. Menentukan t_{α} pada $\alpha = 0,05$ maka $t_0 = 2,07$ dan $dk = 68 - 2 = 66$ dari tabel diperoleh $t_{0,025(66)} = 2,07$
- d. Kriteria jika $t_0 > t_{\alpha}$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh $t_0 = 2,07 > t_{\alpha} = 2,00$, maka H_0 ditolak.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan antara komunikasi tatap muka front office terhadap pelayanan kepada tamu.

Dengan hasil uji t-tabel di atas maka dapat diberikan dalil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi tatap muka front office terhadap pelayanan kepada tamu.

BAB IV

HOTEL EMERALD GARDEN MEDAN

A. Deskripsi

1. Sejarah dan Perkembangan Hotel Emerald Garden Medan

Hotel Emerald Garden Internasional Medan berada pada lokasi yang strategis bertempat di Jalan K.L. Yos Sudarso No. 1 Medan dekat dengan pusat perbelanjaan, Airport Polonia, Pelabuhan Belawan dan stasiun Kereta api.

Melihat perkembangan dunia usaha khususnya pariwisata di bbidang jasa akomodasi di Indonesia makin berkembang didirikan sebuah hotel bertaraf internasional untuk menampung arus wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Adapun lokasi berdirinya hotel Emerald Garden Internasional Medan ini adalah : eks PTP. IX seluas 18 Ha. Hotel ini termasuk salah satu Group Mujur yang sudah berdiri sebelumnya dan merupakan induk dari berbagai bidang usaha.

Pelaksanaan pembangunan Hotel Emerald Garden Internasional Medan pada tahun 1994, resmi dibuka untuk umum pada tanggal 15 Desember 1995 dengan General Manajer pertama adalah Mr. Doug King. Hotel Emerald Gardenia Medan International Medan mulai beroperasi dengan 163 kamar . Outlet pendukung yang sudah ada antara lain :

- a. Restarurant dibagi 2 jenis :
 - Meranti Coffe Hause
 - Ho Phinn Court Restaurant
- b. Bar
- c. Hair and Beauty Saloon
- d. Swimming Pool
- e. Fitness Center
- f. Karaoke
- g. Bussines Center.

Industri perhotelan jika ditinjau dari beberapa aspek dapat dibagi dalam beberapa klasifikasi, diantaranya ditinjau dari jenis fasilitas yang dimiliki hotel tersebut, jenis tamu yang menginap, lamanya tamu menginap, lokasi hotel dan penetapan harga kamar hotel.

Hotel Emerald Garden International Medan dapat ditinjau dari aspek klasifikasi ilmu perhotelan antara lain :

1. Ditinjau menurut Plant (Penetapan Harga Kamar Hotel),
2. Ditinjau menurut ukuran/jumlah kamar,
3. Ditinjau menurut tipe tamu,
4. Ditinjau menurut lamanya atamu menginap (Length of Guest Stay),
5. Ditinjau menurut lokasi.

Penggolongan yang ditinjau menurut peraturan setempat yang telah disahkan dan telah disesuaikan dengan persyaratan yang dibuat maka beberapa

negara menganut penggolongan kelas hotel, berdasarkan “ grade system “ (sistem kelas atau tingkat dan sistem menurut bintang). Khususnya untuk hotel di Indonesia ditetapkan dengan ketentuan bintang satu sampai dengan bintang lima.

Ditinjau menurut Under The Government Regulation (pembagian sesuai dengan peraturan pemerintah), maka Hotel Emerald GardenInternational Medan termasuk hotel berbintang tiga, bertaraf internasional dan beroperasi aktif sepanjang tahun (Year Round Hotel) dan jika ditinjau dari Grade System telah sesuai dengan yang telah disyahkan oleh pemerintah mengenai tarif kamar.

Untuk menarik perhatian para tamu dan memenuhi kebutuhan keinginan mereka yang menginap di hotel, maka Hotel Emerald Gardenia Internasional Medan sebagai hotel yang menyandang predikat bintang tiga bertaraf Internasional berupaya untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan para tamu melalui penyediaan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan standar yang dimiliki.

