

## Penerapan Etika Komunikasi Reception pada Divisi Kantor Depan dalam Pelayanan Tamu Check In di Javana Royal Vila Seminyak Bali

Muhamad Alam Setiawan<sup>1</sup>, Muharis<sup>1</sup>, Satria Afandi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bumigora, <sup>2</sup>Universitas Triatma Mulya  
Email: [alam.setiawan@universitasbumigora.ac.id](mailto:alam.setiawan@universitasbumigora.ac.id)<sup>1</sup>

### INFO ARTIKEL

#### **Riwayat Artikel:**

Received : 11 April 20224

Revised : 10 Mei 20224

Accepted : 11 Mei 20224

**Keywords:** communication ethics, services, reception

**Kata Kunci:** Etika komunikasi, pelayanan, Reception

**DOI:** 10.62335

### ABSTRACT

*The Increasing competition among accommodation supplies require it to keep optimizing its services in order to give the impression of loyalty to guests to stay. In more specific case, receptionists hold important rules to improve their services, especially in communication ethics. This study is conducted in Javana Royal Villa Seminyak Bali, under the title of Penerapan Etika Komunikasi Reception Pada Front Office Department Dalam Pelayanan Tamu Check in di Javana Royal Villa Seminyak Bali. This research aims to determine the application of reception communication ethics and the influence of the application of reception communication ethics toward room occupancy rate at Javana Royal Villa Seminyak Bali. This study uses qualitative descriptive in which the translation of words or sentences are explained in the presentation. Moreover, the data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The types of data used are primary data and secondary data. The study showed that by not concerning attention to communication ethics, it will greatly impact the comfort of guests in staying which results in bad reviews on the online travel agent so that in this case it certainly has a huge impact on the level of room reservations or on room occupancy in Javana Royal Villa Seminyak Bali.*

### ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan antar penyedia akomodasi menuntut pihak akomodasi untuk terus mengoptimalkan pelayanannya agar dapat memberikan kesan loyalitas pada tamu untuk menginap. Dalam kasus yang lebih spesifik, resepsionis memiliki peran penting untuk meningkatkan pelayanannya, terutama dalam etika komunikasi. Penelitian ini dilakukan di Javana Royal Villa Seminyak Bali, dengan judul Penerapan Etika Komunikasi Reception Pada *Front Office Department* dalam Pelayanan Tamu *Check-in* di Javana Royal Villa Seminyak Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika komunikasi reseption dan pengaruh penerapan etika komunikasi reseption terhadap tingkat hunian kamar di Javana Royal Villa Seminyak Bali. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana dalam penyajiannya dijelaskan terjemahan kata atau kalimat. Teknik

pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan tidak memperhatikan etika komunikasi maka akan sangat berdampak pada kenyamanan tamu dalam menginap yang berakibat pada ulasan buruk pada *online travel agent* tersebut sehingga dalam hal ini tentu berdampak besar pada tingkat pemesanan kamar atau pada okupansi kamar di Javana Royal Villa Seminyak Bali.

## 1. LATAR BELAKANG

Industri Pariwisata merupakan industri yang memiliki perkembangan yang terbilang cepat dan signifikan dewasa ini. Hal ini berdampak juga pada meningkatnya persaingan pada bidang perhotelan sebagai salah satu aspek properti yang mendukung berjalannya pariwisata. Berkaitan dengan hal tersebut timbulah keharusan bahwa setiap hotel sebagai penyedia akomodasi harus terus mengoptimalkan pelayanan yang di berikan kepada tamu. Pelayanan yang optimal yang diberikan pada tamu hotel dapat berupa bentuk peduli pada pelanggan atau pelayanan dengan tindakan terbaik.

