

**COMMUNICATION IN BRIEFING ON DEPARTMENT FOOD AND BEVERAGE
SERVICE HOTEL NOVOTEL PEKANBARU**

Oleh : Muhammad Afiky Afnan

Pembimbing : Musadad, S.S., M.Sc

muhammadafikyafnan@gmail.com, sadad.sanusi@gmail.com

*Department of Administration - Tourism Study Program Faculty of Social and Political
Science Riau University*

ABSTRACT

Briefing activities are needed by a company that has a high work ethic in order to facilitate and motivate employees to work. Therefore, this study aims to describe the communication elements in briefing at the food and beverage service of the Novotel Pekanbaru. The research used a qualitative descriptive method to analyze based on data analysis techniques such as observation, interview, and documentation. Communication in direction includes elements of people, message, Media, Effect, and feedback. Based on the results of the research that has been carried out, the total results of observations and interview, it can be concluded that the Communication in Briefing at the Food and Beverage service of Novotel Pekanbaru has not been running smoothly

Keywords: Hotel, Food and Beverage Service, Briefing, Communication

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Industri kepariwisataan semakin berkembang saat ini serta di tandai dengan pertumbuhan industri perhotelan yang sangat pesat di berbagai daerah dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru, mengurangi angka kemiskinan, mengurangi pengangguran serta meningkatkan pendapatan asli daerah. Industri perhotelan tersebut bukan hanya menyediakan jasa menginap, makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya di mana semua pelayanan itu di peruntukkan bagi masyarakat umum. Perkembangan dunia perhotelan khususnya di kota Pekanbaru terus meningkat,

Hal ini di sebabkan banyaknya permintaan masyarakat terhadap jasa pelayanan menginap serta meningkatnya bisnis perhotelan. Kemajuan pelayanan dalam restoran merubah pola pikir manusia dalam memperbaiki kehidupannya. Indonesia yang dikenal dengan Negara kepulauan sangat kaya akan objek pariwisata. Ini merupakan asset yang sangat berharga. apabila asset ini di kelola secara professional, maka akan mendatangkan devisa yang sangat besar terhadap negara. Kegiatan di bidang pariwisata saling berhubungan dengan program lainnya seperti di bidang perhubungan, biro perjalanan, restoran, dan dibidang akomodasi yang sangat berkaitan sekali dengan industri perhotelan.

Akomodasi perhotelan ini tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata. Tanpa kegiatan pariwisata dan pengunjung dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan yang berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada

banyak atau sedikit wisatawan yang akan datang. Namun seiring perkembangan zaman yang milenial sekarang ini fungsi hotel tidak hanya menjadi sarana akomodasi saja tapi juga sebagai tempat konferensi, resepsi pernikahan, seminar, lokakarya, musyawarah nasional dan kegiatan lainnya tentunya Hotel memfasilitasi sarana yang lengkap untuk tamu yang akan mengadakan event tersebut.

Perkembangan industry perhotelan di kota Pekanbaru yang sangat pesat ini menyebabkan Hotel Novotel Pekanbaru harus siap bersaing dengan kompetitor-kompetitornya yang juga hotel bintang 4 yang juga sudah berkembang. Hotel Novotel Pekanbaru berdiri pada tahun 2016 dengan di bawah naungan *Accor Hotels*, harus merumuskan strategi pemasaran yang efektif agar dapat meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada di tengah maraknya persaingan industri hotel di kota Pekanbaru.

Restaurant adalah suatu ruang tempat dimana tamu dapat membeli atau mengorder dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu tempat untuk menyiapkan makanan dan minuman bagi tamu. Di dalam hotel besar sendiri biasanya terdapat lebih dari satu *restaurant* di hotel tersebut (Agus, 2012: 2). Dalam terciptanya suatu pelayanan yang terbaik di restoran dan pelayanan yang maksimal maka diperlukan fungsi komunikasi yang baik antara karyawan yang ada di *restaurant*. Williem Al Big mengatakan, bahwa komunikasi adalah proses transmisi dalam memaknakan simbol-simbol di antara individu (Siahaan, 1990: 3). Dengan demikian maka komunikasi adalah proses yang terjadi antara dua orang atau lebih, dimana mereka saling mengirim atau bertukar simbol-simbol satu dan lainnya. Komunikasi dikatakan berjalan dengan baik apabila mereka saling mengolah dengan baik simbol-simbol itu di dalam proses komunikasi itu.

