



DOI: <https://doi.org/10.38035/jim.v4i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Peran Komunikasi Interpersonal Pegawai dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Layanan Hotel Pangeran Khar

Tasya Nayasza Putri¹, Rendra Widyatama²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia, tasyanayasza26@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia, rendrawidyatama@fsbk.uad.ac.id

Corresponding Author: tasyanayasza26@gmail.com¹

Abstract: *Employee interpersonal communication is a key factor in enhancing customer satisfaction in the hospitality industry, yet research in Indonesian hotels remains limited. This study aims to analyze the role of employee interpersonal communication in enhancing customer satisfaction at Hotel Pangeran Khar. Using a descriptive qualitative approach with a single case study, data were collected through in-depth interviews with 6 employees and 15 guests, participatory observation, and online review analysis. Analysis utilized Joseph DeVito's interpersonal communication theory encompassing five elements: openness, empathy, support, positive attitude, and equality. Results show that hotel employees have implemented effective interpersonal communication through adaptive combinations of verbal and non-verbal communication, achieving high customer satisfaction with consistently excellent ratings on Google Maps. Main barriers include limited English proficiency and insufficient product knowledge, while supporting factors are the implementation of Indonesian local cultural values and organizational support. Employee interpersonal communication plays a significant role in enhancing customer satisfaction through consistent application of DeVito's five communication elements adapted to local culture.*

Keyword: *Interpersonal Communication, Customer Satisfaction, Hospitality Service, Hotel Management, Service Quality.*

Abstrak: Komunikasi interpersonal pegawai merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri perhotelan, namun penelitian di hotel Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran komunikasi interpersonal pegawai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Pangeran Khar. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus tunggal, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 6 pegawai dan 15 tamu, observasi partisipatif, serta analisis review online. Analisis menggunakan teori komunikasi interpersonal Joseph DeVito yang mencakup lima unsur: keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Hasil penelitian menunjukkan pegawai hotel telah menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif melalui kombinasi komunikasi verbal dan non-verbal yang adaptif, dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan rating yang konsisten sangat baik di Google Maps. Hambatan utama meliputi keterbatasan bahasa Inggris dan kurangnya pengetahuan produk, sementara faktor pendukung adalah penerapan nilai budaya lokal Indonesia dan dukungan organisasional. Komunikasi interpersonal pegawai berperan signifikan dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan melalui penerapan konsisten kelima unsur komunikasi DeVito yang disesuaikan dengan budaya lokal.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pelanggan, Layanan Perhotelan, Manajemen Hotel, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor yang sangat bergantung pada kualitas interaksi manusia, di mana komunikasi interpersonal menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman tamu yang berkesan (Hargie, 2021; Braithwaite *et al.*, 2021). Dalam era persaingan bisnis perhotelan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan tidak lagi hanya ditentukan oleh fasilitas fisik yang mewah, tetapi lebih kepada kualitas layanan yang diberikan melalui interaksi personal antara staf hotel dengan tamu. Penelitian Jawabreh *et al.* (2022) menegaskan bahwa keterampilan komunikasi staf front office memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di hotel berbintang lima. Hotel Pangeran Khar sebagai salah satu properti perhotelan menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan melalui optimalisasi komunikasi interpersonal pegawainya. Fenomena ini menjadi semakin penting mengingat tamu hotel modern tidak hanya mencari tempat menginap yang nyaman, tetapi juga mengharapkan pengalaman layanan yang personal dan berkesan melalui interaksi yang berkualitas dengan staf hotel (Baquero, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan dampak signifikan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan dalam berbagai konteks layanan. Kartika *et al.* (2023) menemukan bahwa komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi substansial terhadap tingkat kepuasan pelanggan di hotel. Wulanda *et al.* (2024) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa sikap empati, responsivitas terhadap keluhan, penggunaan bahasa yang sopan, serta kemampuan memberikan informasi yang tepat menjadi faktor krusial dalam memperkaya pengalaman tamu. Konsistensi temuan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan variabel krusial yang tidak dapat diabaikan dalam industri perhotelan. Consul dan Kola (2024) mengkonfirmasi adanya hubungan positif yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan kepuasan kerja karyawan yang pada akhirnya berdampak pada kualitas layanan. Khelifat *et al.* (2021) menambahkan perspektif psikologis dengan menekankan pentingnya *psychological capital* dalam memoderasi hubungan antara stressor dan perilaku interpersonal karyawan.

Penelitian komunikasi interpersonal di hotel Indonesia masih terbatas. Kebanyakan penelitian sebelumnya fokus pada hotel mewah dan menggunakan teori dari luar negeri yang belum tentu cocok dengan budaya Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang khusus melihat kondisi hotel lokal dengan karakteristik tamu Indonesia. Yang baru dari penelitian ini adalah pertama kali meneliti komunikasi pegawai hotel dengan tamu Indonesia secara mendalam. Penelitian ini mengkaji bagaimana cara berkomunikasi yang cocok dengan budaya Indonesia, berbeda dengan penelitian lain yang mengadopsi pola komunikasi dari luar negeri. Selain itu, penelitian ini fokus pada hotel bintang 3 yang memiliki karakteristik berbeda dengan hotel mewah yang biasanya diteliti.

Kebaruan lainnya adalah penelitian ini mengkaji hambatan komunikasi antar generasi yang belum pernah diteliti sebelumnya. Misalnya bagaimana pegawai muda berkomunikasi dengan tamu yang lebih tua, atau sebaliknya pegawai senior melayani tamu milenial. Aspek ini penting karena setiap generasi punya cara komunikasi dan ekspektasi yang berbeda.

Urgensi penelitian ini didorong oleh beberapa alasan mendasar. Pertama, transformasi perilaku konsumen yang semakin mengutamakan pengalaman personal dalam layanan perhotelan memerlukan adaptasi strategi komunikasi yang tepat dan responsif. Kedua,

dampak ekonomi dari kepuasan pelanggan terhadap sustainabilitas bisnis hotel sangat signifikan, di mana tamu yang puas cenderung melakukan kunjungan berulang dan memberikan rekomendasi positif (Li *et al.*, 2020). Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian empiris yang mengkaji secara komprehensif peran komunikasi interpersonal pegawai dalam konteks hotel lokal Indonesia, khususnya yang mempertimbangkan aspek budaya dan karakteristik tamu domestik. Kompleksitas hambatan komunikasi yang muncul akibat perbedaan latar belakang budaya, bahasa, dan ekspektasi tamu yang beragam merepresentasikan tantangan signifikan dalam operasional hotel.

Penelitian ini mengadopsi teori komunikasi interpersonal Joseph DeVito yang mencakup lima unsur utama yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan sebagai foundation teoretis untuk menganalisis efektivitas komunikasi staf hotel (Purwanto *et al.*, 2023). Yamona *et al.* (2018) menunjukkan bahwa kelima unsur komunikasi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam konteks layanan. Evolusi konsep komunikasi interpersonal dalam konteks perhotelan telah berkembang dari pendekatan konvensional yang bersifat transaksional menjadi pendekatan relasional yang mengutamakan kualitas interaksi. Handayani dan Suryani (2019) membuktikan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung komunikasi interpersonal terhadap kepuasan melalui kualitas pelayanan sebagai mediator.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran komunikasi interpersonal pegawai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Pangeran Khar. Secara spesifik, penelitian ini akan: (1) mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh staf hotel; (2) menganalisis hambatan-hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan; (3) mengeksplorasi faktor-faktor yang memperkuat atau menghambat efektivitas komunikasi interpersonal. Pertanyaan penelitian yang akan dijawab meliputi: Bagaimana bentuk komunikasi interpersonal staf hotel terhadap pelanggan di Hotel Pangeran Khar? Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam komunikasi interpersonal dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan? Faktor-faktor apa yang memperkuat atau menghambat efektivitas komunikasi interpersonal pegawai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal untuk memahami dinamika komunikasi interpersonal secara mendalam di Hotel Pangeran Khar. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan pegawai dan tamu, observasi partisipatif, serta analisis review online untuk memperkuat validitas temuan. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena komunikasi interpersonal secara mendalam dan kontekstual. Framework analisis yang dikembangkan mengintegrasikan teori komunikasi interpersonal DeVito dengan konsep kualitas layanan untuk mengukur dampak komunikasi terhadap persepsi kepuasan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi fenomena komunikasi yang terjadi, tetapi juga menganalisis hubungan antara kualitas komunikasi interpersonal dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi pengembangan program pelatihan komunikasi interpersonal yang terstruktur bagi pegawai hotel, serta kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur komunikasi interpersonal dalam konteks industri perhotelan Indonesia. Originalitas penelitian terletak pada fokus spesifik terhadap Hotel Pangeran Khar dengan karakteristik uniknya, serta pengembangan instrumen analisis komunikasi interpersonal yang disesuaikan dengan konteks budaya lokal Indonesia. Inovasi metodologis yang ditawarkan adalah penggunaan triangulasi data melalui wawancara mendalam dengan pegawai multi-level, analisis sentimen review online pelanggan, dan observasi partisipatif untuk menangkap nuansa komunikasi yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Integrasi perspektif multi-stakeholder yang mencakup pegawai, manajemen, dan

pelanggan diharapkan dapat menghasilkan framework komunikasi interpersonal yang komprehensif dan dapat diimplementasikan secara praktis dalam operasional hotel.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami peran komunikasi interpersonal pegawai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Pangeran Khar. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menggali secara mendalam bagaimana pegawai berkomunikasi dengan tamu dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Seperti yang dilakukan Mardarani *et al.* (2022), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena komunikasi dalam konteks pelayanan hotel secara natural.

