

Penerapan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Para Tamu Dalam Mewujudkan Kepuasan Pelayanan Di Caffe Locca Hostel Sanur Bali

I Wayan Kotaniartha

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
wayankotaniartha@gmail.com

Christianus Fernando Bu'u

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
buufernado95@gmail.com

Abstrak

Komunikasi merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan. Berbicara mengenai interaksi sosial yang terbentuk dalam masyarakat, tentu ranah yang tepat untuk ditinjau dalam ilmu komunikasi adalah komunikasi interpersonal. Menilik lebih jauh eksistensi dan benefit komunikasi interpersonal dalam bidang kehidupan, akan sangat menarik jika kita melihat pemanfaatan komunikasi interpersonal dalam sektor bisnis penginapan di pulau Bali. Dalam penelitian yang berjudul “Penerapan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Para Tamu Dalam Mewujudkan Kepuasan Pelayanan di Caffe Locca Hostel Sanur Bali” ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek penelitian yakni seluruh karyawan Caffe Locca Hostel Sanur Bali. Para karyawan yang menjadi ujung tombak interaksi sosial dengan para tamu diberikan keleluasaan dalam membangun komunikasi interpersonal. Hal ini dapat mewujudkan kepuasan pelayanan yang nampak dalam *review* (ulasan) *online* para tamu pada aplikasi Booking.com. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa penerapan komunikasi interpersonal karyawan terhadap para tamu telah berjalan cukup baik sesuai dengan lima indikator komunikasi interpersonal, yaitu; Sikap terbuka, empati, dukungan, rasa positif, serta kesamaan dan kesetaraan. Hal ini telah mewujudkan kepuasan pelayanan para tamu yang nampak dalam besarnya *review* positif dua tahun terakhir yaitu, tahun 2018 dan 2019.

Kata kunci: Komunikasi interpersonal, Kepuasan pelayanan

Abstract

Communication is an essential thing in life. Concerning on social interactions formed in society; the right realm to be studied in communication science is interpersonal communication. Further concern at the existence and benefits of interpersonal communication in social life, it will be interesting on the implementation of interpersonal communication within accommodation business in Bali. In the study entitled “Implementation of Employee’s Interpersonal Communication to Guests in Achieving Service Satisfaction at Caffe Locca Hostel Sanur Bali”, the researcher implemented a qualitative approach with all employees of Caffe Locca Hostel Sanur Bali as the subject of the research. The employees, as agents of social interaction to guests, are given the freedom to build interpersonal communication. It can achieve service satisfaction reflected in the online reviews of guests on the Booking.com application. The data were collected by interview, observation, and documentation techniques. Based on the results of analysis, it shows that implementation of employee’s interpersonal communication to guests has employed well enough in accordance to five indicators of interpersonal communication, namely; openness, empathy, support, sense of positivity, as well as equality and equality. It could achieve guests’ service satisfaction reflected in the large number of positive reviews in the last two years, 2018 and 2019.

Keywords: Interpersonal communication, Service satisfaction

1. PENDAHULUAN

Komunikasi secara umum menurut Harold Laswell (Seorang ilmuwan Politik Amerika Serikat) diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi dari Komunikator (Sumber informasi) kepada Komunikan (Penerima pesan), melalui Media tertentu yang menghasilkan *Feedback* (Respon timbal-balik) atau dalam susunan Laswell, *Who* (Siapa), *Says what* (Mengatakan apa), *In what channel* (Melalui media apa), *For whom* (Kepada siapa), *With what effect* (Apa pengaruhnya). Namun, pengertian tersebut hanya menggambarkan proses komunikasi secara garis besar dan bukan esensi mendalam dari ilmu komunikasi. Walaupun demikian, tak dapat dipungkiri bahwa proses komunikasi yang sederhana sekalipun telah memberikan dampak yang besar pada kehidupan manusia.

Tak ada satu pun pekerjaan di dunia ini yang tidak membutuhkan komunikasi baik itu verbal maupun non verbal. Bahkan, penjabaran yang bersifat matematis sekalipun seperti proses belajar mengajar antara guru Matematika dan para murid selalu menggunakan komunikasi agar dapat saling memahami.