Dalam bisnis hotel atau perhotelan sangat dirasakan perlunya pemberian penghargaan kepada karyawan yang berprestasi, selain itu untuk mempertahankan kualitas produk dan jasa atau pelayanan karena bagaimanapun sebagai lembaga bisnis hotel harus dapat menekan jumlah karyawan seminimal mungkin untuk mengurangi cost yang ada di hotel, selain untuk mempertahankan kualitas pelayanan. Pelanggan hotel maupun restoran adalah orang-orang yang butuh diperlakukan secara manusiawi, wajar tidak berlebihan, oleh karyawan hotel atau *waiter/waitress*, *Waiter/waitress* harus berusaha untuk menyeimbangkan antara kebutuhan pelanggan dengan keterbatasan fasilitas perusahaan. Menurut Romekso (2001:17) bahwa hotel adalah bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap, makanan dan minuman serta fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara profesional untuk mendapat keuntungan (*profit*) bagi usaha itu sendiri. Dan dibawah ini terdapat tabel karyawan *F&B service* pada Hotel Novotel Pekanbaru

Tabel 1.1

Jabatan dan Jumlah Karyawan yang ada di Hotel Novotel Pekanbaru

NO	Jabatan Karyawan	Jumlah Karyawan
1	FB Manager	1
2	Restaurant & Bar Manager	1
3	Asst Banquet Operational Manager	1
4	Supervisor	3
5	Waiter/Waitress	8

Melalui informasi yang didapat pada karyawan *f&b service* yang sering kali diterapkan pada *briefing* untuk memberikan masukan ataupun kritik untuk meningkatkan kinerja membahas kritik dan complain dari tamu dan juga *briefing*

tentang promo atau event yang akan dilaksanakan guna menjalani operasional dengan lancar.

Dalam pelaksanaan *briefing*, dipimpin oleh seorang FB Manager yang berwenang untuk mengatur seluruh karyawan dan menampung segala masalah dan keluhan karyawan. Menjalankan perusahaan hingga berkembang seperti itu bukanlah hal yang mudah. Terlebih lagi kegiatan yang dilakukan di bidang operasional hotel membutuhkan karyawan yang kuat dan kecepatan dalam bekerja.

Kegiatan *briefing* ini sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan yang memiliki etos kerja tinggi seperti dalam Novotel Pekanbaru karena bertujuan untuk memperlancar dan juga memotivasi karyawan agar tidak merasa dalam tekanan dalam bekerja, jadi seluruh masalah dapat ditangani dan dibicarakan bersama. Menyadari kegiatan *briefing* yang dilakukan berbeda dengan kegiatan *briefing* yang biasa hanya untuk formalitas belaka, maka hal kegiatan tersebut menjadi sebuah kegiatan yang menarik untuk diteliti

Berdasarkan alasan diatas dan juga pentingnya untuk mengetahui fungsi komunikasi *F&B service* agar tercapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Untuk itulah dalam kesempatan ini penulis merasa tertarik mengambil penelitian dengan mengangkat judul **“Komunikasi Dalam *Briefing* Di Departemen F&B Service Hotel Notovel Pekanbaru”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka untuk mempermudah dalam pembahasan penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana elemen komunikasi yang terjadi dalam *briefing* antara karyawan dan atasan di F&B Service Novotel Pekanbaru ?”**

BATASAN MASALAH

Adapun batasan masalah dari penelitian ini dengan tujuan agar penelitian lebih spesifik dan mengarahkan peneliti supaya lebih terfokus adalah meneliti komunikasi dalam *briefing* pada departemen *F&B Service* di Hotel Novotel Pekanbaru hanya di departemen *F&B service* saja, dan atasan karyawan adalah atasan langsung yaitu *Supervisor*.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan elemen komunikasi yang terjadi dalam *briefing* antara karyawan dan atasan di *F&B Service Hotel Novotel Pekanbaru*.

MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

- a. Bagi penulis berguna untuk menambah pengetahuan dan penerapan serta pengembangan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama perkuliahan
- b. Bagi Institusi Pendidikan yaitu dapat dijadikan bahan masukan atau referensi bagi pembaca atau sebagai bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya.
- c. Bagi pihak Hotel Novotel Pekanbaru diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil tindakan dan kebijaksanaan guna meningkatkan Komunikasi antara para pekerja hotel pada masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Fungsi adalah guna atau manfaat. Fungsi juga memiliki arti serangkaian perilaku yang diharapkan pada seseorang

sesuai dengan posisi sosial yang diberikan baik secara formal maupun informal yang dalam situasi tertentu dapat melakukan sesuatu secara terus menerus untuk memenuhi harapan-harapan mereka sendiri atau harapan orang lain.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communications* berasal dari kata Latin *communicatio*. Dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini adalah sama makna. Sedangkan komunikasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Menurut Wilbur Schramm yang dikutip oleh Onong Uchjana Efendy dalam buku *Dinamika Komunikasi* mengatakan bahwa, komunikasi didasarkan atas hubungan (*intune*) antara satu dengan yang lain yang fokus pada informasi yang sama, sangkut paut tersebut berada dalam komunikasi tatap muka (*face to face communication*).

Dedy Mulyana menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan antar individu. Pesan tersebut dapat berupa perilaku verbal seperti ucapan, maupun perilaku nonverbal seperti ekspresi wajah. Sedangkan secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi merupakan proses dimana individu berhubungan dengan orang-orang lain di dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan dan menggunakan informasi yang bersumber dari lingkungannya itu demi memahami kemanusiaan bersama.

Dengan demikian, komunikasi menurut penulis adalah merupakan proses seorang komunikator menyampaikan sesuatu, apakah itu pesan, kesan, atau informasi kepada orang lain sebagai

komunikasikan, bukan hanya sekedar memberitahu, tapi juga mempengaruhinya untuk melakukan tindakan tertentu, yakni mengubah perilaku orang lain dengan menggunakan suatu media dalam proses penyampaiannya.

Menurut Harold D. Laswell dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Hafied Canggara mengemukakan bahwa fungsi komunikasi dapat mempermudah manusia mengontrol lingkungannya, beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada serta melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. Lebih singkatnya komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam bermasyarakat.

Jadi fungsi komunikasi adalah manfaat yang di dapatkan saat proses menyampaikan pesan. Manfaat itu dapat berupa perukaran informasi, sosialisasi terhadap lingkungan, pendidikan, memajukan kehidupan, hiburan dan lain sebagainya. Fungsi komunikasi tidak hanya sebagai pertukaran informasi dan pesan saja tetapi sebagai kegiatan individu maupun kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide.

William I. Gordon salah satu ahli komunikasi yang mengemukakan empat fungsi komunikasi yang kemudian di jelaskan oleh Dedy Mulyana di dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, fungsi tersebut yaitu:

- a. Fungsi Komunikasi Sosial.
Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
- b. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan prasaan-perasaan (emosi) kita.

- c. Fungsi Komunikasi Ritual
Komunikasi ritual bertujuan untuk komitmen mereka terhadap tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideology atau agama mereka.
- d. Fungsi Komunikasi Instrumental
Beberapa tujuan umum komunikasi instrumental yaitu, menginformasikan, mengajak, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau tindakan dan juga untuk menghibur. Fungsi komunikasi instrumental merupakan komunikasi yang mempunyai tujuan yang semuanya merujuk pada sifat persuasif atau ajakan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan itu atas kehendak sendiri.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendi fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi (*public information*)
Seperti memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide (pikiran dan tingkah laku orang lain), serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik masyarakat (*public education*)
Komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi,

manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Mempengaruhi masyarakat (*public persuasion*)

Fungsi mempengaruhi masyarakat, tentunya berusaha saling mempengaruhi jika pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

4. Menghibur masyarakat (*public entertainment*)

Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi. Pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. Hiburan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya misalnya melalui film, televisi, radio, drama, musik, literatur, komedi, dan permainan.