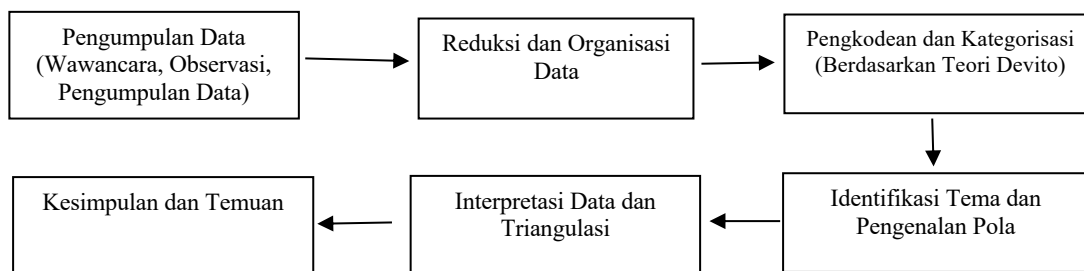
Penelitian menggunakan studi kasus tunggal dengan Hotel Pangeran Khar sebagai fokus utama. Desain ini memungkinkan peneliti mengkaji secara mendalam praktik komunikasi yang terjadi di satu lokasi secara intensif. Pendekatan ini mengacu pada model analisis Miles, Huberman, dan Saldana yang telah terbukti efektif dalam penelitian komunikasi di industri perhotelan.

Subjek penelitian terdiri dari dua kelompok. Kelompok pertama adalah pegawai hotel yang berinteraksi langsung dengan tamu, yaitu resepsionis, housekeeping, bell boy, dan manager. Kelompok kedua adalah 15 orang tamu yang telah menginap dalam 6 bulan terakhir. Jumlah 15 responden tamu ditetapkan karena sesuai dengan karakteristik Hotel Pangeran Khar sebagai hotel bintang 3 dan dianggap cukup untuk mencapai saturasi data dalam penelitian kualitatif.

Data dikumpulkan melalui tiga cara utama. Pertama, wawancara mendalam dengan pegawai dan tamu untuk menggali pemahaman tentang praktik komunikasi interpersonal. Kedua, observasi langsung di area lobby dan check-in/out untuk melihat interaksi nyata antara pegawai dan tamu. Ketiga, analisis review online dari platform digital untuk mendapat perspektif tambahan tentang persepsi tamu. Kombinasi ketiga metode ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang komunikasi interpersonal di hotel.

Analisis menggunakan teori komunikasi interpersonal Joseph Devito yang mencakup lima unsur: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Kerangka ini dipilih karena relevan dengan konteks pelayanan hotel dan telah digunakan dalam penelitian serupa oleh Mardarani *et al.* (2022). Setiap aspek komunikasi pegawai akan dianalisis berdasarkan kelima unsur ini untuk melihat efektivitasnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan tahapan: reduksi data, kategorisasi berdasarkan tema yang muncul, interpretasi dalam kerangka teori komunikasi interpersonal, dan verifikasi temuan. Proses ini memastikan semua informasi dianalisis secara sistematis dan menghasilkan temuan yang bermakna tentang peran komunikasi pegawai. Strategi analisis data yang komprehensif digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 1. Alur Proses Analisis Data

Sumber: analisis penulis diadaptasi dari model interaktif Miles, Huberman & Saldana

Untuk memastikan kualitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari pegawai, tamu, dan manajemen hotel, serta triangulasi metode

yang mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi. *Member checking* dilakukan dengan meminta konfirmasi informan kunci mengenai interpretasi data, sedangkan *peer debriefing* melibatkan rekan peneliti untuk mendiskusikan temuan dan mengurangi bias peneliti (Dartina, 2024; Tirtawati, 2015).

Mengacu pada kriteria trustworthiness Lincoln dan Guba, penelitian ini memperhatikan aspek *credibility* melalui observasi berkelanjutan dan triangulasi data, *transferability* melalui deskripsi detail konteks hotel, *dependability* melalui dokumentasi proses penelitian yang sistematis, dan *confirmability* melalui penyimpanan audit trail berupa data mentah dan transkrip wawancara. Instrumen penelitian divalidasi melalui *expert judgment* melibatkan dosen komunikasi dan praktisi perhotelan untuk memastikan relevansi pertanyaan dan panduan observasi sesuai standar penelitian komunikasi perhotelan yang telah diterapkan dalam penelitian sebelumnya (Handayani & Suryani, 2019; Kountul *et al.*, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Partisipan Penelitian

1. Karakteristik Pegawai Hotel

Penelitian ini melibatkan enam orang pegawai Hotel Pangeran Khar yang bekerja di berbagai departemen dan memiliki kontak langsung dengan tamu. Pemilihan partisipan berdasarkan intensitas interaksi dengan tamu sesuai dengan pendekatan penelitian komunikasi interpersonal yang menekankan pada interaksi langsung antara penyedia layanan dan pelanggan (Fazhari & Rudianto, 2021).

a. Komposisi dan Distribusi Pegawai Berdasarkan Departemen

Berdasarkan hasil wawancara, partisipan terdiri dari enam orang pegawai yang mewakili berbagai departemen utama hotel. Distribusi partisipan meliputi dua orang resepsionis di front office, dua orang housekeeping, satu orang bell boy, dan satu orang manager. Komposisi ini memberikan gambaran komprehensif tentang praktik komunikasi interpersonal di berbagai titik layanan hotel.

Tabel 1. Ringkasan Profil Partisipan Pegawai Hotel

Nama	Posisi	Departemen	Lama Kerja	Pelatihan Komunikasi
V.	Resepsionis	Front Office	3 tahun	Sudah
R.	Resepsionis	Front Office	4 tahun	Sudah
H.	Housekeeping	Housekeeping	7 tahun	Sudah
S.	Housekeeping	Housekeeping	9 tahun	Sudah
S.	Bell Boy	Concierge	1 tahun	Belum
MJ.	Manager	Management	10 tahun	Sudah

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Setiap posisi memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda. Resepsionis berperan sebagai pemberi kesan pertama, housekeeping berinteraksi dalam ruang pribadi tamu, bell boy memberikan bantuan fisik, dan manager menangani masalah kompleks. Keragaman ini memungkinkan penelitian menangkap berbagai aspek komunikasi interpersonal dalam konteks hospitality.

b. Variasi Pengalaman Kerja dan Dampaknya terhadap Keterampilan Komunikasi

Pengalaman kerja partisipan bervariasi dari yang paling junior hingga senior. Syarif memiliki pengalaman paling singkat (1 tahun), sedangkan MJ memiliki pengalaman paling lama (10 tahun). Variasi ini memberikan perspektif yang kaya tentang perkembangan keterampilan komunikasi dari waktu ke waktu.

Variasi pengalaman kerja ini memberikan perspektif yang kaya tentang perkembangan keterampilan komunikasi interpersonal dari waktu ke waktu. Sebagaimana yang disampaikan oleh MJ (25 Juni 2025), "Pengalaman kerja yang berbeda-beda memberikan wawasan yang beragam tentang cara menangani berbagai situasi dengan tamu." Pengalaman yang beragam ini juga mencerminkan proses pembelajaran komunikasi yang berkelanjutan dalam industri hospitality.

c. Latar Belakang Pendidikan dan Pelatihan Komunikasi

Seluruh partisipan memiliki latar belakang pendidikan SMA, menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal yang baik tidak selalu bergantung pada tingkat pendidikan formal yang tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Achieng & Pepela (2023) yang menekankan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal lebih dipengaruhi oleh pelatihan praktis dan pengalaman langsung.

Dalam hal akses pelatihan, empat dari enam partisipan telah mengikuti pelatihan komunikasi formal. Rahmat (25 Juni 2025) menyatakan bahwa "Pelatihan komunikasi yang saya ikuti sangat membantu dalam menghadapi berbagai karakter tamu dengan lebih percaya diri." Sementara itu, MJ sebagai manager aktif memberikan pelatihan internal: "Saya rutin kasih training komunikasi dan role play. Saya juga selalu monitoring langsung ke lapangan."

2. Karakteristik Tamu Hotel

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan 15 responden pada tanggal 25 Juni 2025, dapat diidentifikasi karakteristik tamu Hotel Pangeran Khar yang menunjukkan keragaman profil demografis dan tujuan menginap yang bervariasi.

a. Distribusi Geografis dan Demografi

Hotel Pangeran Khar melayani tamu dari berbagai daerah di wilayah Kalimantan Utara dan sekitarnya. Distribusi geografis tamu menunjukkan dominasi dari daerah lokal dan regional, dengan sebagian besar tamu berasal dari wilayah Tanjung Selor sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Bulungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Baquero (2023) yang menunjukkan bahwa lokasi strategis hotel sangat berpengaruh terhadap profil tamu yang menginap.

Dari aspek demografi, tamu hotel menunjukkan keragaman yang menarik. Terdapat representasi dari berbagai kelompok usia, mulai dari tamu muda hingga tamu dengan usia yang lebih matang. Keragaman ini mencerminkan daya tarik hotel terhadap berbagai segmen pasar, sebagaimana dikemukakan oleh M.B. yang menyatakan bahwa "*staff nya komunikasinya bagus banget, enak diajak ngobrol dan sopan*" (M.B., 25 Juni 2025).