Operasional hotel tidak terlepas dari peranan divisi-divisi pendukung yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan karena merupakan satu kesatuan dari sistem operasional hotel tersebut. Hotel memerlukan beberapa divisi sesuai dengan fungsi dan kebutuhan operasionalnya salah satu divisi yang berada di bagian paling depan hotel disebut dengan *Front office Department* (divisi kantor depan). Pada department ini selalu terjadi komunikasi antara tamu dengan staff hotel yang bertugas sehingga aka menimbulkan kesan-kesan yang beragam dari tamu. Hal ini dapat pula menentukan loyalitas dari pelanggan atau tamu dari sebuah hotel. Menurut Fandy (2008:40), pelanggan yang loyal belum tentu puas, tetapi pelanggan yang puas cenderung untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Interaksi yang dilakukan oleh *front office agent* dengan tamu adalah salah satu hal yang menjadi penentu dari loyalitas tamu terhadap hotel. Sebagai studi kasus, menurut data yang diberikan oleh narasumber, terjadi penurunan okupansi pada hotel Javana Royal Villa Bali dimana pada tahun 2018 okupansi hotel tersebut adalah 65,92% , namun terjadi penurunan pada tahun 2019 menjadi 61,39%. Jika merujuk pada data serta review mengenai hotel tersebut ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan okupansi pada tahun 2019 tersebut. Salah satu diantaranya yakni tentang komunikasi antar staf dan tamu. Sebagai contoh, review seorang tamu pada *Online Travel Agent* (OTA) Booking.com mengatakan "*Bad English level of all staff's member*". Dari review tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kefasihan berbahasa inggris dari banyak staf Javana Royal Villa ada di level tidak baik termasuk bila merujuk pada departemen *front office*. Adapun review kedua dari Ross melalui Booking.com mengatakan "*We were a bit confused by their behavior once or twice*". kasus yang disampaikan pada review ini terkait tentang komunikasi yang di mana pertanyaan yang sama yang terus terulang, seolah memberikan kesan bahwa jawaban yang diberikan oleh tamu belum jelas atau belum dipahami dengan baik.

Tidak hanya itu beberapa permasalahan etika komunikasi pada reception ketika proses check in juga merupakan permasalahan yang sering disampaikan oleh tamu. Seperti contohnya pada review yang disampaikan oleh tamu lainnya "*the women seemed not to speak very well with us, no eye contact and lazy to talk and sometimes they just talk to each other in their language while laughing*". Pada review di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar membahas tentang etika komunikasi yang dilakukan oleh *reception*, baik dari kurangnya pemahaman komunikasi, penyampaian serta etika dalam pelaksanaannya. Terkait masalah di atas etika komunikasi dalam

melayani tamu di Javana Royal Villa masih belum diterapkan secara optimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut Penelitian ini perlu dilakukan dengan rumusan-rumusan masalah yang telah diformulasikan sebagai berikut: (1) Bagaimana penerapan etika komunikasi *reception* pada *front office department* dalam pelayanan tamu *check in* di Javana Royal Villa?"; (2) Mengapa etika komunikasi harus diterapkan oleh *reception* pada *front office department* dalam pelayanan tamu *check in* di Javana Royal Villa?".

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Hotel dan Pelayanan

Menurut Sulastiyono (2011), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sedangkan menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW – 340/M PPT – 86 yang dikutip oleh Bagyono (2008, p2) memberi batasan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dipergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi tamu, yang dikelola secara komersil. Dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan sebuah akomodasi yang menyediakan jasa penginapan dengan beragam fasilitas dan layanan baik itu *restaurant, gym, spa, pool* dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat memberikan kesan menginap yang nyaman bagi tamu.

Industri perhotelan adalah industri yang di dalamnya dikerjakan dengan metode pelayanan pada tamu. Menurut Rusydi (2017), Pelayanan (*service*) adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing masing pihak. Menurut Sembiring & Meskardo (2015:161) pelayanan pada perhotelan dapat digambarkan sebagai berikut:

#### a. Pelayanan Pemesanan Kamar

Pelayanan pemesanan kamar dilakukan oleh bagian pemesanan kamar, bagian tersebut merupakan bagian yang pertama yang dihubungkan sebelum tamu tersebut menginap di hotel.

#### b. Pelayanan Penanganan Barang-Barang Tamu

Bagian yang mempunyai tugas dalam menangani barang tamu, menangani penitipan barang atau koper tamu, menjemput dan mengantar tamu pada waktu datang dan berangkat.

#### c. Pelayanan Informasi

Bagian informasi yang bertugas memberikan penjelasan tentang fasilitas-fasilitas yang terdapat di hotel, tempat berbelanja, dan lain sebagainya

#### d. Pelayanan Penerimaan Tamu

Bagian penerimaan tamu (*receptionist*) adalah bagian yang melakukan pendaftaran semua tamu yang menginap di hotel.