Elemen-elemen komunikasi yang membentuk proses komunikasi menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble dalam bukunya yang berjudul *Communications Works* (2005:10), yaitu:

1. People (Sumber)

Setiap proses komunikasi melibatkan manusia yang merupakan pihak pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*)

2. Messages (Pesan)

Messages adalah pesan yang ingin disampaikan oleh pihak pengirim kepada pihak penerima

3. Channels (Media)

Manusia dapat mengirim dan menerima pesan dengan berbagai macam cara maupun media penerimaan, contohnya alat indera. Manusia juga dapat berkomunikasi secara verbal maupun non verbal. Inilah yang disebut channel,

melalui apa dan bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima

4. Noise (Gangguan)

Noise adalah gangguan-gangguan yang muncul dan mengurangi kemampuan untuk mengirim maupun menerima pesan dengan maksimal. Terdapat 2 macam gangguan yaitu gangguan internal dan gangguan eksternal, gangguan internal dapat berupa keadaan psikologis, kemampuan intelektual, maupun keadaan fisik dari para komunikator, sedangkan gangguan eksternal berasal dari lingkungan.

5. Feedback (Umpan Balik)

Feedback adalah umpan balik yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima pesan, dari *feedback* inilah pengirim pesan dapat melihat apakah pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh penerima sesuai dengan yang diinginkan oleh pengirim.

6. Effect (Pengaruh)

Effect adalah hasil dari interaksi dalam proses komunikasi. Efek komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi dibedakan atas efek kognitif (pengaturan), afektif (sikap), dan konatif (tingkah laku). Efek komunikasi dapat diukur dengan membandingkan antara pengetahuan sikap, dan tingkah laku sebelum dan sesudah komunikasi menerima pesan, karena efek komunikasi adalah elemen penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang diinginkan. Efek tersebut dapat dilihat sebagai pertukaran pengaruh.

Komunikasi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah suatu kegiatan komunikasi antara individu atau kelompok yang mempergunakan bahasa sebagai

alat penghubung. Efek idaknya suatu kegiatan komunikasi bergantung dari ketepatan penggunaan kata-kata atau kalimat dalam mengungkapkan sesuatu.

Menurut Arni Muhammad, komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan symbol atau kata-kata baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan ialah apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandingkan dengan simbol-simbol kemudian dikirimkan kepada karyawan yang dimaksudkan. Komunikasi tertulis ini dapat berupa memo, surat, buku petunjuk, gambar maupun laporan. Sedangkan komunikasi lisan dapat berupa tatap muka, melalui telepon, radio, televisi, dan lain-lain.

Jadi komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan secara langsung dapat melalui lisan atau tulisan. Komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media contohnya seperti seseorang yang berbicara melalui telepon. Sedangkan komunikasi secara tulisan dapat dilakukan secara tidak langsung contohnya seperti melalui surat, lukisan dan gambar.

b. Komunikasi nonverbal.

Komunikasi nonverbal menurut S. Djuarsa Sendjaja yaitu, non berarti tidak, verbal merupakan kata-kata (*words*), sehingga komunikasi nonverbal dimaknai sebagai komunikasi tanpa kata-kata.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Potter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi si individu atau penerima jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja maupun yang tak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan, kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain.

Komunikasi nonverbal seringkali dipergunakan untuk menggambarkan perasaan emosi. Jika pesan yang anda terima melalui sistem nonverbal tidak menunjukan kekuatan pesan maka anda dapat menerima tanda-tanda nonverbal sebagai pendukung.