Fasilitas yang dimiliki Hotel Emerald Gardenia Internasional Medan adalah :

a. Rooms :

- Kamar mandi dengan shower dan bath tub
- Air Conditioner
- Telephone

- Televisi
 - Mini Bar
 - Dan fasilitas lainnya.
- b. Dining and Entertainment terbagi atas :
- Meranti Coffè House,
 - Ho Phin Court Restaurant,
 - Lobby Lounge,
 - Room Service,
 - Bangquet Service.
- c. Fasilitas Sporting and Recreation terbagi atas :
- Swimming Pool
 - Fitness Center and Gimnasium.
- d. Fasilitas meeting
- e. Store and rental,
- f. Fasilitas lainnya :
- Drug Store
 - Masage
 - Save Deposit Box
 - Laundry and Dry Cleaning
 - Business Center
 - Souvenir Shop
 - Telephone, telex, faximile dan lain-lain.

2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Hotel adalah suatu bentuk usaha komersial bagi pelayanan dan jasa penginapan, makanan dan minuman, dengan demikian maka operasional sebuah hotel haruslah berjalan dengan baik ditinjau dari kepentingan tamu maupun untuk kepentingan karyawan-karyawan hotel. Pelayanan jasa yang dimaksud sebenarnya adalah untuk memenuhi keperluan atau kebutuhan normal seorang manusia. Jadi untuk pemberian pelayanan dan jasa tersebut, hotel beroperasi selama 24 (dua puluh empat) jam.

Sebagaimana layaknya sebuah badan usaha komersial, maka hotel juga harus dikelola berdasarkan struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas dan sesuai dengan keahlian di bidangnya masing-masing.

Maksud dari struktur organisasi pada umumnya adalah meliputi pengelompokan atau pembagian tugas, hubungan antara atasan dan bawahan, hubungan antara bidang-bidang kerja yang ada, serta mengetahui siapa yang berwenang ditunjuk untuk menangani pelayanan tertentu.

Dengan adanya struktur organisasi yang jelas maka setiap karyawan/karyawati dapat mengetahui dengan pasti apa bidang pekerjaannya, tanggung jawabnya serta siapa atasannya, siapa bawahannya dan lain sebagainya. Suatu organisasi yang baik harus dapat menciptakan suatu garis pertanggung jawaban (*line of responsibility*) yang jelas antara bagian-bagian atau satuan dalam suatu organisasi, dan juga perlu diperhatikan adalah seberapa jumlah organisasi itu mengadakan kedudukan yang bebas dan berdiri

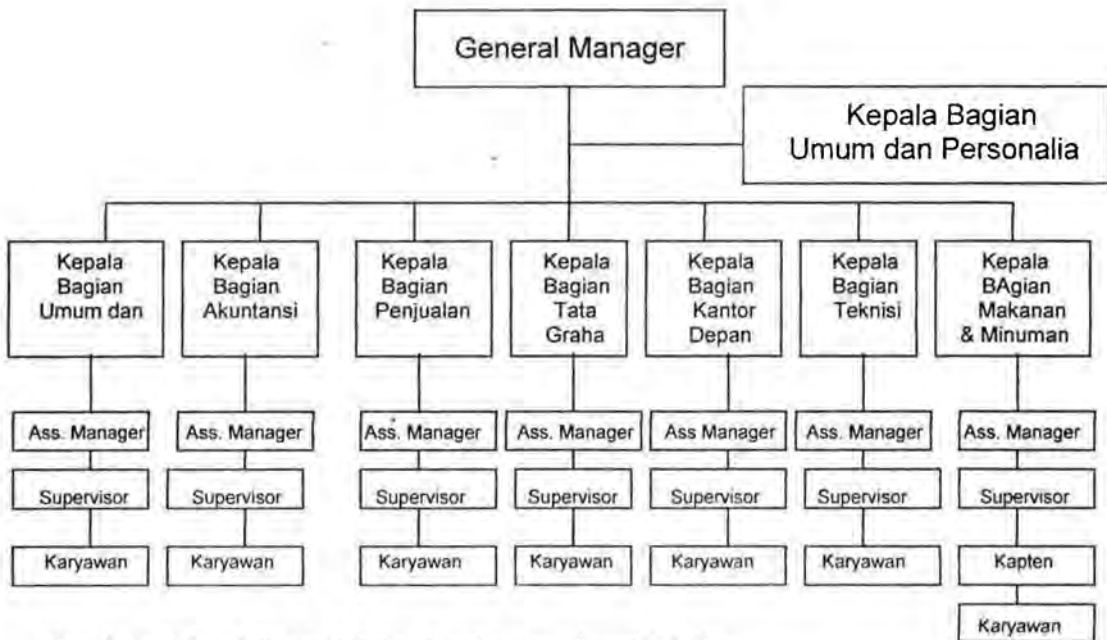
sendiri antara bagian yang satu dengan yang lainnya.