Tabel 2. Profil Partisipan Tamu Hotel Pangeran Khar

No	Tamu	Alamat	Lama Menginap	Tipe Komunikasi
1	M.B.	Tanjung Selor	2 hari	Hangat dan Personal
2	R.M.S.	Tanjung Selor	1 hari	Khusus (Keluarga)
3	M.N.S.	Tanjung Selor	1 hari	Kasual dan Santai
4	R.	Tanjung Selor	3 hari	Efisien dan Bisnis
5	J.S.	Tanjung Selor	2 hari	Friendly dan Natural
6	A.	Tanjung Selor	1 hari	Responsif dan Jelas
7	R.	Mangkupadi	3 hari	Konsisten dan Formal
8	R.	Tanah Kuning	4 hari	Personal dan Stabil
9	A.M.	Tarakan	3 hari	Profesional dan Fleksibel
10	O.P.	Malinau	3 hari	Inklusif dan Budaya

11	A.D.	Tarakan	3 hari	Excellent dan Konsisten
12	T.G.	Nunukan	3 hari	Sopan dan Tradisional
13	E.N.	Tanjung Selor	1 hari	Energik dan Modern
14	S.P.	Tanjung Selor	2 hari	Protektif dan Supportif
15	H.	Tanjung Selor	2 hari	Konsisten dan Engaging

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Tamu hotel berasal dari berbagai daerah di Kalimantan Utara, dengan dominasi dari Tanjung Selor sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Bulungan. Durasi menginap bervariasi antara 1-4 hari dengan rata-rata 2,2 hari per kunjungan, menunjukkan fleksibilitas hotel dalam melayani berbagai kebutuhan tamu.

b. Pola Menginap dan Tujuan Kunjungan

Analisis terhadap pola menginap menunjukkan variasi yang signifikan dalam durasi menginap. Tamu menginap dengan rentang waktu antara 1 hingga 4 hari, dengan rata-rata 2,2 hari per kunjungan. Variasi ini menunjukkan fleksibilitas hotel dalam melayani berbagai kebutuhan tamu, baik untuk keperluan jangka pendek maupun menengah.

Tujuan menginap tamu dapat dikategorikan menjadi beberapa segmen utama. Segmen bisnis teridentifikasi dari profil tamu seperti R. yang menginap selama 3 hari dengan karakteristik komunikasi yang efisien dan berorientasi pada kebutuhan bisnis. Sebagaimana disampaikan oleh R., "Komunikasinya efisien dan to the point, cocok buat saya yang nggak suka bertele-tele" (R., 25 Juni 2025). Hal ini menunjukkan bahwa hotel berhasil mengakomodasi kebutuhan tamu bisnis yang mengutamakan efisiensi dan profesionalisme.

Segmen leisure atau rekreasi juga teridentifikasi dari profil tamu keluarga, seperti R.M.S. yang menginap bersama anak kecil. Kemampuan staff hotel dalam beradaptasi dengan kebutuhan keluarga tercermin dari testimoni R.M.S. yang menyatakan bahwa "staff nya cara bicaranya lembut dan sopan, apalagi sama anak kecil" (R.M.S., 25 Juni 2025).

c. Karakteristik Komunikasi Berdasarkan Profil Tamu

Penelitian menunjukkan bahwa staff hotel berhasil mengadaptasi gaya komunikasi berdasarkan profil tamu yang berbeda. Untuk tamu muda seperti E.N., staff menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih santai dan energik, sebagaimana diungkapkan bahwa "Staff nya komunikasinya fresh dan energetic, cocok sama vibe anak muda" (E.N., 25 Juni 2025).

Sedangkan untuk tamu dengan kebutuhan khusus seperti female solo traveler, staff menunjukkan kepekaan yang tinggi. S.P. mengapresiasi pendekatan komunikasi yang protective dan supportive, "Komunikasi staff sangat gentle dan considerate, mereka sensitive dengan kebutuhan tamu wanita yang traveling solo" (S.P., 25 Juni 2025).

Tabel 3. Klasifikasi Tamu Berdasarkan Preferensi Komunikasi

Tipe Komunikasi	Tamu	Karakteristik Utama	Jumlah
Hangat dan Personal	M.B., J.S., H.	Menyukai sapaan personal, mengingat nama, interaksi hangat	3 orang
Efisien dan Bisnis	R., A.M.	Komunikasi to the point, profesional, tidak bertele-tele	2 orang
Keluarga dan Khusus	R.M.S.	Perhatian ekstra untuk anak, komunikasi sabar dan supportif	1 orang

Kasual dan Santai	M.N.S., E.N.	Komunikasi santai, energik, sesuai usia muda	2 orang
Konsisten dan Formal	R., T.G.	Komunikasi sopan, konsisten, tradisional	2 orang
Responsif dan Jelas	A., A.D.	Komunikasi clear, solution-oriented, proaktif	2 orang
Inklusif dan Budaya	O.P.	Sensitif budaya, inclusive, adaptif	1 orang
Protektif dan Supportif	S.P., R.	Komunikasi caring, protective, personal touch	2 orang

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Dari hasil wawancara dengan 15 tamu, dapat diidentifikasi 8 tipe preferensi komunikasi yang berbeda. Tipe komunikasi "Hangat dan Personal" menjadi yang paling dominan (3 orang), diikuti oleh berbagai tipe lainnya yang menunjukkan keragaman kebutuhan komunikasi tamu hotel. Adaptasi komunikasi ini sejalan dengan penelitian Fazhari dan Rudianto (2021) yang menekankan pentingnya komunikasi interpersonal yang disesuaikan dengan karakteristik audiens untuk mencapai efektivitas yang optimal.

d. Implikasi Terhadap Strategi Komunikasi Hotel

Keragaman karakteristik tamu menuntut staff hotel untuk memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang adaptif dan fleksibel. Sebagaimana dikemukakan dalam penelitian Suidiana *et al.* (2023), kemampuan komunikasi yang responsif dan terbuka menjadi kunci dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dari berbagai latar belakang.

Tamu dengan latar belakang budaya yang berbeda, seperti O.P. dari Malinau, memberikan apresiasi khusus terhadap pendekatan komunikasi yang inklusif. "*Staff nya punya komunikasi yang inclusive dan welcoming*" (O.P., 25 Juni 2025), menunjukkan bahwa hotel berhasil menciptakan lingkungan yang ramah bagi tamu dari berbagai daerah.

Bentuk Komunikasi Interpersonal Staf Hotel

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, berikut adalah analisis bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh staf hotel beserta implementasi dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Bentuk Komunikasi Interpersonal dan Implementasinya

Bentuk Komunikasi	Aspek	Implementasi di Hotel	Dampak pada Kepuasan
Komunikasi Verbal	Sapaan	Salam hangat dengan sebutan yang tepat	Menciptakan kesan pertama positif
	Adaptasi Bahasa	Menyesuaikan dengan usia dan latar belakang	Tamu merasa nyaman dan dipahami
	Transparansi	Jujur dalam memberikan informasi	Membangun kepercayaan
Komunikasi Non-Verbal	Bahasa Tubuh	Postur tegak, gestur sopan	Menunjukkan profesionalisme
	Ekspresi Wajah	Senyum konsisten, kontak mata	Menciptakan suasana ramah
	Penampilan	Seragam rapi, grooming baik	Meningkatkan kredibilitas

(Sumber data: Peneliti, 2025)

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang paling dominan dalam interaksi antara staf hotel dengan tamu. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Hotel Pangeran Khar, ditemukan bahwa penggunaan bahasa dalam komunikasi verbal memiliki beberapa karakteristik yang signifikan mempengaruhi kepuasan tamu.

a. Penggunaan Bahasa Formal dan Informal

Staf hotel menunjukkan kemampuan menyesuaikan gaya bahasa berdasarkan karakteristik tamu. Heri Fadli (HK, 7 tahun pengalaman) menyatakan: "*Saya selalu sambut tamu dengan senyum dan salam hangat. Biasanya bilang 'Selamat pagi/siang/sore Bapak/Ibu, selamat datang di Hotel Pangeran'.*" Adaptasi bahasa ini juga terlihat dalam komunikasi dengan tamu berusia muda, sebagaimana diungkapkan Sabran (HK, 9 tahun): "*Kalau sama yang muda saya lebih santai tapi tetap sopan. Kalau sama yang tua saya lebih formal dan sabar, ngomongnya lebih pelan dan jelas.*"

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yamona *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang baik terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Penggunaan bahasa yang tepat menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kesan positif pertama pada tamu.

b. Adaptasi Bahasa Sesuai Latar Belakang Tamu

Staf hotel menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi berdasarkan karakteristik tamu. Hal ini terlihat dari pernyataan H.1 (25 Juni 2025): "*Saya pakai bahasa tubuh dan gesture yang mudah dimengerti. Kalau perlu saya pakai Google Translate atau minta bantuan resepsionis yang lebih bisa bahasa Inggris.*" Adaptasi ini menunjukkan empati dan upaya untuk memahami kebutuhan komunikasi tamu yang berbeda-beda. Hasil wawancara dengan tamu juga mendukung hal ini. Tamu Milda Novita Sari menyatakan: "*Profesional tapi nggak kaku. Mereka tahu cara berkomunikasi yang pas dengan tamu muda kayak saya.*" Ini menunjukkan bahwa staf mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik demografis tamu.

c. Pilihan Kata dan Intonasi

Pilihan kata yang tepat dan intonasi yang ramah menjadi kunci dalam komunikasi verbal staf hotel. R.2 (25 Juni 2025) mengungkapkan: "*Saya dengerin sampai selesai dulu, nggak potong pembicaraan mereka. Saya kasih perhatian penuh, angguk-angguk biar mereka tau saya ngerti.*" Penggunaan kata-kata yang menunjukkan perhatian dan empati menciptakan suasana komunikasi yang nyaman. Temuan ini konsisten dengan penelitian Handayani dan Pandanwangi (2021) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal secara signifikan dan positif memengaruhi kepuasan. Pilihan kata yang tepat dan intonasi yang ramah menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi tamu.

2. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kesan positif dan membangun hubungan yang baik dengan tamu. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi non-verbal staf Hotel Pangeran Khar menunjukkan kualitas yang mendukung kepuasan tamu.

a. Bahasa Tubuh dan Gestur

Staf hotel menunjukkan kesadaran yang baik tentang pentingnya bahasa tubuh dalam komunikasi. H.2 (25 Juni 2025) menyatakan: "*Jalan tegak, nggak nunduk-nunduk, kontak mata yang sopan, dan gesture yang nggak berlebihan. Saya juga jaga jarak yang tepat sama tamu, nggak terlalu dekat atau jauh.*" Hal ini menunjukkan pemahaman yang baik tentang profesionalisme dalam komunikasi non-verbal. Bell boy

juga menunjukkan sikap yang konsisten, sebagaimana diungkapkan B.1 (25 Juni 2025): "*Saya hampiri dengan senyum dan bilang 'Selamat datang di Hotel Pangeran, boleh saya bantu bawa tasnya?'* Saya nggak langsung ambil barang mereka, tapi nunggu izin dulu." Gestur yang menunjukkan penghormatan terhadap privasi tamu mencerminkan komunikasi non-verbal yang profesional.

b. Ekspresi Wajah dan Kontak Mata

Ekspresi wajah yang ramah dan kontak mata yang tepat menjadi aspek penting dalam komunikasi non-verbal. Hasil wawancara dengan tamu Maleaki Bidang menunjukkan apresiasi terhadap aspek ini: "Staff nya komunikasinya bagus banget, enak diajak ngobrol dan sopan. Mereka juga cepat tanggap kalau saya butuh bantuan."

Penelitian Park et al. (2021) menunjukkan bahwa perilaku interpersonal harian karyawan restoran dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemampuan komunikasi non-verbal. Konsistensi dalam menunjukkan ekspresi wajah yang positif dan kontak mata yang tepat menciptakan rasa percaya dan kenyamanan pada tamu.

c. Penampilan dan Postur

Penampilan yang rapi dan postur yang profesional menjadi bagian integral dari komunikasi non-verbal. H.2 (25 Juni 2025) menekankan: "*Saya selalu jaga postur tubuh yang baik, jalan nggak terburu-buru, dan selalu senyum kalau bertemu tamu. Saya juga pastikan seragam selalu rapi dan bersih.*" Hal ini menunjukkan kesadaran bahwa penampilan fisik merupakan bagian dari komunikasi yang dapat mempengaruhi persepsi tamu.

3. Penerapan 5 Unsur Komunikasi DeVito

Analisis penerapan lima unsur komunikasi interpersonal menurut DeVito menunjukkan hasil yang bervariasi namun secara keseluruhan positif dalam mendukung kepuasan tamu.

a. Keterbukaan (*Openness*): Transparansi Informasi dan Kejujuran

Unsur keterbukaan menunjukkan hasil yang cukup baik meskipun masih ada ruang untuk perbaikan. R.1 (25 Juni 2025) menunjukkan sikap jujur: "*Saya jujur bilang 'Maaf Pak/Bu, saya kurang tau. Tapi saya bisa bantu tanyakan ke resepsionis atau manager'. Saya nggak bohong atau asal jawab.*" Kejujuran dalam mengakui keterbatasan pengetahuan menunjukkan transparansi yang baik. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Yamona et al. (2018) yang menemukan bahwa unsur keterbukaan masih menghadapi hambatan seperti karyawan yang tidak jujur dalam menyampaikan informasi promo. Di Hotel Pangeran Khar, staf menunjukkan komitmen terhadap transparansi informasi yang lebih baik.

b. Empati (*Empathy*): Memahami Kebutuhan dan Perasaan Tamu

Unsur empati menunjukkan implementasi yang sangat baik di Hotel Pangeran Khar. H.1 (25 Juni 2025) menunjukkan empati yang tinggi: "Saya tanya bahan pembersih apa yang nggak cocok, terus saya cari alternatif yang lebih aman. Saya juga pastikan kamar udah nggak bau pembersih sebelum mereka balik ke kamar." Kemampuan memahami dan merespons kebutuhan khusus tamu menunjukkan empati yang mendalam.

Tamu Risha Melda Sari mengkonfirmasi hal ini: "Waktu anak saya rewel minta susu hangat, staff langsung bantuin bikinin tanpa nunggu diminta." Kemampuan staf untuk memahami dan merespons kebutuhan tanpa diminta menunjukkan empati yang tinggi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Zakiyah dan Wahyono (2020) yang menunjukkan bahwa empati dalam komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Empati yang ditunjukkan staf hotel menciptakan pengalaman yang personal dan berkesan bagi tamu.

c. Dukungan (*Supportiveness*): Bantuan dan Solusi atas Masalah Tamu

Unsur dukungan menunjukkan implementasi yang sangat baik. R.1 (25 Juni 2025) menunjukkan sikap supportif: "*Pertama saya minta maaf dulu, terus dengerin baik-baik keluhan mereka. Saya tanya detail masalahnya apa, terus cari solusi yang terbaik. Kalau perlu saya panggil supervisor untuk bantu selesaikan.*" Kesiapan untuk mendengarkan dan mencari solusi menunjukkan dukungan yang komprehensif.

Manager MJ (25 Juni 2025) juga menekankan pentingnya dukungan: "*Saya pastikan semua staff paham standar pelayanan kita. Saya juga selalu remind bahwa setiap interaksi sama tamu itu penting untuk reputasi hotel.*" Dukungan tidak hanya diberikan kepada tamu, tetapi juga dalam bentuk pembinaan terhadap staf.

d. Sikap Positif (*Positiveness*): Antusiasme dan Keramahan

Sikap positif menunjukkan implementasi yang konsisten di semua level staf. H.1 (25 Juni 2025) menunjukkan sikap positif: "*Saya selalu senyum dan bilang 'Selamat pagi/siang Bapak/Ibu' sambil sedikit membungkuk. Kalau di lift saya tanya mau ke lantai berapa dan bantuin pencet tombolnya.*" Antusiasme dalam memberikan bantuan kecil menciptakan pengalaman positif bagi tamu. Tamu Hasniar memberikan feedback positif: "*Sangat ramah dan genuine. Komunikasi mereka sincere dan bikin saya feel valued sebagai tamu.*" Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif staf berhasil menciptakan perasaan dihargai pada tamu. Berbeda dengan temuan Yamona *et al.* (2018) yang menemukan bahwa unsur sikap positif belum berjalan maksimal karena lemahnya pengawasan, di Hotel Pangeran Khar sikap positif menunjukkan implementasi yang lebih baik dan konsisten.

e. Kesetaraan (*Equality*): Menghargai Tamu Tanpa Diskriminasi

Unsur kesetaraan menunjukkan implementasi yang baik. R.2 (25 Juni 2025) menunjukkan sikap non-diskriminatif: "*Saya tetap senyum dan bilang 'Baik Pak/Bu, kalau ada yang perlu dibantu, saya ada di lobby'. Saya nggak ngambil hati atau baper, mungkin mereka lagi bad mood.*"

Tabel 5. Analisis Penerapan Lima Unsur Komunikasi DeVito

Unsur DeVito	Implementasi	Contoh Perilaku	Respons Tamu
Keterbukaan	Baik	Jujur mengakui keterbatasan pengetahuan, transparansi informasi	Tamu merasa dipercaya dan dihargai
Empati	Sangat Baik	Memahami kebutuhan khusus, merespons tanpa diminta	Tamu merasa diperhatikan dan dipahami
Dukungan	Baik	Mendengarkan keluhan, mencari solusi komprehensif	Tamu merasa didukung dan dibantu
Sikap Positif	Sangat Baik	Senyum antusiasme melayani	Tamu merasa welcome dan nyaman
Kesetaraan	Baik	Pelayanan konsisten tanpa diskriminasi	Tamu merasa dihargai setara

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Hasil wawancara dengan berbagai tamu dari latar belakang yang berbeda menunjukkan konsistensi pelayanan yang baik. Tamu Romiansyah menyatakan: "*Staff nya professional semua, pelayanannya konsisten selama 3 hari saya menginap.*" Konsistensi ini menunjukkan penerapan kesetaraan yang efektif.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Dartina (2024) yang menunjukkan bahwa penguatan komunikasi interpersonal berperan signifikan dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Penerapan lima unsur komunikasi DeVito yang baik di Hotel Pangeran Khar berkontribusi pada terciptanya kepuasan tamu yang tinggi.

Secara keseluruhan, implementasi komunikasi interpersonal staf Hotel Pangeran Khar menunjukkan kualitas yang baik dalam mendukung kepuasan tamu. Meskipun masih ada ruang untuk perbaikan dalam beberapa aspek, namun komitmen staf terhadap komunikasi yang berkualitas telah menciptakan pengalaman positif bagi tamu. Hal ini tercermin dari feedback positif yang diberikan oleh tamu dan tingkat kepuasan yang tinggi berdasarkan review yang diperoleh.

Hambatan Komunikasi Interpersonal

1. Hambatan Internal (dari Pegawai)

a. Keterbatasan Bahasa dan Kosakata

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juni 2025, teridentifikasi beberapa hambatan internal yang dialami pegawai Hotel Pangeran Khar dalam berkomunikasi dengan tamu. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan bahasa, terutama bahasa Inggris. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu resepsionis (R1, 25 Juni 2025): "*Kalau masih susah, saya pakai Google Translate di HP. Yang penting kita bisa saling ngerti maksudnya.*" Hambatan ini sejalan dengan temuan Yamona *et al.* (2018) yang menunjukkan bahwa keterbatasan bahasa dapat menghambat proses komunikasi interpersonal antara frontliner dan pelanggan.