Jadi komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa kata-kata. Bentuk komunikasi verbal sendiri seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian, seragam dan intonasi suara. Komunikasi verbal menepati porsi penting karena bisa membantu komunikator untuk lebih memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapannya. Pada umumnya tujuan komunikasi antara lain, yaitu:

- a. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti Seseorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas, sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara/penyampai pesan (komunikator).
- b. Memahami orang lain Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan hanya berkomunikasi dengan kemauannya sendiri.
- c. Supaya gagasan dapat diterima orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki.

Berdasarkan penjelasan di atas, kita ketahui bahwa komunikasi selalu dilakukan dengan tujuan-tujuan tertentu. Bisa saja keempat tujuan di atas saling mempengaruhi dan saling mendukung antara tujuan yang satu dengan tujuan lainnya. Atau keempat tujuan di atas menjadi satu kesatuan yang terjadi dalam sebuah proses komunikasi. Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*) yaitu komunikan dapat merubah sikap, setelah dilakukan suatu proses komunikasi.
2. Perubahan pendapat (*opinion change*) yaitu perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung dan itu tergantung

bagaimana komunikator menyampaikannya.

- b. Perubahan perilaku (*behavior change*) yaitu perubahan perilaku dapat terjadi bilamana dalam suatu proses komunikasi apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampakainnya dan ini tergantung dari kredibilitas komunikator itu sendiri
- c. Perubahan sosial (*social change*). yaitu perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi.

METODE PENELITIAN

DESAIN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dekriptif dengan cara melakukan pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan, pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan yang jamak. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penejaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Novotel Pekanbaru yang beralamat di Jalan Riau No .59, Kampung Baru, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini mulai dilakukan dari bulan Maret 2020 sampai bulan Juli 2020.

SUBJEK PENELITIAN

Subjek penelitian adalah orang-orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang subjek penelitian atau disebut juga dengan *key informan*. *Key informan* dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang yaitu *Supervisor*, *Waiter*.

JENIS SUMBER DATA

Jenis dan sumber data dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari objek penelitian, Data primer ini berupa hasil wawancara yang penulis lakukan kepada supervisor dan pihak hotel yang menjawab pertanyaan penelitian. Dalam hal ini yang diwawancarai yaitu Supervisor mengenai pelaksanaan tugas yang Waiter kerjakan pada pagi hari yang berhubungan dengan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu (perpustakaan), dari pihak hotel yang membentuk arsip/dokumen, literatur, majalah, artikel yang berhubungan dengan penelitian berisi informasi yang berkaitan dengan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan adalah:

a. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan informasi dengan mengadakan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan berwenang untuk memberikan keterangan dan

informasi-informasi yang diperlukan. Wawancara dilakukan dengan informasi kunci yang mengetahui bagaimana Komunikasi dalam *Briefing* Di Departemen F&B Service

b. Observasi

Yaitu sumber yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi pelaksanaan penelitian dan pencatatan sesuai dengan lingkup judul yang diambil dan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk lebih memahami kondisi bagaimana Komunikasi dalam *Briefing* Di Departemen F&B Service

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut I Gusti Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka Mahadewi (2012:67) adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, peneliti nantinya akan mengumpulkan bukti atau keterangan-keterangan berupa gambar mengenai objek yang diteliti.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Data adalah suatu proses bagaimana data diatur, mengorganisasikan apa yang ada ke dalam sebuah pola, kategori, dan suatu urutan dasar penelitian untuk menganalisis data secara keseluruhan baik data berupa gambar, maupun teks. Teknik analisis data dimulai dengan mengamati data yang telah tersedia dari sumber berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan adalah untuk menggambarkan fakta hasil penelitian sehingga menjadi data yang mudah dipahami dan diinterpretasikan. Dalam analisis data peneliti menggunakan metode Miles dan Huberman ini, Mengemukakan tahap-tahap analisis yaitu merakit data kasar, membangun catatan khusus dan

menulis kajian secara naratif. Dalam bukunya Sugiyono, menurut Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Model analisis interaktif dari Miles dan Huberman didalam buku Machmud (2016 :28), secara teknik terdiri dari 4 (empat) hal utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data atau penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Adapun analisisnya sebagai berikut :

- a. Pengumpulan Data Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan refleksi. Catatan deskriptif adalah catatan alami (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami). Catatan refleksi adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.
- b. Reduksi Data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan, proses Sugiyono (2016). ini berlangsung selama penelitian dilakukan dari awal sampai akhir penelitian. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus dalam hal-hal yang penting, serta di cari tema dan polanya sesuai dengan data yang dibutuhkan peneliti. Reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data selanjutnya.