Komunikasi personal dan interpersonal menjadi komunikasi praktis yang selalu kita lakukan. Seringnya komunikasi interpersonal digunakan, membuat kita menyepelekan komunikasi interpersonal dan tidak mau mendalaminya secara baik. Komunikasi personal merupakan sesuatu yang bermutu, tetapi tak dapat dipungkiri bahwa komunikasi interpersonal juga memiliki pengaruh dan andil yang besar bagi manusia dalam mencapai keberhasilan. *No Man Is An Island*. “Tak ada seorang pun yang dapat hidup sendirian di dunia ini”. Kita saling membutuhkan, dan dalam prosesnya kita berkomunikasi secara interpersonal. Bertukar pikiran, menjalankan hobi, merealisasikan inovasi dan cita-cita, semuanya menuntut kemampuan kita berkomunikasi dengan orang lain, dan metode yang tepat dalam menjalankan dan mengembangkannya adalah dengan komunikasi interpersonal.

Bertolak dari domisili serta pengalaman sebagai salah seorang karyawan di sebuah hostel di daerah Sanur-Bali, penulis mencoba menganalisis penerapan komunikasi interpersonal yang baik pada operasional sebuah hostel. Penerapan ini mampu membangun kredibilitas dan meningkatkan peluang usaha. Review (Ulasan) positif dari para tamu bukan saja berdasarkan servis semata, tetapi juga merupakan hasil dari komunikasi interpersonal yang digodok dan diterapkan secara baik oleh karyawan hostel. Caffe Locca Hostel memberikan bukti bahwa komunikasi interpersonal dapat mewujudkan kepuasan pelayanan terhadap para tamu. Hal inilah yang perlu dipelajari dan dipahami secara mendalam. Caffe Locca Hostel berdiri sejak tahun 2012. Dalam perjalanannya Caffe Locca Hostel telah melewati berbagai macam pengelolaan. Caffe Locca Hostel melihat betapa pentingnya komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh karyawan terhadap para tamu dan benar-benar memanfaatkan pola komunikasi interpersonal dalam iklim interaksi sosial pada hostel sehingga berdampak pada review positif para tamu yang berbanding lurus dengan rekomendasi akan hostel tersebut. Caffe Locca Hostel memanfaatkan sarana aplikasi Booking.com sebagai media pemasarannya. Di dalamnya terdapat review dari para tamu yang pernah menginap di Caffe Locca Hostel sebagai rujukan dan rekomendasi bagi para calon tamu. Review tersebut merupakan bukti nyata kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh para tamu. Hal ini sangat penting artinya bagi keberlangsungan usaha Caffe Locca Hostel.

Selain fokus pada servis dan fasilitas, pengelola Caffe Locca Hostel mampu melihat peluang komunikasi interpersonal yang terbentuk dan dapat memanfaatkannya secara baik dalam mewujudkan kepuasan pelayanan yang nyata dalam review positif para tamu pada aplikasi Booking.com. Strategi yang dibangun, keterlibatan aktif karyawan dan skema yang terjadi sampai pada titik terbentuknya review positif dari para tamu sangat penting untuk dipelajari dan dianalisis. Hal ini berguna bagi penulis bukan saja sebagai bahan skripsi, tetapi juga sebagai ilmu. Selain itu, para pembaca khususnya para pelaku usaha mampu mempelajarinya secara baik agar bermanfaat dalam pengelolaan usaha.

Dalam memahami penerapan komunikasi interpersonal karyawan dalam mewujudkan kepuasan pelayanan tamu, perlu terlebih dahulu memahami teori-teori dasar menurut para ahli mengenai berbagai ruang lingkup penelitian. Adapun teori-teori tersebut meliputi; Komunikasi Interpersonal. Menurut Nurdin (2020:18) komunikasi interpersonal merupakan suatu proses menciptakan sesuatu yang unik. Dia mengibaratkan suatu gambar atau foto yang di dalamnya personal berbagi makna dengan personal lainnya melalui pantulan pikiran. Dalam komunikasi interpersonal, sebuah benda atau objek tertentu dapat menjadi media berkomunikasi. Adanya pikiran dari setiap orang dalam membaca objek tersebut menciptakan interaksi antar pribadi. Menurut Beebe dan Redmon (2002) sebagaimana dijelaskan Liliweri (2017:27) komunikasi interpersonal merupakan bentuk khas dari komunikasi manusia. Teori ini mempertegas bahwa komunikasi interpersonal bukan