Staff housekeeping juga mengalami kendala serupa. Salah satu housekeeping (H1, 25 Juni 2025) menyatakan: "*Saya pakai bahasa tubuh dan gesture yang mudah dimengerti. Kalau perlu saya pakai Google Translate atau minta bantuan resepsionis yang lebih bisa bahasa Inggris.*" Kondisi ini menunjukkan bahwa pegawai berusaha mencari solusi alternatif meskipun menghadapi keterbatasan bahasa.

b. Kurangnya Pengetahuan Produk Hotel

Hambatan lain yang teridentifikasi adalah kurangnya pengetahuan mendalam tentang produk dan layanan hotel. Bell boy (B1, 25 Juni 2025) mengakui: "*Saya jujur bilang 'Maaf Pak/Bu, saya kurang tau. Tapi saya bisa bantu tanyakan ke resepsionis atau manager'. Saya nggak bohong atau asal jawab.*" Meskipun sikap jujur ini positif, hal ini menunjukkan adanya gap pengetahuan yang perlu diperbaiki melalui pelatihan produk yang lebih komprehensif.

c. Rasa Gugup atau Tidak Percaya Diri

Faktor psikologis seperti rasa gugup atau kurang percaya diri juga menjadi hambatan internal. Hal ini terlihat dari cara beberapa pegawai mengekspresikan diri mereka dalam wawancara, di mana mereka masih terlihat ragu-ragu dalam menyampaikan pendapat. Kondisi ini dapat mempengaruhi kualitas komunikasi interpersonal dengan tamu, sebagaimana dijelaskan oleh Weningtyas dan Suseno (2012) bahwa komunikasi interpersonal yang efektif memerlukan kepercayaan diri dari komunikator.

2. Hambatan Eksternal (dari Tamu)

a. Perbedaan Bahasa Daerah

Hambatan eksternal yang paling sering dihadapi adalah perbedaan bahasa daerah dan nasional. Tamu yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia memiliki dialek dan cara komunikasi yang berbeda. Resepsionis (R1, 25 Juni 2025) menjelaskan: "*Saya coba pakai bahasa Inggris sederhana yang saya bisa. Kalau masih susah, saya pakai Google Translate di HP.*" Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan bahasa merupakan tantangan nyata dalam komunikasi interpersonal di industri perhotelan.

b. Ekspektasi yang Tidak Realistis

Beberapa tamu memiliki ekspektasi yang tidak realistis terhadap layanan hotel. Housekeeping (H2, 25 Juni 2025) menyatakan: "*Saya tanya berapa lama waktu yang mereka harapkan. Saya jelasin prosedur standar tapi juga coba sesuaikan dengan kebutuhan mereka kalau memungkinkan.*" Ekspektasi yang tidak sesuai dengan standar operasional hotel dapat menimbulkan konflik komunikasi dan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

c. Perbedaan Generasi dan Gaya Komunikasi

Tamu dari generasi yang berbeda memiliki gaya komunikasi yang berbeda pula. Hal ini terlihat dari pengalaman salah satu tamu muda (MNS, 25 Juni 2025) yang menyatakan: "*Profesional tapi nggak kaku. Mereka tahu cara berkomunikasi yang pas dengan tamu muda kayak saya.*" Sebaliknya, tamu dari generasi yang lebih tua mungkin memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih formal dan terstruktur.

3. Hambatan Situasional

a. Waktu Check-in/out yang Padat

Kondisi peak time saat check-in dan check-out menjadi hambatan situasional yang signifikan. Resepsionis (R1, 25 Juni 2025) menjelaskan: "*Saya jelaskan kondisinya dengan sopan, minta maaf atas ketidaknyamanan. Saya tawarkan mereka duduk di lobby sambil menunggu, atau kasih minuman gratis sebagai bentuk permintaan maaf.*" Waktu yang terbatas dan tamu yang banyak dapat mempengaruhi kualitas komunikasi interpersonal.

b. Gangguan Teknis (Sistem, Telepon)

Gangguan teknis seperti sistem reservasi yang lambat atau gangguan telepon dapat menghambat proses komunikasi. Housekeeping (H1, 25 Juni 2025) menyebutkan: "*Kalau masalah AC atau TV, saya coba benerin dulu. Kalau nggak bisa, saya langsung hubungi teknisi dan bilang ke tamu berapa lama kira-kira nunggu.*" Gangguan teknis ini memerlukan komunikasi yang lebih intensif untuk menjelaskan situasi kepada tamu.

c. Kondisi Fisik Lingkungan (Bising, Ramai)

Kondisi lingkungan yang bising atau ramai dapat mengganggu proses komunikasi interpersonal. Hal ini memerlukan keterampilan komunikasi yang lebih baik untuk memastikan pesan dapat tersampaikan dengan jelas kepada tamu.

Dampak Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Dampak Positif Komunikasi Efektif

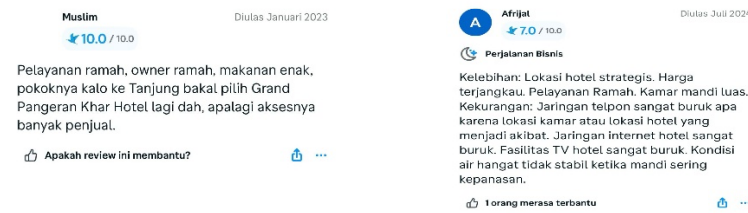
a. Peningkatan Persepsi Kualitas Layanan

Komunikasi interpersonal yang efektif terbukti meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas layanan hotel. Tamu MBA (25 Juni 2025) menyatakan: "*Staff nya komunikasinya bagus banget, enak diajak ngobrol dan sopan. Mereka juga cepat tanggap kalau saya butuh bantuan.*" Hal ini sejalan dengan penelitian Kartika et al. (2023) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 27,3%.

Tamu lain (RMS, 25 Juni 2025) juga memberikan testimoni positif: "*Staff nya cara bicaranya lembut dan sopan, apalagi sama anak kecil. Mereka sabar banget jelasinnya.*" Komunikasi yang ramah dan sabar menunjukkan bahwa pegawai memahami kebutuhan tamu yang berbeda-beda, termasuk tamu yang membawa anak kecil. Dampak positif juga dapat dilihat dari review dari berbagai sumber seperti gambar dibawah ini:



Gambar 1. Review online yang dikumpulkan dari Google Maps



Gambar 2. Review online yang dikumpulkan dari Traveloka

Tabel 6. Distribusi Rating Review Online Hotel Grand Pangeran Khar

Platform	Rating	Persentase
Google Maps	5/5	80%
Google Maps	4/5	10%
Google Maps	1/5	10%
Traveloka	10/10	33,30%
Traveloka	8,5/10	33,30%
Traveloka	7/10	33,30%

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas review pelanggan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Pada platform Google Maps, kebanyakan pelanggan memberikan rating sempurna (5/5), sementara 10% memberikan rating baik (4/5). Hanya terdapat satu review negatif (1/5) yang mengindikasikan adanya area yang memerlukan perbaikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kartika *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 27,3%.

b. Tamu Merasa Dihargai dan Diperhatikan

Komunikasi interpersonal yang baik membuat tamu merasa dihargai dan diperhatikan. Seperti yang diungkapkan oleh tamu HNR (25 Juni 2025): "*Komunikasi staff sangat baik dan consistent. Mereka maintain kualitas conversation yang pleasant selama 2 hari.*" Konsistensi dalam komunikasi menunjukkan bahwa pegawai memiliki komitmen untuk memberikan layanan terbaik. Tamu RMS (25 Juni 2025) juga merasakan hal serupa: "*Yang berkesan konsistensi komunikasi mereka. Setiap hari mereka tanya kabar dan pastiin pengalaman saya tetap menyenangkan.*" Perhatian personal seperti ini menciptakan ikatan emosional antara tamu dan hotel, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 7. Kategorisasi Pengalaman Berkesan Tamu Hotel Grand Pangeran Khar

Kategori Pengalaman	Jumlah Tamu	Contoh Pengalaman
Keramahan dan Empati	12	Bantuan spontan (charger HP, susu hangat anak)
Komunikasi Personal	10	Mengingat preferensi tamu, percakapan santai
Respons Cepat	9	Penanganan AC rusak, layanan pencetakan
Adaptasi Gaya Komunikasi	8	Sesuai usia dan karakter tamu
Perhatian Khusus	7	Kejutan ulang tahun, tips keselamatan

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 tamu yang telah menginap di Hotel Grand Pangeran Khar pada 25 Juni 2025, terlihat bahwa komunikasi interpersonal pegawai memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang berkesan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulanda *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa komunikasi yang ramah dan efektif mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tamu mengalami pengalaman berkesan terkait keramahan dan empati pegawai. Seperti yang diungkapkan oleh M.B. (25 Juni 2025), "*Staff nya komunikasinya bagus banget, enak diajak ngobrol dan sopan. Mereka juga cepat tanggap kalau saya butuh bantuan.*" Pernyataan ini menunjukkan bahwa dimensi empati dan daya tanggap dalam komunikasi interpersonal berperan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang mendukung penelitian Ali *et al.* (2021) tentang dampak positif dimensi empati dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Aspek komunikasi personal juga menjadi faktor penting yang dialami oleh tamu. Hal ini terlihat dari pengalaman M.N.S. (25 Juni 2025) yang menyatakan, "*Saya suka staff nya perhatian banget, bahkan mengingat preferensinya seperti kebiasaan minum kopi.*" Kemampuan pegawai untuk mengingat detail personal tamu mencerminkan kualitas komunikasi interpersonal yang baik, sejalan dengan penelitian Consul dan Kola (2024) yang menemukan hubungan positif antara kualitas komunikasi interpersonal dan kepuasan kerja.

c. Kemungkinan Kunjungan Berulang

Komunikasi interpersonal yang efektif meningkatkan kemungkinan tamu untuk berkunjung kembali. Tamu MNS (25 Juni 2025) menyatakan: "*Iya, terutama buat teman-teman seusia saya. Staff nya komunikasinya nyambung dan nggak buat canggung.*" Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang tepat sasaran dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Tamu TGN (25 Juni 2025) juga memberikan konfirmasi: "*Tentu saja. Saya puas dengan pelayanannya dan pasti akan menyarankan teman-teman saya untuk menginap di sini.*" Rekomendasi dari tamu yang puas merupakan indikator kuat dari efektivitas komunikasi interpersonal dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

2. Dampak Negatif Komunikasi Buruk

a. Komplain dan Ketidakpuasan Tamu

Meskipun secara umum komunikasi interpersonal di Hotel Pangeran Khar menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa area yang masih perlu diperbaiki. Berdasarkan review online, terdapat beberapa keluhan tamu terkait ketidaksesuaian informasi yang diberikan. Hal ini sejalan dengan temuan Yamona *et al.* (2018) yang

mengidentifikasi bahwa hambatan dalam unsur keterbukaan (*openness*) dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

b. Review Negatif Online

Dari data review yang dikumpulkan, terdapat satu review dengan rating 1/5 yang menunjukkan ketidakpuasan tamu. Meskipun jumlahnya relatif kecil, review negatif ini dapat mempengaruhi reputasi hotel secara keseluruhan. Wulanda *et al.* (2024) menekankan pentingnya komunikasi yang responsif terhadap keluhan untuk mencegah dampak negatif yang lebih besar.

c. Penurunan Reputasi Hotel

Komunikasi yang buruk dapat berdampak pada penurunan reputasi hotel dalam jangka panjang. Oleh karena itu, konsistensi dalam komunikasi interpersonal menjadi kunci untuk mempertahankan reputasi positif. Seperti yang diungkapkan oleh penelitian Handayani dan Suryani (2019), komunikasi interpersonal memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat dan dapat dimediasi oleh kualitas pelayanan.