Kemudian peneliti akan memusatkan perhatian, menggolongkan dan mengorganisasi data sehingga bisa ditarik interpretasi.

- c. Penyajian Data Penyajian. Data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram. Dalam penelitian ini data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, kumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan serta pengambilan tindakan, hal ini untuk memudahkan peneliti dalam mengembangkan data penelitian.
- d. Penarikan Kesimpulan Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesa atau teori

HASIL DAN PEMBAHASAN

KOMUNIKASI ATASAN DAN KARYAWAN DI DEPARTMEN *FOOD & BEVERAGE SERVICE* PADA SAAT *BRIEFING*

Komunikasi atasan bawahan meliputi komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah transaksi antara individu dengan lingkungan sekitarnya, yang meliputi orang lain seperti teman, keluarga, anak, rekan kerja, dan

bahkan orang asing (Myers & Myers, 1992). Dalam lingkup organisasi, komunikasi *interpersonal* menentukan keberhasilan sebuah organisasi. Proses komunikasi yang terjadi di dalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara pimpinan dan karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.

Komunikasi efektif tergantung dari hubungan atasan bawahan yang memuaskan yang dibangun berdasarkan iklim dan kepercayaan atau suasana organisasi yang positif. Agar hubungan ini berhasil, harus ada kepercayaan dan keterbukaan antara atasan dan bawahan (Muhammad, 2001). Keterbukaan dan kepercayaan ini terbentuk dari proses komunikasi interpersonal yang efektif.

Berkomunikasi dengan karyawan itu mudah jika apabila atasan sudah dekat dengan karyawan dan juga atasan harus bersikap baik dan menjadi pedoman bagi karyawannya itu sendiri. Pada departemen *f&b service* komunikasi yang terjadi atasan dan karyawan bisa formal dan informal. Pada saat *briefing* komunikasi bersifat formal, dan pada saat melakukan pekerjaan operasional itu bersifat informal.

Namun, ada kendala yang terjadi dalam komunikasi dalam karyawan dan atasan adalah terdapat kebisingan pada tempat dan juga pesan yang disampaikan berlebihan di *briefing* dan karyawan menjadi kurang memahami pesan yang disampaikan dari atasan.

Kegiatan komunikasi *briefing* yang dilakukan pada karyawan *f&b service* apakah sering atau tidak sering dalam melakukan *briefing*.

Komunikasi karyawan didalam departemen *f&b service* sering dilakukan setiap hari dan kegiatan *briefing* ada bermacam macam seperti dalam pergantian shift, dalam memperkenalkan promosi, dan juga *briefing* untuk event.

PERBANDINGAN KOMUNIKASI PADA TIGA AKTIVITAS *BRIEFING*

Berikut tabel hasil perbandingan komunikasi dalam *briefing* di departemen food beverage service di hotel Novotel Pekanbaru yang meliputi 3 aktifitas, yaitu komunikasi dalam *briefing* pergantian shift, komunikasi dalam *briefing* launching promosi, dan komunikasi dalam *briefing* persiapan event:

Tabel 4.3
Perbandingan Komunikasi Pada Tiga Aktifitas *Briefing* di Departemen *Food and Beverage Service* di Hotel Novotel Pekanbaru