saja berbicara mengenai kuantitas. Berinteraksinya sejumlah orang atau percakapan antara dua orang selalu mengandung kualitas. Kualitas inilah yang dilihat sebagai sesuatu yang khas dari komunikasi manusia. Komunikasi interpersonal terjadi tidak hanya ketika anda berinteraksi dengan seseorang, tetapi juga ketika anda memperlakukan seseorang sebagai manusia yang unik. Sejalan dengan pendapat Nurdin, “Unik” menjadi kata kunci. Verderber dan Barryman-fink (2007) dalam Liliweri (2017:27) berpendapat bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu proses dimana seseorang mengelola relasi dan menguji respon timbal balik dari makna yang diciptakan sebuah interaksi. Teori ini disebut sebagai *Dyadic Communication*. Berdasarkan tiga teori di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan relasi antara dua atau lebih individu melalui media tertentu secara unik yang kemudian relasi tersebut dikelola sehingga menjadi sesuatu yang berwarna dan bermakna lewat timbulnya berbegaimacam pikiran dan emosi.

Menurut Sugyo (2005) sebagaimana dijelaskan oleh Kanti (2014:62), suatu komunikasi interpersonal dikatakan berjalan dengan baik apabila setiap individu yang terlibat di dalamnya;Memiliki sikap keterbukaan dalam merespon setiap informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antar pribadi.Memiliki empati, yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain.Dukungan, yaitu suatu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi secara efektif.Rasa positif, yaitu selalu berpikiran positif akan dirinya dan selalu mendukung orang lain untuk selalu berkomunikasi secara aktif.Kesetaraan dan kesamaan yaitu kemampuan pengakuan untuk saling menghargai satu sama lain antar komunikasikan.Kelima indikator tersebut berjalan bersama dan saling melengkapi. Jika kelima indikator di atas telah terlaksana maka komunikasi interpersonal dapat dikatakan berjalan dengan baik.

Pemahaman Terhadap Hostel. Menurut Aryi (2013:9) hostel disebut juga “rumah murah”. Kata “rumah” dalam hal ini merujuk pada tempat menginap pada suatu daerah ketika bepergian jauh. Menurut Pickard (2002) dalam Ramadhan (2017:10) Hostel adalah sebuah bangunan yang menyediakan fasilitas berupa makanan murah dan penginapan sekelompok orang tertentu, seperti mahasiswa, wisatawan, pekerja. Secara tradisional, Hostel disediakan untuk masyarakat yang kurang mampu. Kata Hostel secara etimologis berasal dari kata bahasa Latin *Hospitale*, yang menandakan sebuah rumah sakit atau tempat istirahat. Hostel termasuk ke dalam defenisi *House in Multiple Occupation* (HMO) atau perumahan dengan beberapa pekerja (Di dalamnya terdapat karyawan *front office, house keeping, security, poolman, dan gardener*), karena termasuk ke dalam aksi pembangunan perumahan tahun 1985. . Dalam buku berjudul *The Hostel*, Aryi dan Sony (2013:2) berpendapat bahwa petualangan yang menarik tidak hanya bisa kita dapatkan dari sebuah perjalanan, melainkan juga dari tempat kita beristirahat dan melepas lelah. Hal ini menjadi gambaran bahwa hostel menjadi tempat untuk pulang dan berkumpul bagi para wisatawan setelah beperjalanan, dan di hostellah mereka berbagi cerita lewat komunikasi interpersonal.

Kepuasan Pelayanan”Kepuasan pelayanan” merupakan gabungan dari dua kata yaitu “Kepuasan” dan “Pelayanan”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “Kepuasan” memiliki arti perihal (yang bersifat puas), kesenangan, kelegaan dan sebagainya. Sedangkan kata “Pelayanan” berarti perihal atau cara melayani atau usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang);jasa atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Jika digabungkan “Kepuasan pelayanan” berarti kesenangan yang timbul sebagai dampak dari kebutuhan yang telah terpenuhi dengan baik. Engel et al. (1995) dalam Indahingwati (2019:5) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan, tamu atau kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*Outcome*) tidak memenuhi harapan. Ratminto, dkk (2017:1) menjelaskan bahwa pelayanan prima dapat diwujudkan apabila penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan secara baik sesuai dengan harapan *customer*, sehingga *customer* merasa puas.

Dari pendapat-pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelayanan publik dapat merupakan hasil evaluasi pelanggan akan suatu produk atau jasa. Hal ini dinilai dari kualitas pelayanan yang dapat diukur dengan sepuluh indikator Zeithmal, Parasuraman, dan Berry.