#### e. Kasir Kantor Depan Hotel

Bagian Kasir kantor depan hotel mempunyai tugas dalam menangani pembayaran seluruh administrasi atau transaksi yang dilakukan.

### 2.2 Front Office Department

Menurut Bagyono dalam bukunya yang berjudul *Hotel Front Office* yang dikutip oleh Maiziva (2017) “front” yang artinya depan dan “Office” berarti kantor. Jadi, front office merupakan kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya dibagian depan. Area ini merupakan tempat yang paling sibuk di hotel. Dengan lokasi dibagian depan maka *front office* termasuk departemen yang paling mudah dicari dan dilihat oleh tamu. Sedangkan menurut Komar (2014; 9) *Front office department* merupakan bagian terdepan dari sebuah hotel yang berhubungan langsung dengan tamu dengan berbagai koneksi. Jadi dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *front office department* merupakan department yang berada di kantor bagian depan hotel yang dimana merupakan tempat yang akan pertama kali dikunjungi oleh tamu yang akan menjadi kesan pertama bagi tamu. Oleh karena itu, hal penting yang harus diperhatikan oleh *staff* yang bekerja pada divisi ini adalah tentang bagaimana caranya memberikan kesan yang baik bagi tamu misalnya melalui komunikasi. Dalam berkomunikasi yang baik dan yang dapat memberikan kesan baik maka perlu diperhatikan mengenai “etika”.

### 2.3 Receptionist dalam Pelayanan Tamu *Check In*

Receptionist menurut Soetanto (2010:70) ialah petugas yang bertugas khusus menerima dan melayani tamu disebut dengan resepsionis (*receptionist*). Sedangkan menurut Bagyono yang dikutip oleh Maiziva (2017:05-06) merupakan petugas hotel yang tugas utamanya melayani tamu yang akan check-in dan memprosesnya hingga memperoleh kamar yang diinginkan dengan cara yang menyenangkan. Selanjutnya menurut Agusnawar (2004:49) pengertian receptionist adalah petugas yang pertama kali memberi kesan pertama bagi tamu yang baru tiba di hotel. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa receptionist ialah seseorang bertugas penuh dalam melayani tamu yang baru tiba di hotel, mulai dari menyambut tamu, memberikan salam, hingga dalam melakukan proses check in dan check out. Adapun proses registrasi pada saat check-in sebagai berikut:

- a. Menyiapkan kedatangan tamu merupakan proses sebelum kedatangan tamu. Pada bagian ini resepsionis melakukan pemeriksaan pada daftar kedatangan tamu dan menyiapkan kamar sesuai dengan pesanan tamu. Hal ini sudah jarang dilakukan, karena pada umumnya hotel sudah mempunyai registration form yang akan diisi oleh tamu pada saat check-in.
- b. Menyambut tamu merupakan proses penerimaan tamu. Pada bagian ini resepsionis harus menyambut tamu dengan sopan, ramah dan harus terlihat rapi.
- c. Mendaftarkan tamu merupakan proses penerimaan tamu (*check-in process*). Pada bagian ini resepsionis harus melengkapi prosedur pendaftaran dengan menentukan kamar mana tamu menginap serta memberikan harga kamar dan memastikan sistem pembayaran (*establishing the method of payment*). Harga kamar hotel bervariasi tergantung pada kamar mana tamu menginap. Selanjutnya, resepsionis memberikan kunci kamar (*issuing the room key*). Pada aktivitas ini resepsionis harus dapat menjelaskan dengan rinci tentang kamar dan kelebihanannya.

## 2.3 Pengertian Etika

Etika didefinisikan sebagai usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual, dan sosial, sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup. Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu "ethos" yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan di mana etika berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penilai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukan, Mardatillah (2010:04). Definisi etika lebih lanjut menurut Sihite (2000:05) adalah Ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimanakah sepatutnya manusia hidup dalam masyarakat, apa yang baik dan apa yang buruk. Juga didefinisikan sebagai Cabang ilmu filsafat yang memperbincangkan tentang pembinaan kebaikan, penghargaan dan penilaian perwujudan tingkah laku batin sebagai Ukuran sebagai acuan atas tingkah laku manusia.