Emerald Garden Hotel International Medan dipimpin oleh seorang General Manager yang berfungsi melakukan pengelolaan manajemen, menyelesaikan semua masalah dan kegiatan hotel sesuai dengan program kerja yang digariskan oleh Direksi. General Manager juga membawahi seluruh kepala bagian (Kabag) yang terdapat pada Emerald Garden Hotel Internasional Medan, yang diantaranya adalah :

- a. Kepala Bagian Umum dan Personalia
- b. Kepala Bagian Akuntansi,
- c. Kepala Bagian Penjualan
- d. Kepala Bagian Tata Graha (Executive House Keeper)
- e. Kepala Bagian Kantor Depan
- f. Kepala Bagian Teknisi
- g. Kepala Bagian Makanan dan Minuman.

Gambar struktur organisasi perusahaan Hotel Emerald Garden International Medan adalah sebagai berikut :

Gambar 1
Struktur Organisasi
Hotel Emerald Garden International Medan



Sumber : Hotel Emerald Garden Internasional Medan

Berdasarkan gambar tersebut, maka akan diuraikan tugas dari masing-masing fungsi yang terdapat dalam perusahaan.

a. Kepala Bagian Umum dan Personalia

Berdasarkan pedoman undang-undang ketenagakerjaan Kepala Bagian Umum dan Personalia bertugas untuk melaksanakan pembinaan dan pengelolaan personel atau karyawan serta melaksanakan kegiatan jasa umum dan kerja sama antar instansi ketenagakerjaan.

b. Kepala Bagian Akuntansi dan Keuangan.

Kepala Bagian Akuntansi dan Keuangan ini dipimpin oleh Financial Controller,

yang fungsinya memberikan informasi yang diperlukan oleh pimpinan mengenai perencanaan, pengawasan pelaksanaan koordinasi pengelolaan fungsi keuangan dan akuntansi yang berpedoman pada hukum dan peraturan kebijakan serta prosedur yang berlaku.

Penyusunan laporan keuangan, laporan operasional hotel serta administrasi persediaan, upah dan bertanggung jawab atas perumusan kebijaksanaan teknis dan pengelolaan akuntansi. Di dalam Bagian Akuntansi dan Keuangan juga terdapat bagian-bagian yang menangani masalah piutang atau pembayaran dengan kartu kredit, hutang, sekretaris, kasir, komputer, dan stroke atau bagian penerimaan barang inventory.

c. Kepala Bagian Penjualan

Bagian ini berfungsi melaksanakan aktivitas penjualan terhadap jasa maupun berupa makanan dan minuman baik itu penjualan secara tunai maupun secara kredit yang segmennya hanya berlaku uang tunai, kartu kredit dan giro, yang berpedoman pada kebijaksanaan dan prosedur. Melaksanakan pembinaan administrasi dan melaksanakan kerja sama antar kegiatan untuk kelancaran dalam pelaksanaan tugas.

d. Kepala Bagian Tata Graha (Executive House Keeper).

Bagian ini bertugas melaksanakan pembinaan terhadap karyawan dan pengelolaan tata graha untuk kamar, areal hotel khususnya taman dan laundry yang berpedoman kepada kebijaksanaan dan prosedur.

e. Kepala Bagian Kantor Depan.