Berdasarkan analisis data wawancara dan review tamu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal pegawai Hotel Pangeran Khar secara umum memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, masih terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi yang lebih komprehensif.

Faktor Yang Memperkuat Komunikasi Efektif

1. Faktor Budaya Lokal Indonesia

Budaya Indonesia yang kaya akan nilai-nilai kesopanan dan tata krama menjadi fondasi kuat dalam komunikasi interpersonal di Hotel Pangeran Khar. Berdasarkan hasil wawancara dengan tamu hotel, nilai-nilai budaya lokal ini sangat terasa dalam setiap interaksi dengan pegawai. Sebagaimana diungkapkan oleh tamu yang berinisial M.B. pada tanggal 25 Juni 2025, "*Staff nya komunikasinya bagus banget, enak diajak ngobrol dan sopan. Mereka juga cepat tanggap kalau saya butuh bantuan.*"

Penerapan konsep "*senyum, salam, sapa*" menjadi ciri khas yang membedakan Hotel Pangeran Khar dari hotel lainnya. Hal ini sejalan dengan temuan Handayani dan Pandanwangi (2021) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Pegawai housekeeping yang berinisial H.F. menjelaskan pada tanggal 25 Juni 2025, "*Saya selalu senyum dan bilang 'Selamat pagi/siang Bapak/Ibu' sambil sedikit membungkuk. Kalau di lift saya tanya mau ke lantai berapa dan bantuin pencet tombolnya.*"

Penghormatan terhadap orang yang lebih tua juga menjadi nilai yang sangat dijunjung tinggi. Resepsionis yang berinisial V.S. pada tanggal 25 Juni 2025 menyatakan, "Kalau sama yang muda saya lebih santai tapi tetap sopan. Kalau sama yang tua saya lebih formal dan sabar, ngomongnya lebih pelan dan jelas. Intinya disesuaikan dengan karakter mereka." Pendekatan ini menunjukkan sensitivitas budaya yang tinggi dan kemampuan adaptasi komunikasi sesuai dengan karakteristik tamu, yang sejalan dengan penelitian Yamona, Zulfiani, dan Dristiana (2018) tentang pentingnya empati dalam komunikasi interpersonal.

2. Faktor Organisasional

Dukungan organisasi dalam bentuk pelatihan komunikasi menjadi faktor penting yang memperkuat efektivitas komunikasi interpersonal. Manager hotel yang berinisial M.J. pada tanggal 25 Juni 2025 menjelaskan, "Saya rutin kasih training komunikasi dan role play. Saya juga selalu monitoring langsung ke lapangan, observasi cara staff berinteraksi sama tamu. Yang penting kasih contoh yang baik dulu."

Standar operasional pelayanan (SOP) yang telah ditetapkan memberikan panduan yang jelas bagi pegawai dalam berkomunikasi dengan tamu. Hal ini terlihat dari konsistensi pelayanan yang diberikan oleh semua pegawai, sebagaimana dikonfirmasi oleh tamu yang berinisial R.A. pada tanggal 25 Juni 2025, "Mereka selalu engaging dan responsif, bikin atmosfer hotel terasa hangat. Profesionalisme mereka berpadu sempurna dengan kehangatan."

Dukungan manajemen dan supervisi yang berkelanjutan juga berperan penting dalam mempertahankan kualitas komunikasi. Zakiyah dan Wahyono (2020) menekankan bahwa peran kualitas pelayanan sebagai mediator sangat penting dalam memaksimalkan dampak komunikasi interpersonal terhadap kepuasan masyarakat. Tabel berikut menunjukkan program pelatihan komunikasi yang telah diikuti oleh pegawai:

Tabel 8. Program Pelatihan Komunikasi Pegawai

Nama Pegawai	Posisi	Masa Kerja	Status Pelatihan
H.F.	Housekeeping	7 tahun	Sudah
S.B.	Housekeeping	9 tahun	Sudah
R.M.	Front Office	4 tahun	Sudah
V.S.	Front Office	3 tahun	Sudah
S.Y.	Bell Boy	1 tahun	Belum
M.J.	Manager	10 tahun	Sudah

(Sumber data: Peneliti, 2025)

3. Faktor Individual Pegawai

Motivasi kerja dan attitude yang positif menjadi faktor individual yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi interpersonal. Hal ini terlihat dari antusiasme pegawai dalam melayani tamu, sebagaimana diungkapkan oleh pegawai bell boy yang berinisial S.Y. pada tanggal 25 Juni 2025, "Saya hampiri dengan senyum dan bilang 'Selamat datang di Hotel Pangeran, boleh saya bantu bawa tasnya?' Saya nggak langsung ambil barang mereka, tapi nunggu izin dulu."

Pengalaman dan kemampuan personal yang dimiliki pegawai juga berkontribusi besar terhadap efektivitas komunikasi. Pegawai dengan masa kerja yang lebih lama menunjukkan kemampuan komunikasi yang lebih matang dan dapat menghadapi berbagai situasi dengan lebih baik. Tamu yang berinisial A.M. pada tanggal 25 Juni 2025 mengakui, "Komunikasi mereka membuat saya merasa welcome dan comfortable. Mereka punya interpersonal skill yang kuat dan mampu membangun hubungan baik dengan tamu."

Keterampilan mengatasi situasi sulit juga menjadi keunggulan pegawai Hotel Pangeran Khar. Ketika menghadapi komplain atau situasi yang tidak menyenangkan, pegawai menunjukkan kemampuan komunikasi yang baik dalam menangani masalah tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh pegawai housekeeping yang berinisial H.F. pada tanggal 25 Juni 2025, "Saya langsung minta maaf dan tanya bagian mana yang kurang bersih. Saya langsung beresin dan pastikan kamar bersih sesuai standar. Setelah selesai saya konfirmasi ke tamu apakah sudah oke."

Faktor Yang Menghambat Komunikasi Efektif

1. Keterbatasan Sumber Daya

Kurangnya pelatihan komunikasi menjadi hambatan utama yang dihadapi hotel. Berdasarkan data yang diperoleh, belum semua pegawai mendapatkan pelatihan komunikasi yang memadai. Pegawai bell boy yang berinisial S.Y. dengan masa kerja 1 tahun belum mendapatkan pelatihan komunikasi formal, meskipun menunjukkan kemampuan komunikasi yang baik secara natural. Hal ini sejalan dengan temuan

Handayani dan Suryani (2019) yang menyatakan bahwa kinerja pegawai memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat melalui kualitas pelayanan.

Beban kerja yang berlebihan juga menjadi faktor penghambat komunikasi yang efektif. Dengan jumlah pegawai yang terbatas, setiap pegawai harus menangani banyak tamu dalam waktu yang bersamaan, sehingga kadang-kadang tidak dapat memberikan perhatian yang optimal kepada setiap tamu. Manager hotel yang berinisial M.J. pada tanggal 25 Juni 2025 mengakui, "*Yang penting komunikasi terus sama tamu biar mereka nggak bingung*" ketika menghadapi gangguan teknis yang membutuhkan waktu penanganan.

Fasilitas pendukung yang terbatas juga mempengaruhi efektivitas komunikasi. Ketika sistem komputer bermasalah atau fasilitas kamar mengalami kerusakan, pegawai harus mengandalkan komunikasi yang lebih intensif untuk menjaga kepuasan tamu. Resepsionis yang berinisial V.S. pada tanggal 25 Juni 2025 menjelaskan, "*Saya langsung minta maaf dan jelasin kondisinya. Saya coba cari solusi lain, misalnya tulis manual dulu atau pindah ke komputer lain.*"

2. Perbedaan Karakteristik Tamu

Gap generasi antara tamu milenial dan senior menjadi tantangan tersendiri dalam komunikasi interpersonal. Tamu muda seperti E.N. pada tanggal 25 Juni 2025 mengungkapkan, "*Mereka bisa ngobrol kayak teman tapi tetap sopan,*" sementara tamu yang lebih senior membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih formal dan sabar. Hal ini mengharuskan pegawai untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi.