## 2.4 Etika Dalam Konteks Komunikasi

Etika komunikasi merupakan suatu rangkuman istilah yang mempunyai pengertian tersendiri, yakni norma, nilai, atau ukuran tingkah laku yang baik dalam kegiatan komunikasi di masyarakat (Muti'ah 2019). Sedangkan menurut Husein (2013:36) Hakikat dan peranan etika dalam komunikasi yaitu proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan mempunyai maksud dan makna. Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut perlu adanya etika atau aturan. Hal ini agar pesan komunikasi yang ingin disampaikan memiliki kesamaan makna baik dari komunikator maupun komunikan.

Dari pendapat-pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa etika komunikasi adalah aturan atau tata krama dalam menyampaikan pesan dalam berkomunikasi dengan tujuan pesan komunikasi yang disampaikan memiliki kesamaan makna dan bersifat harmonis. Oleh karena itu, peran etika dalam komunikasi sangat diperlukan mengingat manusia adalah makhluk yang beretika dan berkomunikasi. Etika adalah sebuah aturan yang mengatur manusia agar hidup sesuai dengan norma-norma dan adat kebiasaan.

menurut Hovland dalam Effendy (2011) menyatakan bahwa komunikasi menurut paradigma Lasswell adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Iriantara (2013) menyatakan bahwa etika komunikasi berkaitan dengan etika komunikator saat menyampaikan pesan, etika pesan, dan etika komunikan dalam menyampaikan pesan. Etika komunikator berkaitan dengan perilaku komunikasi yang etis atau yang beradab yang diperlihatkan komunikator. Sedangkan etika pesan berkaitan dengan kualitas kandungan pesan dan tujuan penyampaian pesan, adapun etika komunikan berkaitan dengan bagaimana komunikan menerima pesan dan memandang komunikator sebagai sumber pesan. Wursanto dalam Ardilla (2015) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian.

## 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan berbentuk angka-angka. Adapun pelaksanaannya dilaksanakan di Javana Royal Villa, Bali. Hotel Javana Royal Vila ini terletak di Jln Raya Petitenget No. 27C, Seminyak, Bali. dilakukan dari bulan Februari hingga April 2021, penelitian ini difokuskan pada penerapan etika komunikasi reception pada front office department dalam pelayanan tamu check in di Javana Royal Villa. Untuk data yang valid, digunakan sumber data primer dan sekunder dimana

data primer didapatkan langsung pada narasumber. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data ilmiah berupa teori dan SOP pada front office di Javana Royal Villa.

Untuk mendapatkan data, peneliti terjun langsung pada sumber data untuk mendapatkan data langsung dengan menggunakan metode-metode seperti observasi, wawancara serta metode dokumentasi. Metode-metode ini digunakan guna mendapatkan data yang valid dari sumber data. Teknik analisa data dilakukan dengan tiga cara yaitu yang pertama adalah Reduksi data. Pada tahapan analisis ini, dilakukn proses penyeleksian dan penyederhanaan data melalui seleksi, memfokuskan data mentah ke pola yang lebih terarah. Reduksi data ini dilakukan peneliti untuk mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. Kedua adalah Penyajian data, yaitu sebuah proses pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi. Penyajian data membantu dalam memahami apa yang terjadi dan untuk melakukan sesuatu, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman. (Misna, 2015). Dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini merupakan upaya dalam pencarian makna data yang terkumpul dan akan disajikan dalam bentuk rangkuman dari semuanya dengan pernyataan kalimat yang singkat, jelas, dan padat serta mengandung pengertian yang luas.

#### **4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Gambaran umum penelitian**

Javana Royal Villa merupakan *private villa* yg berlokasi di seminyak Jl. Petitenget no 27c, villa ini terdiri dari 17 villa yang dimana masing-masing villa memiliki *private pool* dan fasilitas lainnya seperti *jacuzzi*, *tv*, *wifi*, *floting breakfast*, antar jemput bandara, *suttle service* Pantai Seminyak dan masih banyak lagi. Mayoritas dari tamu di sini ialah tamu mancanegara baik dari Eropa, Amerika, Asia dan sebagainya.