Melaksanakan pengelolaan terhadap Front Office, operator **telephone/telex**, penataan terhadap administrasi dan melakukan pembinaan pegawai. **Bertanggung jawab** atas perumusan kebijaksanaan dan perencanaan, teknis, **pengendalian**, pembinaan, koordinasi, evaluasi, administrasi pengelolaan front office, sesuai dengan kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku.

f. Kepala Bagian Teknisi (Engineering).

Bagian ini hanya bertanggung dan bertugas melaksanakan pengelolaan engineering atas penyediaan tenaga listrik, sistem keamanan dan juga lain-lainnya hal yang berhubungan dengan penerangan hotel.

BAB V

P E N U T U P

Setelah mengadakan pembahasan tentang isi judul yang diajukan akhirnya sampailah penulis pada bagian akhir penulisan penelitian ini dimana akan diberikan kesimpulan dan juga saran-saran.

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan serta membahas semua data dan fakta-fakta yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Responden sebagian besar menjawab komunikasi tata muka front office yang dilakukan di lokasi penelitian khususnya pada Hotel Emerald Garden Medan telah berjalan dengan baik meskipun tidak sempurna sebagaimana yang diharapkan, tetapi meskipun demikian komunikasi tatap muka front office telah tercipta dan terselenggara dengan baik.
2. Dengan adanya komunikasi tatap muka front office akan meningkatkan pelayanan kepada tamu hotel Emerald Garden Medan, karena dengan adanya komunikasi, maka tamu hotel akan mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkannya tentang pelayanan-pelayanan yang diberikan hotel kepada tamunya.
3. Dari hasil temuan analisis product moment $r_{xy} = 0,24$ untuk taraf signifikansi 5% dan $n = 68$ ditemui hasil sebesar 0,235 karena nilai r yang diperoleh 0,24 berarti di

atas batas signifikan, maka nilai tersebut adalah signifikan.

Keberadaan komunikasi tatap muka front office mempengaruhi pelayanan kepada tamu sebesar 9,60%. Jadi 90,40% oleh faktor lain. Dari uji yang dilakukan maka diketahui t_{α} pada $\alpha = 0,05$ maka $t_0 = 2,07$ dan $dk = 68 - 2 = 66$ dari tabel diperoleh $t_{0,025 (66)} = 2,00$.

Kriteria jika $t_0 > t_{\alpha}$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh $t_0 = 2,07 > t_{\alpha} = 2,00$, maka H_0 ditolak.

Dengan hasil uji t-tabel di atas maka dapat diberikan dalil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi tatap muka front office mempengaruhi pelayanan kepada tamu

B. Saran

Setelah mengemukakan kesimpulan, pembahasan dan analisa, maka berdasarkan saran-saran yang diberikan oleh responden dan penulis sendiri disimpulkanlah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada petugas front office dapat meningkatkan perhatiannya kepada pelaksanaan pelayanan kepada tamu hotel sehingga tercipta kepuasan terhadap tamu.
2. Diharapkan kepada tamu hotel dapat mengetahui hak-haknya sehingga tidak secara berlebihan meminta pelayanan kepada petugas front office.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Darsono, *Kantor Depan Hotel (Front Office)*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 1992.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Bandung 1990.
- I Ketut Putra Suarhana, *Kantor Depan*, BPLP Bali, Denpasar, 1985.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikology Komunikasi Remaja*, Karya CV, Bandung, 1985.
- Jujun Surya Sumantri, *Filsafat Ilmu*, Sinar Harapan, Jakarta, 1982.
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988.
- Onong U. Effendy, *Human Relations Dan Relation Dalam Management*, Alumni Bandung, 1987.
- Onong U. Efendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981.
- _____. *Kepemimpinan Dan Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1997.
- _____. *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981.
- _____. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Karya. Bandung. 1984.
- _____. *Radio, Siaran. Teori dan Praktek*. Alumni. Bandung. 1983.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Angkasa, Bandung, 1990.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yayasan Fak. Psikologi UGM, Yogyakarta, 1997.
- Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Armico, Bandung, 1981.
- Ton Kertapati, *Bunga Rampai Azas-Azas Penerangan Dan Komunikasi*, Bina Aksara, Jakarta 1981.