Kepuasan Pelayanan Melalui *Review Online* Menurut Mudambi dan Schuff (2010) sebagaimana dijelaskan Putra dan Riorini (2016:2) *Online review* atau ulasan online adalah hasil evaluasi produk yang diunduh dalam situs perusahaan atau situs pihak ketiga. Berdasarkan penjelasan Mudambi dan Schuff dapat dikatakan bahwa ulasan online merupakan suatu proses menilai sesuatu pada situs tertentu. Objek yang dinilai pun bisa berupa barang atau jasa. Menurut Zhao et. al. (2015) sebagaimana dijelaskan Putra dan Riorini (2016:2 dan 3) terdapat enam syarat *online reviews* agar efektif, yaitu: *Usefulness of online review* (Kegunaan review online), *Reviewer expertise* (Pengalaman pembuat ulasan), *Timeliness of online review* (Keterbatasan review online), *Volume of online review* (Banyaknya review online dalam suatu waktu), *Valence of online review* (Kekuatan dari review online), *Comprehensiveness of online review* (Kelengkapan yang ada dalam review online). Enam syarat tersebut saling berkaitan dalam sebuah ulasan. Enam syarat tersebut menjadi dasar berpijak dalam membentuk *trust* pada suatu review online situs tertentu.

2. METODE

Adapun rancangan penelitian yang dituliskan dalam metode ini berawal dari latar belakang masalah bagaimana terwujudnya kepuasan pelayanan yang nyata dalam review positif melalui penerapan komunikasi interpersonal antara karyawan dan para tamu di Caffe Locca Hostel. Penelitian ini merupakan sebuah studi kasus yang dilakukan dengan pemeriksaan longitudinal yang mendalam terhadap suatu keadaan atau kejadian yang disebut sebagai kasus dengan menggunakan cara-cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi dan pelaporan hasilnya. Fokus tulisan ini ialah memperoleh dan menjelaskan cara penerapan komunikasi interpersonal terhadap para tamu oleh pengelola Caffe Locca Hostel yang berdampak pada terwujudnya kepuasan pelayanan dengan bukti review positif para tamu pada aplikasi Booking.com. Subjek penelitian ini berfokus pada karyawan dan para tamu yang akan memberikan informasi (Sebagai informan) terhadap penerapan komunikasi interpersonal. Adapun karyawan yang dijadikan informan adalah: Alfred Denny Jefferson Pelupessy (Sebagai karyawan *Front Office*), Delfian Purba (Sebagai karyawan *Front Office*), Ni Komang Sri Asih (Sebagai *House Keeping*), Eusabius Pati (Sebagai *House Keeping*), Nyoman Mariasa (Sebagai *Pool Man* dan *Gardener*). Sedangkan subjek dari para tamu mengacu pada *Review Online* yang terdapat pada aplikasi Booking.com.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara langsung oleh peneliti pada subjek penelitian, observasi, dan dokumentasi. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya-jawab antara dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber. Dalam hal ini datanya tertuang dalam jawaban atas pedoman wawancara dan rekaman. Wawancara ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pola penerapan komunikasi interpersonal karyawan kepada para tamu di Caffe Locca Hostel. Observasi merupakan suatu kegiatan mengamati dan meninjau secara cermat atau mengawasi dengan teliti. Dalam hal ini peneliti akan ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan operasional hostel untuk mengamati penerapan komunikasi interpersonal karyawan terhadap para tamu. Dokumentasi merupakan pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Dokumentasi juga berarti pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (Seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lainnya). Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil dokumentasi Caffe Locca Hostel. Mengenai respon dari para tamu, penulis tidak melakukan wawancara secara langsung, tetapi mengambil data review (ulasan) terhadap Caffe Locca Hostel pada aplikasi Booking.com. Data ini berupa hasil rekapitulasi review tamu terhadap Caffe Locca Hostel selama dua tahun terakhir.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian deskriptif kualitatif. Teknik penelitian deskriptif kualitatif adalah teknik analisis data yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Data yang telah terkumpul akan peneliti analisis dengan menggunakan gambaran yang mendalam mengenai makna dari fenomena yang diangkat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Caffe Locca Hostel Sanur, Bali dengan mewawancarai lima karyawan Caffe Locca Hostel. Daftar pertanyaan disusun berdasarkan lima indikator komunikasi interpersonal Menurut Sugyo (2005) sebagaimana dijelaskan oleh Kanti (2014:62). Berikut hasil wawancara yang diklasifikasikan ke dalam lima indikator komunikasi interpersonal: (1). Sikap terbuka berdasarkan jawaban para informan, berani berbicara jika ada hal yang kurang beres dan usaha untuk memahami tamu walau beberapa informan masih kesulitan jika berhadapan dengan tamu asing menunjukkan sikap terbuka mereka (Para Karyawan) terhadap para tamu. (2). Empati yang dilihat semua informan sering membantu tamu. Satu informan melihat bantuan kepada tamu sebagai tugas pekerjaannya, sedangkan yang lain melihat aspek yang lebih dalam yaitu kebiasaan sejak kecil yang diajarkan orang tua dan keadaan senasib. Di sini lah terlihat empati dari empat informan. (3). Dukungan untuk semua informan pernah berkomunikasi dengan tamu di luar jam operasional. Semuanya berkomunikasi karena ditanya soal referensi tempat wisata. Dua di antara informan melakukan komunikasi yang lebih mendalam dengan para tamu. Semua informan ditanggapi dengan baik oleh para tamu. Hanya satu informan yang pernah mendapat respon kurang baik. Dalam hal ini terlihat aspek dukungan yang diberikan sangat baik. Semua tamu ditanggapi dengan baik dan tidak disepelekan walaupun di luar jam operasional. (4). Rasa positif dari para informan semuanya berani memulai percakapan dengan tamu dan respon tamu terhadap mereka juga baik. Hal ini membuat penilaian yang baik juga dari para informan kepada para tamu. Hal inilah yang menumbuhkan rasa positif. (5). Kesetaraan dan kesamaan yang didapat berdasarkan jawaban para informan di situ jelas beberapa dari mereka masih sulit mendefinisikan sikap adil dan saling menghargai dengan baik. Namun, patut diakui bahwa mereka tidak pernah mengalami sikap tidak adli dan kurang menghargai secara interen (Pengelola Hostel), tetapi dua dari para informan mengalaminya dari para tamu walau tidak mendominasi pengalaman mereka. Hal ini menandakan belum adanya kesetaraan dan kesamaan di lingkungan hostel secara baik walaupun di lingkungan interen semuanya baik.