Perbedaan tingkat pendidikan dan latar belakang sosial-ekonomi tamu juga mempengaruhi gaya komunikasi yang harus diterapkan. Tamu bisnis seperti R.D. pada tanggal 25 Juni 2025 menginginkan komunikasi yang "*to the point*" dan efisien, sedangkan tamu leisure lebih mengharapkan komunikasi yang hangat dan personal. Kountul, Mingkid, dan Papatungan (2018) menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang efektif sangat berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Variasi latar belakang sosial-ekonomi juga memerlukan pendekatan yang berbeda. Tamu yang berinisial O.P. pada tanggal 25 Juni 2025 menghargai komunikasi yang "*inklusif dan sabar*" karena merasa dihargai meskipun berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Mardarani, Sumiyati, dan Syafuddin (2022) menekankan pentingnya strategi komunikasi interpersonal yang sistematis dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

3. Tantangan Operasional

Pergantian shift yang sering menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi komunikasi. Informasi yang disampaikan oleh pegawai shift pagi harus dapat dilanjutkan dengan baik oleh pegawai shift siang atau malam. Hal ini memerlukan koordinasi yang baik dan sistem informasi yang efektif untuk memastikan continuity dalam pelayanan tamu.

Tekanan waktu pelayanan juga menjadi faktor penghambat, terutama pada saat peak season atau ketika hotel mencapai tingkat okupansi yang tinggi. Pegawai harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dalam waktu yang terbatas, tanpa mengorbankan aspek personal dalam komunikasi. Tamu yang berinisial H.S. pada tanggal 25 Juni 2025 menilai, "*Mereka tahu cara menjalin percakapan yang personal tanpa terkesan basa-basi.*"

Koordinasi antar departemen juga menjadi tantangan operasional yang signifikan. Ketika tamu membutuhkan bantuan yang melibatkan beberapa departemen, komunikasi yang efektif antar pegawai menjadi kunci untuk memberikan solusi yang memuaskan. Pegawai bell boy yang berinisial S.Y. pada tanggal 25 Juni 2025 menunjukkan pemahaman yang baik tentang batasan tugasnya dengan menyatakan, "*Saya nggak coba selesaikan sendiri karena bukan kapasitas saya.*"

Tabel 9. Tantangan dan Solusi Komunikasi Interpersonal

Tantangan	Kondisi Saat Ini	Dampak	Solusi yang Direkomendasikan
Keterbatasan Pelatihan	Hanya 4 dari 6 pegawai yang pernah dilatih	Inkonsistensi kualitas pelayanan	Program pelatihan rutin untuk semua pegawai
Komunikasi Lintas Budaya	Kemampuan bahasa Inggris terbatas	Kesulitan melayani tamu asing	Pelatihan bahasa Inggris dan komunikasi non-verbal
Konsistensi Pelayanan	Variasi kualitas antar staf	Pengalaman tamu tidak seragam	Standardisasi prosedur komunikasi
Pengalaman Kerja	1 pegawai masih baru (1 tahun)	Kurang percaya diri dalam komunikasi	Mentoring dan pendampingan intensif

(Sumber data: Peneliti, 2025)

Berdasarkan analisis faktor-faktor yang memperkuat dan menghambat komunikasi efektif di Hotel Pangeran Khar, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang baik memerlukan dukungan dari berbagai aspek, baik budaya, organisasional, maupun individual. Meskipun terdapat beberapa hambatan, hotel telah menunjukkan upaya yang konsisten dalam meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Dartina (2024) yang menekankan bahwa penguatan komunikasi interpersonal berperan signifikan dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Strategi Peningkatan Komunikasi Interpersonal

1. Rekomendasi untuk Pegawai

a. Program Pelatihan Komunikasi Berkelanjutan

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager M.J. (25 Juni 2025), terungkap bahwa "*pelatihan komunikasi cuma Heri Rahmat Sabran Vira*" dari enam pegawai yang diwawancarai. Kondisi ini menunjukkan perlunya program pelatihan yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan. Program pelatihan ini harus mencakup teknik komunikasi verbal dan non-verbal, seperti yang ditekankan oleh Hargie (2021) dalam penelitiannya tentang keterampilan komunikasi interpersonal.

Pelatihan berkelanjutan perlu dirancang dengan pendekatan praktis yang melibatkan role play dan simulasi situasi nyata. Seperti yang diungkapkan manager M.J. (25 Juni 2025), "*Saya rutin kasih training komunikasi dan role play. Saya juga selalu monitoring langsung ke lapangan.*" Pendekatan ini terbukti efektif karena memberikan kesempatan kepada pegawai untuk mempraktikkan keterampilan komunikasi dalam situasi yang aman sebelum menghadapi tamu sesungguhnya.

b. Pengembangan *Soft Skills* dan *Emotional Intelligence*

Pengembangan kemampuan empati dan kecerdasan emosional menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal pegawai. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pegawai yang memiliki kemampuan empati tinggi mampu memberikan pengalaman berkesan kepada tamu. Seperti yang dialami R.M.S. (25 Juni 2025), "*Waktu anak saya rewel minta susu hangat, staff langsung bantuin bikinin tanpa nunggu diminta.*"

Pengembangan emotional intelligence ini sejalan dengan penelitian Khelifat *et al.* (2021) yang menemukan bahwa karyawan dengan modal psikologis tinggi mampu mengurangi dampak negatif stres kerja terhadap perilaku interpersonal. Pelatihan ini harus

fokus pada kemampuan membaca situasi, mengelola emosi, dan merespons kebutuhan tamu dengan tepat.

c. Sistem Reward untuk Pelayanan Terbaik

Implementasi sistem reward yang tepat dapat memotivasi pegawai untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal mereka. Sistem ini dapat berupa pengakuan bulanan, bonus kinerja, atau kesempatan pengembangan karir. Seperti yang diungkapkan manager M.J. (25 Juni 2025), "*Yang penting kasih contoh yang baik dulu*" dan memberikan apresiasi kepada pegawai yang menunjukkan komunikasi interpersonal yang baik.

2. Rekomendasi untuk Manajemen

a. Penyusunan Panduan Komunikasi Standar

Manajemen perlu menyusun panduan komunikasi standar yang dapat dijadikan acuan oleh seluruh pegawai. Panduan ini harus mencakup standar komunikasi untuk berbagai situasi, mulai dari penyambutan tamu hingga penanganan keluhan. Berdasarkan hasil wawancara dengan resepsionis R.1 (25 Juni 2025), terlihat bahwa pegawai sudah memiliki pola komunikasi yang baik: "*Saya selalu nyambut tamu dengan senyum dan salam hangat. Biasanya bilang 'Selamat pagi/siang/sore Bapak/Ibu, selamat datang di Hotel Pangeran'.*"

Panduan komunikasi standar ini harus disusun berdasarkan best practices yang sudah ada dan disesuaikan dengan karakteristik tamu hotel. Seperti yang ditemukan dalam penelitian Packard dan Berger (2021), penggunaan bahasa yang konkret dan spesifik dapat meningkatkan persepsi bahwa pegawai memperhatikan kebutuhan tamu.

b. Evaluasi Rutin Kinerja Komunikasi Pegawai

Sistem evaluasi rutin perlu diterapkan untuk memantau dan meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal pegawai. Manager M.J. (25 Juni 2025) sudah menerapkan sistem monitoring: "*Saya pakai mystery guest, observasi langsung, dan feedback dari tamu lewat comment card atau online review.*" Sistem ini perlu diperkuat dengan indikator kinerja yang jelas dan terukur.

Evaluasi ini dapat melibatkan penilaian dari berbagai sumber, termasuk feedback tamu, observasi langsung, dan penilaian rekan kerja. Seperti yang ditemukan dalam penelitian Li *et al.* (2020), sistem evaluasi yang komprehensif dapat meningkatkan kualitas hubungan dan kinerja kerja pegawai.

c. Investasi Teknologi Pendukung Komunikasi

Manajemen perlu berinvestasi dalam teknologi yang dapat mendukung komunikasi interpersonal pegawai. Hal ini termasuk sistem informasi tamu yang dapat membantu pegawai mengingat preferensi dan riwayat tamu, serta sistem komunikasi internal yang memudahkan koordinasi antar departemen. Seperti yang diungkapkan resepsionis R.2 (25 Juni 2025), "*Kalau sistem komputer bermasalah, saya langsung minta maaf dan jelasin kondisinya.*"

3. Adaptasi Budaya Lokal

a. Integrasi Nilai-Nilai Budaya Indonesia dalam Pelatihan

Pelatihan komunikasi interpersonal perlu mengintegrasikan nilai-nilai budaya Indonesia seperti ramah tamah, gotong royong, dan sopan santun. Hal ini terlihat dari pengalaman tamu O.P. (25 Juni 2025) yang menyatakan, "*Saya nggak merasa asing sama sekali, mereka komunikasinya inklusif dan sabar.*" Integrasi nilai budaya lokal ini dapat meningkatkan keaslian dan kehangatan komunikasi interpersonal pegawai.

Penelitian Roongruangsee *et al.* (2022) menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang disesuaikan dengan budaya lokal dapat meningkatkan kenyamanan psikologis klien.

Dalam konteks hotel, adaptasi budaya lokal dapat menciptakan pengalaman yang lebih autentik dan berkesan bagi tamu.

b. Penyesuaian Gaya Komunikasi dengan Karakteristik Tamu Domestik

Pegawai perlu dilatih untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan karakteristik tamu domestik. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa pegawai sudah mampu melakukan adaptasi ini. Seperti yang diungkapkan resepsionis R.2 (25 Juni 2025), "*Kalau sama yang muda saya lebih santai tapi tetap sopan. Kalau sama yang tua saya lebih formal dan sabar.*"

Kemampuan adaptasi ini sejalan dengan penelitian Lin et al. (2020) yang menemukan bahwa interaksi interpersonal yang disesuaikan dengan karakteristik pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Pelatihan harus mencakup teknik membaca karakter tamu dan menyesuaikan gaya komunikasi yang tepat.

c. Pengembangan Modul Pelatihan Berbasis Kearifan Lokal

Manajemen perlu mengembangkan modul pelatihan yang berbasis kearifan lokal dan nilai-nilai budaya Indonesia. Modul ini harus disesuaikan dengan konteks industri perhotelan dan karakteristik tamu domestik. Seperti yang ditemukan dalam penelitian Sudiana *et al.* (2023), komunikasi interpersonal yang baik dapat menjadi senjata kompetitif dalam industri jasa.