Elemen Komunikasi	Jenis Briefing		
	Pergantian Shift	Launching Promosi	Persiapan Event
People	Dipimpin oleh Supervisor	Dipimpin oleh FB Manager/Supervisor	Dipimpin oleh FB Manager/Supervisor
Message	Memastikan kinerja pada shift sebelumnya	Menyiapkan segala kebutuhan	Menjelaskan masing-masing <i>job description</i>
Media	Dilakukan secara tatap muka	Dilakukan secara tatap muka	Dilakukan secara tatap muka
Noise	Karyawan datang terlambat	Tidak hadirnya Karyawan dikarenakan sakit	a. Tidak semua karyawan bisa mengikuti <i>briefing</i> b. Kurangnya koordinasi departemen lain c. Kurangnya karyawan
Effect	Mengerjakan pekerjaan sesuai intruksi	Peningkatan Brand awarness	Waiter/Waitress memahami <i>jobdescription</i> yang diberikan
Feedback	Memperlancar Operasional	Mengetahui keefektifan intruksi yang telah diberikan	Karyawan dapat melakukan pekerjaan sesuai intruksi dari atasan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam *Komunikasi Dalam Briefing Di Departemen Food And Beverage Service Pada Hotel Novotel Pekanbaru*,

terdapat persamaan dan perbedaan terhadap setiap elemennya. Untuk persamaan dapat dilihat pada elemen *people* yang pada pelaksanaannya selalu dipimpin oleh atasan di *f&b service*, baik itu *Manager* ataupun *Supervisor* dan untuk media pada pelaksanaan *briefing* dilakukan secara tatap muka.

Untuk perbedaan terdapat pada elemen *message*, *effect*, *noise* dan *feedback*. Pada elemen *message* didalam pergantian shift, berisi pesan agar memastikan kinerja karyawan pada shift sebelumnya. Dalam launching promosi, pesan berisi agar setiap karyawan menyiapkan segala kebutuhan. Dan dalam persiapan event, pesan berisikan *jobdescription* untuk *waiter/waitress*.

Pada elemen *effect* dalam pergantian shift berisikan bahwa karyawan dapat mengerjakan pekerjaan sesuai instruksi. Dalam launching promosi, *effect* menghasilkan peningkatan pada *brand awareness*. Dan pada persiapan event *effect* membuat karyawan memahami *jobdescription* yang diberikan.

Pada elemen *noise* dalam pergantian shift yang biasanya terjadi adalah karyawan yang datang terlambat. Dalam launching promosi, adanya karyawan yang tidak hadir, dan dalam persiapan event gangguan yang terjadi biasanya tidak semua karyawan departemen mengikuti *briefing* karena harus mempersiapkan segala kebutuhan, kurangnya koordinasi dengan departemen lain, dan kurangnya karyawan pada akhirnya menyebabkan karyawan lain kewalahan.

Selanjutnya pada elemen *feedback*. Dalam pergantian shift, *feedback* berpengaruh terhadap kelancaran operasional. Pada launching promosi, dapat mengetahui keefektifan instruksi yang telah diberikan oleh atasan dan pada persiapan dapat membuat karyawan melakukan pekerjaan sesuai intruksi dari atasan.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan mengenai Komunikasi Dalam *Briefing* Di Department *F&B Service* pada Hotel Novotel Pekanbaru, maka penulis mengambil kesimpulan:

1. *Briefing* saat pergantian shift koordinasi antara shift sebelum dan shift sesudahnya harus menyampaikan pekerjaan yang sudah dikerjakan dan juga informasi dan pesan harus juga sampai ke shift selanjutnya sehingga tanggung jawab dapat diselesaikan dengan baik.

Pesan yang diberikan kepada atasan memastikan kinerja shift sebelumnya itu adalah sangat penting ketika ada kendala atau ada complain dari tamu sebaiknya ditangani dengan lancar dan pesan dari *briefing* pergantian shift tersebut pada shift berikutnya agar tidak terjadi lagi kendala, saat *briefing* pergantian shift dilakukan dengan diskusi antara karyawan dan atasan agar pesan atau informasi yang diberikan dapat langsung diterima oleh seluruh karyawan shift sebelumnya dan shift yang akan selanjutnya bekerja, bekerjasama antara karyawan dan *supervisor* tujuannya untuk memperlancar operasional yang ada pada departemen *f&b service* pada Hotel Novotel Pekanbaru.