Lima indikator komunikasi interpersonal menurut Sugyo telah terpaparkan. Berdasarkan hasil wawancara, Lima indikator yakni; Sikap terbuka, empati, dukungan, rasa positif, kesetaraan dan kesamaan terlaksana dengan baik walau untuk indikator ke lima (Kesetaraan dan kesamaan) belum terlaksana secara baik dengan pihak eksternal yaitu para tamu, tetapi mayoritas mengalami kesetaraan dan kesamaan. Hal ini dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal karyawan terhadap para tamu telah berjalan dengan cukup baik.

Dalam menilai keberhasilan penerapan komunikasi interpersonal karyawan terhadap para tamu dalam mewujudkan kepuasan pelayanan, maka hal yang patut ditinjau adalah *review* (ulasan) para tamu mengenai Caffe Locca Hostel pada aplikasi Booking.com.

Menurut Zhao et. al. (2015) sebagaimana dijelaskan Putra dan Riorini (2016:2 dan 3) bahwa terdapat enam syarat yang membuat *review online* menjadi efektif dalam melihat *trust* si pembuat *review*. Peneliti menggunakan dua syarat untuk menilai *review* tamu, yaitu *Volume of online review* (banyaknya ulasan online dalam suatu waktu) dan *Valance of online review* (kekuatan dari *review online*). *Volume of online review* dapat dilihat dari banyaknya ulasan online dalam satu rentetan waktu. Sedangkan *Valance of online review* mencakup kekuatan pesan dalam *review* positif dan negatif. Dalam data disajikan jumlah *review online* dalam satu tahun yang mana terdapat *review* positif dan

negatif. Semakin besar *review* positif dapat menggambarkan besarnya tingkat kepuasan para tamu dan begitupun sebaliknya, semakin besar *review* negatif maka menggambarkan minimnya kepuasan para tamu. Hal ini dapat menjadi acuan dalam menilai terwujudnya kepuasan pelayanan. Dalam melihat kepuasan pelayanan pada Caffe Locca Hostel, maka data rekapitulasi jumlah tamu keseluruhan, jumlah tamu yang memberikan *review* positif dan jumlah tamu yang memberikan *review* negatif dua tahun terakhir (Tahun 2018 dan 2019) dapat dibaca dan disimpulkan. Peneliti tidak mencantumkan data tahun 2020 karena terjadinya Pandemi Covid-19 mempengaruhi tatanan kehidupan normal sehingga akan sulit untuk dinilai kepuasan pelayanannya.