Pengembangan modul ini harus melibatkan ahli komunikasi interpersonal, praktisi perhotelan, dan budayawan untuk memastikan keseimbangan antara standar profesional dan kearifan lokal. Hal ini dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, komunikasi interpersonal pegawai terbukti memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Pangeran Khar. Strategi peningkatan yang telah dirumuskan diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas layanan dan kepuasan tamu hotel.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal pegawai Hotel Pangeran Khar memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan 6 pegawai dan 15 tamu sebagai responden, serta menerapkan teori komunikasi interpersonal Joseph DeVito yang mencakup lima unsur utama: keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai hotel telah menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif melalui kombinasi komunikasi verbal dan non-verbal yang adaptif terhadap karakteristik tamu. Bentuk komunikasi yang diterapkan meliputi penggunaan bahasa formal dan informal yang disesuaikan dengan situasi, bahasa tubuh yang profesional, serta penerapan kelima unsur komunikasi DeVito secara konsisten. Dampak positif dari komunikasi yang efektif ini tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dengan banyak review Google Maps memberikan rating sempurna 5/5 dan sebagian besar tamu mengalami pengalaman berkesan terkait keramahan pegawai.

Meskipun demikian, penelitian juga mengidentifikasi beberapa hambatan komunikasi yang perlu diatasi, antara lain keterbatasan kemampuan bahasa Inggris pegawai, kurangnya pengetahuan produk hotel secara menyeluruh, serta hambatan eksternal seperti perbedaan bahasa daerah dan ekspektasi tamu yang beragam. Namun, faktor-faktor pendukung seperti penerapan nilai budaya lokal Indonesia, dukungan organisasional melalui pelatihan rutin, dan motivasi individual pegawai berhasil meminimalkan dampak negatif hambatan tersebut.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi pengembangan program pelatihan komunikasi berkelanjutan yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal, serta kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur komunikasi interpersonal dalam konteks

industri perhotelan Indonesia. Keberhasilan Hotel Pangeran Khar dalam menciptakan komunikasi interpersonal yang efektif dapat dijadikan model bagi hotel sejenis untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui pendekatan komunikasi yang humanis dan berbudaya.

REFERENSI

- Achieng, S. A., & Pepela, A. W. (2023). Influence of interpersonal communication on hotel performance: A case of classified hotels along the Kenyan coastal tourism hub. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 7(5), 1607-1620. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2023.70623>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3), 14-29. <https://dx.doi.org/10.22161/ijeem.5.3.2>
- Araújo, E., Cruz, O. S., & Moreira, D. (2021). Maladaptive beliefs of young adults in interpersonal relationships: A systematic literature review. *Trauma, Violence, & Abuse*, 24(2), 1524838021038684. <https://doi.org/10.1177/15248380211038684>
- Baquero, A. (2023). Is customer satisfaction achieved only with good hotel facilities? A moderated mediation model. *Administrative Sciences*, 13(4), 108. <https://doi.org/10.3390/admsci13040108>
- Consul, S., & Kola, N. (2024). Relationship between interpersonal communication and job satisfaction. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 6(3), 1-10. <https://doi.org/10.52627/IJFMR240319427>
- Dartina, Vina. 2024. "Upgrading Kehumasan dengan Pendekatan Komunikasi Interpersonal." *Abdimu: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 4(2). <https://doi.org/10.32627/abdimu.v4i2.1182>.
- Fazhari, S., & Rudianto, R. (2022). Influence of interpersonal communication of chairman and employees on employee performance Inna Parapat Hotel and Resort. *COMMICAST*, 3(1), 158-163. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.3510>
- Handayani, Lisa, dan Nanik Suryani. 2019. "Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan." *Economic Education Analysis Journal* 8(2): 743-757. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31504>.
- Handayani, Mediana, dan Elisa Pandanwangi. 2021. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa." *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 1(1): 9-15. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/dinamika>.
- Jawabreh, O., Masa'deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (case study five stars hotels in Aqaba). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1312-1318. <https://doi.org/10.30892/gtg.44416-948>
- Kartika, Rahayu Bella, Edwin Agus Buniarto, dan Diana Ambarwati. 2023. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Customer pada Hotel Front One Inn Kediri." *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1(5): 50-68. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v1i5.175>.
- Khariri, Lulu' Endah, dan Nanik Suryani. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Disiplin Kerja, Komunikasi Interpersonal dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat." *Business and Accounting Education Journal* 1(3): 258-264. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.46434>.
- Khelifat, A., Chen, H., Ayoun, B., & Eyoun, K. (2021). The impact of the challenge and hindrance stress on hotel employees interpersonal citizenship behaviors:

- Psychological capital as a moderator. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102886. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102886>
- Kountul, Nindy Natalia, Elfie Mingkid, dan Ridwan Papatung. 2018. "Pengaruh Komunikasi Organisasi dalam Peningkatan Kinerja Karyawan di Whiz Prime Hotel Megamas Manado." *Acta Diurna Komunikasi* 7(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22019>.
- Langlinais, L. A., Howard, H. A., & Houghton, J. D. (2022). Trust me: Interpersonal communication dominance as a tool for influencing interpersonal trust between coworkers. *Business and Professional Communication Quarterly*, 62(1), 85-108. <https://doi.org/10.1177/23294884221080933>
- Li, C., Chang, K., Ou, S., & Pulido-Fernández, J. I. (2020). The relationship between hotel staff's organizational justice perception, relationship quality and job performance. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1739953. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1739953>
- Mardarani, Sinthya, Sumiyati, dan Khairul Syafuddin. 2022. "Strategi Komunikasi Interpersonal Restoran Marugame Udon dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan kepada Konsumen." *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) 1: 146–153*. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.32>.
- Mustofa, M. B., Sentiana, F., Zahro, F. M., & Wuryan, S. (2023). Interpersonal communication relationships and libraries: A systematic literature review. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 15(2), 169-190. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v15i2.8793>
- Packard, G., & Berger, J. (2021). How concrete language shapes customer satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 47(5), 787-806. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa038>
- Park, I., Kim, P. B., Hai, S., & Zhang, X. (2021). What matters for employees' daily interpersonal behaviors? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1210-1229. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0479>
- Purwanto, A., Wafa, A., & Sanjani, M. A. F. (2023). Interpersonal communication strategies in building an image of contingency perspective of accommodation. *Managere: Indonesian Journal of Educational Management*, 5(3), 267-279. <https://doi.org/10.52627/managere.v5i3.281>
- Roongruangsee, R., Patterson, P., & Ngo, L. V. (2022). Professionals' interpersonal communications style: Does it matter in building client psychological comfort? *Journal of Services Marketing*, 36(3), 379-397. <https://doi.org/10.1108/JSM-09-2020-0382>
- Setiawan, A. G., & Santoso, I. (2025). Interpersonal communication of prison officers in security control at Class I Penitentiary in Medan. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 18(1), 1245-1253.
- Solomon, D. H., Brinberg, M., Bodie, G. D., Jones, S., & Ram, N. (2021). A dynamic dyadic systems approach to interpersonal communication. *Journal of Communication*, 71(6), 1001-1026. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab035>
- Sudiana, D., Pratama, S., & Rahmantlya, Y. E. K. (2023). Systematic literature review: The influence of interpersonal communication and service quality on customer loyalty in the banking business. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 752-757.
- Tirtawati, Anak Agung Rai. 2015. "Pola Komunikasi Horizontal Antar Pegawai dalam Membangun Iklim Komunikasi yang Kondusif di Grand Mirah Boutique Hotel." *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi* 11(2). <https://doi.org/10.46650/jkik.11.2.151.%25p>.
- Traveloka. "Grand Pangeran Khar Hotel." Diakses 14 Juni 2025. <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/grand-pangeran-khar-hotel-9000001113953>.
- Weningtyas, Enggarayu, dan Miftahun Ni'mah Suseno. 2012. "Pengaruh Komunikasi

- Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Psikologika* 17(1): 17–25. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol17.iss1.art2>.
- Wulanda, Olivia Diva, Andri Wibowo, Arina Luthfini Lubis, dan Zahara Fatimah. 2024. "Peran Komunikasi Interpersonal Front Office dalam Meningkatkan Pengalaman Tamu di Asialink Hotel by Prasanthy Batam." *Jurnal Mekar* 3(1): 19–24. <https://doi.org/10.59193/jmr.v3i1.287>.
- Wulanda, P., Sari, D. K., & Rahman, A. (2024). Komunikasi interpersonal dalam industri perhotelan: Dampak terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Hospitality Management*, 12(1), 78-95.
- Yamona, Muhammad Awir, Dini Zulfiani, dan Kadek Dristiana. 2018. "Komunikasi Interpersonal Karyawan Frontliner dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen PT. J.CO Donuts & Coffee Cabang Giant Alaya Samarinda." *eJournal Ilmu Komunikasi* 6(4): 206–216. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>.
- Yuliantini, Sihombing, S., Octora, T. Y., Saribanon, E., & AR, M. T. (2022). Services quality of ship agency and services interpersonal communication in shipping companies. *Devotion Journal of Research and Community Service*, 3(8), 699-710.
- Yulina, Tiurma. 2024. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan di Industri Perhotelan." *Circle Archive* 1(6). Diakses 20 November 2024.
- Zakiah, Nuratun, dan Wahyono. 2020. "Peran Kualitas Pelayanan dalam Memediasi Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Disiplin Kerja, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Masyarakat." *Economic Education Analysis Journal* 9(3): 690–703. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.31647>.