Oleh sebab itu, etika komunikasi dan bahasa sangat diutamakan dalam pelayanan hotel ini. Terutama pada department *front office* yang berposisi sebagai *receptionist* karna mereka merupakan staff yang akan memberikan *first impression* bagi tamu yang akan menjelaskan semua fasilitas dan informasi yang dibutuhkan oleh tamu. Karna berkomunikasi dengan adanya nilai nilai etika di dalamnya merupakan langkah awal yang baik dalam memberikan kesan pertama kepada tamu.

Etika dalam berkomunikasi sangat diutamakan baik di ruang lingkup kehidupan maupun diruang lingkup pekerjaan, karna etika itu akan mempengaruhi bagaimana pesan itu akan di terima oleh komunikan. Baik itu dalam etika komunikator maupun etika pesan yang disampaikan. Sehingga ketika hal ini diterapkan dalam suatu pekerjaan hususnya pada reception dalam menangani tamu check in tentu akan sangat berdampak pada kenyamanan dan keamanan tamu. Akan tetapi hal ini belum sepenuhnya terlaksana pada penerapan yang dilakukan oleh receptionis Javana Royal Villa, hal ini bisa kita lihat dalam guest comment dari tamu yang menyampaikan bahwa dalam komunikasi antar reception dan tamu sering sekali mengalami *miss communication* atau penyampaian yang kurang terarah yang mengakibatkan tamu berpikir negatif dan merasa tidak nyaman dalam obrolan yang dilakukan.

## 4.2 Analisis Data

Dalam analisis data yang akan dilakukan, perlu diketahui terlebih dahulu bahwasanya dalam pelaksanaan penanganan *check in* oleh staff hotel, Javana Royal Villa memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) tersendiri yang ditetapkan didalam manajemen perusahaan.

### Tugas Penanganan Check-In

#### Standar

Waktu *check-in* adalah pukul 14:00. Namun, jika kamar tersedia pada saat tamu tiba, pelanggan dipersilakan untuk *check-in* lebih awal. Menyapa dan menyambut pelanggan secara profesional dengan cara tradisional. *Check-in* harus ditangani dengan cepat, efektif dan efisien. Menawarkan karangan bunga hanya untuk tamu VIP, *Welcome drink* dan *refreshing face towel*, serta menunjukkan kartu pra-registrasi untuk dilengkapi dan ditandatangani oleh pelanggan. Tunjukkan fasilitas villa secara lengkap, singkat dan jelas.

#### Prosedur

1. Menyambut sesuai S.O.P. dan menawarkan karangan bunga (jika ada), staf GSO menunjukkan fasilitas Bali Villa Properties dan mengantarnya ke resepsionis untuk proses check in.
2. Saat menaiki tangga, Anda harus mengatakan: "Tuan dan Nyonya ....., tolong perhatikan langkah Anda!"
3. GSO menyiapkan dan menyajikan minuman selamat datang dan handuk penyegar, Ucapkan: "Bapak/Ibu. .... ini handuk penyegar dan minuman selamat datang untuk Anda, Tuan dan Nyonya... silakan nikmati minuman Anda.
4. Saat para tamu minum, Anda harus berdiri tegak di dekat pelanggan sampai mereka menghabiskan minumannya.
5. Setelah minum, jelaskan rincian reservasi kepada tamu yaitu jenis vila, tarif (hanya pada akun pribadi), dan layanan yang disertakan.
6. Berusaha melakukan up-sell, tunjukkan bahwa akomodasi yang lebih bagus tersedia dan jelaskan fitur dan manfaatnya. Terapkan teknik upselling.
7. Pastikan tamu menyetujui up-sell sebelum meminta tamu melengkapi Kartu Pendaftaran.
8. Memberikan kartu registrasi yang harus diisi oleh pelanggan, dengan mengatakan: "Pak. dan Ny....tolong lengkapi kartu pendaftaran ini!" Kemudian, serahkan kartu registrasi kepada tamu dengan kedua tangan Anda. Daftarkan pelanggan sesuai S.O.P.
9. Setelah melengkapi kartu pendaftaran, periksa Kartu Pendaftaran untuk memastikan semua informasi yang diperlukan telah lengkap.
10. Periksa metode pembayaran apa yang akan digunakan tamu. Dapatkan kartu kredit dan buatlah cetakan atau kumpulan deposit minimal satu malam (untuk walk-in). Lakukan ini dengan sopan untuk memastikan tamu tidak tersinggung. Jika tamu memiliki voucher atau surat persetujuan untuk pembayaran perusahaan, petugas FO harus mengambilnya dan memverifikasi voucher tersebut terhadap layanan yang dipesan seperti yang tercantum pada reservasi.
11. Kemudian jelaskan fasilitas vila seperti ruang tamu, kolam renang, dan antar mereka ke vilanya.
12. Sesampainya di depan villa, ucapkan: "Bapak dan Ibu....., ini nomor villa anda..... Setelah anda!". Di dalam kamar: staf GSO meminta para tamu untuk memeriksa barang bawaan mereka dan menjelaskan fasilitas kamar kepada para tamu sesuai S.O.P., dan mendorong mereka untuk menaruh barang-barang berharga mereka di brankas.