2. *Briefing* saat launching promosi karyawan departemen *f&b service* menyiapkan yang dibutuhkan untuk memperkenalkan promosi dan juga paham yang disampaikan oleh atasan dan melaksanakan intruksinya, atasan memperkenalkan atau memberitahu apa saja promosi yang dilakukan *f&b service*, dan atasan memberitahu harga dan barang yang tersedia apa saja dan juga diskon atau promo lainnya, karyawan pada saat melakukan

promosi akan meningkatkan *brand awareness* Novotel Pekanbaru dan juga mengeluarkan ide ide untuk membuat promosi itu jauh menjadi lebih baik.

3. *Briefing* saat persiapan *event* pada persiapan *event fb manager* sebagai pemimpin *briefing* yang akan dilakukan pada *event* yang akan datang dan intruksi dari *fb manager* kepada karyawan banquet berupa persiapan ruangan dan meja yang akan disiapkan pada *event, briefing* persiapan event waiter/waitress dapat memahami *jobdesk* yang telah dibuat dan akan lebih memahami ketika saat *briefing* itu berlangsung, karyawan mengerjakan intruksi dari atasan dan atasan juga membantu pekerjaan yang disiapkan pada event yang akan datang, *supervisor* bertanggung jawab atas pekerjaan atau *jobdesk* yang diberikan kepada karyawan *waiter/waitress* departemen *f&b service*.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Komunikasi Dalam *Briefing* Di Departemen *F&B Service* Hotel Novotel Pekanbaru, penulis juga ingin memberikan saran yang mungkin dapat menjadi pertimbangan kepada:

1. Bagi *Food and Beverage Department* terkhusus yang berada pada di bagian *service* untuk meningkatkan sumber daya dan komunikasi antar karyawan untuk memenuhi kebutuhan untuk oprasioanal yang akan dijalankan setiap harinya dan juga meningkatkan keutuhan karyawan
2. Pihak manajemen Hotel Novotel agar terus memberikan motivasi serta *support* yang mendorong untuk pada setiap karyawan dan meningkatkan *teamwork*, dan juga

melaksanakan *briefing* pada setiap harinya, dan juga pihak manajemen Hotel Novotel memberikan sanksi agar karyawan lebih disiplin dalam pelaksanaan *briefing*.

3. Bagi karyawan berperan penting dalam pelayanan, oleh karena itu komunikasi dan *skill* adalah hal yang penting bagi karyawan sehingga tamu akan betah dan akan berkunjung lagi ke hotel dan tidak ada tanggapan negatif dari para tamu maupun dari calon tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sulastiyono (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung; Alfabeta.
- Agus, Sulastiyono. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung; Alfabeta.
- Arni, Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Atmodjo, M.W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Damardjati. R.S. (1995). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Grasindo. Rosdakarya
- Gamble, Michael and Teri Kwal Gamble. (2005). *Communication Work 8th edition*, New York: McGraw-Hill.
- Komar, Richard. (2014). *Manajemen Perhotelan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*

- Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru.* Jakarta: UIP
- Muljadi A.J. (2010). *Kepariwisata dalam Perjalanan.* Yogyakarta
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,
- Pitana, I Gde. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Yogyakarta: Andi
- Rumekso, (2002). *Housekeeping Hotel* Yogyakarta: Penerbit Andi
- Schramm Wilbur, (1995). *The Process Effect of Mass Communication,* University of Illinois Press Urbana
- Soekarno, & Pendit. (1998). *Pramusaji Food & Beverage Service.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Surachlan Dimiyati, Aan. (1989). *Pengetahuan Dasar Perhotelan,* Jakarta: CV Deviri Ganan
- Utama, I Gusti Bagus Rai & Ni Made Eka Mahadewi. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan.* Yogyakarta: ANDI
- Wiyasa. I. B. M. (2006). *F&B Cost Control Untuk Hotel dan Restoran.* Yogyakarta: Penerbit Andi