13. Pada akhirnya, Anda harus berterima kasih kepada para tamu dan mendoakan mereka mendapatkan pengalaman menginap yang menyenangkan dengan mengatakan: "Mr. dan Bu... Saya harap Anda menikmati masa tinggal Anda bersama kami" dan meninggalkan vila tamu sesuai S.O.P.

Dari S.O.P yang telah ditetapkan oleh Javana royal villa diatas dapat dilihat esensi dari etika serta etika berkomunikasi sudah teraplikasikan dalam aturan yang ditentukan. Jika S.O.P tersebut dijalankan dengan baik maka pemberian kesan pertama yang baik kepada tamu harusnya bisa terlaksana.

#### 4.2.1 Penerapan Etika Komunikasi di Javana Royal Villa

penerapan yang ada pada staf Javana Royal Villa masih banyak dari staf yang kurang memperhatikan etika tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Putu Arianti selaku *reception* Javana Royal Villa (wawancara 16 maret 2021) "*Ya, Sebisa mungkin saya berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, tapi masalah yang terjadi ketika berhadapan dengan tamu bule biasanya ini agak susah karna kadang saya juga bingung dengan yang saya ucapkan dalam bahasa inggris*" diikuti oleh Dewa Made Adi Putra mengatakan hal yang sama pada (wawancara 16 maret 2021) "*Kalau tamu lokal mungkin iya karna itu adalah bahasa sehari-hari, tapi jika tamu bule kadang mudah dimengerti bagi kita tapi belum tentu bagi mereka, terutama dalam beberapa penjelasan yang sulit untuk saya ubah ke bahasa inggris*". masalah tersebut di atas berkaitan dengan bahasa yaitu bagaimana menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti.

Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa penguasaan bahasa pada staff *reception* di Javana Royal Villa masih belum memadai. Pentingnya bahasa dalam menjelaskan dan memaparkan fasilitas hotel ataupun dalam menangani masalah yang dialami oleh tamu. Sehingga bahasa merupakan keahlian utama yang benar-benar harus dikuasai oleh seorang *reception*, Tidak hanya itu, etika dengan menatap lawan bicara juga merupakan hal yang harus diperhatikan. Seperti yang disampaikan oleh Putu Dedy Aristana selaku *Leader Front Office* Javana Royal Villa pada (wawancara 16 maret 2021) "*Lebih baik menghentikan pekerjaan ketika sedang mengobrol dengan tamu. karna dengan cara itu mereka merasa dihargai.*" Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa memperhatikan lawan bicara dapat memberikan kesan sopan serta memberikan kesan respect terhadap lawan bicara. Akan tetapi dalam penerapannya ada sebagian staf *reception* yang masih belum memperhatikan hal tersebut seperti yang di sampaikan oleh Putu Arianti pada (wawancara 16 maret 2021) "*kadang saya juga berbicara dengan mereka sambil mengerjakan komputer seperti pada saat menangani tamu walk in, sambil saya create reservasi mereka sambil saya menjawab pertanyaan mereka*". dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan etika dalam komunikasi pada staff *reception* di Javana Royal Villa masih belum maksimal.

Disisi lain, Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada staf *receptionist* di Javana Royal Villa. Maka, penulis menguraikannya sebagai berikut:

*Standar Operational Procedure* (SOP) pada *handling check in* di Javana Royal Villa dapat dikatakan sudah mengacu pada etika komunikasi yang dimana unsur etika komunikasi itu sendiri sudah melekat pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ada. Akan tetapi penerapan yang dilakukan oleh *receptionist* di Javana royal Villa belum sepenuhnya mengikuti *Standar Operational Procedure* (SOP) itu sendiri, terutama pada SOP yang memiliki unsur etika di dalamnya. Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa penerapan etika komunikasi yang dilakukan oleh *receptionist* dalam melayani tamu *check in* belum maksimal dikarenakan beberapa faktor etika yang belum dijalankan oleh seorang *receptionist*. Diataranya seperti menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti, intonasi maupun etika dengan memperhatikan lawan bicara. Hal-hal tersebut

merupakan bagian dari etika seseorang dalam berkomunikasi. Kurangnya perhatian seorang *receptionist* dalam menerapkan etika komunikasi dalam penanganan *check in* kepada tamu tentunya memberikan kesan kurang dihargai dan dihormati.

Diikuti oleh mayoritas tamu dari Javana Royal Villa yaitu 90% merupakan tamu *international* yang dimana etika komunikasi harus diiringi dengan kefasihan berbahasa Inggris guna mendukung penerapan etika komunikasi yang baik yaitu dapat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Sehingga dalam penyampaian yang dilakukan oleh seorang *receptionist* dapat mudah dipahami oleh tamu. Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 16 Maret 2021 kefasihan berbahasa merupakan faktor yang kurang diperhatikan oleh seorang *receptionist*, sehingga awal mula inilah yang memberikan komplain kepada tamu, seperti miss komunikasi, lambatnya penanganan komplain ataupun penanganan kebutuhan tamu dan sebagainya. Hal ini tentu memberikan kesan pertama yang kurang mengenakan dan memberikan pengaruh pada kenyamanan tamu dalam menginap. Sehingga salah satu faktor inilah yang dapat memberikan *bad review* melalui online travel agent yang mana dapat berpengaruh pada bookingan kamar sehingga memberikan dampak pada penurunan hunian di Javana Royal Villa.

## 5. PENUTUP / KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan seperti yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan mengenai etika komunikasi seorang *receptionist* dalam penanganan tamu *check in* di Javana Royal Villa masih belum dikatakan maksimal. Hal ini dapat dilihat dari beberapa penerapan etika komunikasi yang belum sepenuhnya dijalankan dengan baik, tidak hanya itu kekurangan fasihan dalam berbahasa juga merupakan faktor yang paling menonjol dalam pelaksanaannya. Sehingga hal inilah yang memicu terjadinya *complaint* dan *bad review* dari tamu, baik melalui online travel agent maupun dalam *guest comment* yang memberikan pengaruh kepada hunian kamar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Sulastiyono Agus, 2011, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Bandung : Alfabeta.
- Bagyono. (2008). *Teori dan Praktik Hotel Front Office*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Maiziva, Drie Rona. (2017). Peranan Receptionist Pada Front Office Departement Hotel Grand Zuri Pekanbaru. *JOM FISIP*. 4(2): 1-10.
- Komar, R. 2014. *Hotel Management*. Jakarta : PT Grasindo.
- Sembiring, Meskardo, (2015). *Omset Berlipat Dari Bisnis Hotel, Tur, dan Travel*. Jakarta: Penerbit Cemerlang Publishing.
- Agusnawar, 2004, *Reception Hotel*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Mardatillah, Annisa. (2010). Etika Komunikasi Dalam Revormasi Pelayanan Sipil & Publik. *Jurnal Komunikasi Massa*. 3(1): 1-17.
- Sihite, Richard. (2000). *Tourism Industry (Kepariwisataan)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Muti'ah. 2019. "Penerapan Etika Komunikasi di Kalangan Remaja" Skripsi. Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, Banten.
- Husein. (2014). "Etika Komunikasi Anak Penggemar Point Blank di Wilayah Kecamatan Sawahan Kelurahan Banyu Urip Surabaya". Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Prodi Ilmu

Komunikasi. IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Iriantara, Y 2013, *Community Relations ( Konsep dan Aplikasinya)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Misna. (2015). Formulasi Kebijakan Alokasi Dana Desa di Desa Kandolo Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Administrasi Negara*, Volume 3, Nomor 2, 2015: 521-533