Pada tahun 2018 terdapat **4.495 (JT)** tamu yang menginap di Caffe Locca Hostel. **1.590 (RP)** diantaranya memberikan *review* positif dan **137 (RN)** tamu memberikan *review* negatif. Sisanya tidak memberikan *review*.

$$1.590 > 137$$

$$RP > RN$$

Review positif lebih besar dari *review negatif* dengan selisih **1.453**. Bisa dikatakan bahwa kepuasan pelayanan telah terwujud pada tahun 2018

Pada tahun 2019 terdapat **5.176 (JT)** tamu yang menginap di Caffe Locca Hostel. **1.458 (RP)** diantaranya memberikan *review* positif dan **99 (RN)** tamu memberikan *review* negatif. Sisanya tidak memberikan *review*.

$$1.458 > 99$$

$$RP > RN$$

Review positif lebih besar dari *review negatif* dengan selisih **1.359**. Bisa dikatakan bahwa kepuasan pelayanan telah terwujud pada tahun 2018.

4. PENUTUP

Simpulan

Penelitian yang telah dilakukan di Caffe Locca Hostel Sanur, didapati bahwa penerapan komunikasi interpersonal benar-benar dibangun oleh karyawan Caffe Locca Hostel terhadap para tamu. Penerapan ini telah terlaksana dengan cukup baik yang dibuktikan dengan terpenuhinya lima indikator komunikasi interpersonal menurut Sugyo, yaitu; sikap terbuka, empati, dukungan, rasa positif, serta kesetaraan dan kesamaan. Hasil rekapitulasi tamu pengunjung Caffe Locca Hostel dua tahun terakhir yaitu tahun 2018 dan 2019 menunjukkan bahwa tamu yang memberikan *review* positif pada aplikasi Booking.com jauh lebih banyak dibandingkan yang memberikan *review* negatif. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas tamu puas dalam pelayanan.

Berdasarkan dua fakta penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan komunikasi interpersonal yang baik oleh karyawan Caffe Locca Hostel terhadap para tamu dapat mewujudkan kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh para tamu Caffe Locca Hostel.

Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan penerapan komunikasi interpersonal karyawan Caffe Locca Hostel Sanur dalam mewujudkan kepuasan pelayanan, penulis memberikan saran sebagai berikut: Kepada para pembaca diharapkan untuk tidak menganggap remeh komunikasi interpersonal, tetapi harus dikembangkan dengan baik melihat besarnya manfaat yang dihasilkan. Kepada karyawan Caffe Locca Hostel untuk lebih fokus pada membangun indikator kesetaraan dan kesamaan, agar dapat benar-benar maksimal penerapan komunikasi interpersonal yang dilakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan : a. Menghargai waktu karyawan lain dalam bekerja dengan tidak membebani pekerjaan di luar dari jobdesk karyawan tersebut, b. Keluhan terhadap sesama karyawan hendaknya disampaikan empat mata terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada atasan, c. Tidak terkesan

merendahkan sesama karyawan di hadapan tamu, d. Tidak melakukan kesepakatan gelap antar karyawan yang merugikan tamu dan sesama karyawan.

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap masing-masing indikator dari komunikasi interpersonal, karena masih banyak hal berguna yang dapat digali.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Acep Sutrisno. 2017. *Hubungan Kredibilitas Dosen Public Speaking dengan Keterampilan Bicara Mahasiswa*. Skripsi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad, Bandung.
- Ali Nurdin. 2020. *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta.
- Ariy dan Sony. 2013. *The Hostel*. B first (PT Bentang Pustaka). Yogyakarta.
- Hasrullah. 2013. *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Kencana (Divisi dari PRENADAMEDIA Group). Jakarta.
- Indahingwati Asmara. 2019. *Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. CV Jakad Publishing Anggota IKAPI. Surabaya.
- Kanti Wahyu Nila. 2014. *Efektifitas Layanan Bimbingan Kelompok dengan Teknik Role Playing Untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal*. Jurnal Bimbingan dan Konseling. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negri, Semarang.
- Liliweri Alo. 2017. *Komunikasi Antar Personal*. Kencana. Jakarta.
- Morissan. 2020. *Komunikasi Organisasi*. Edisi Pertama. PRENADAMEDIA Group. Jakarta.
- Nurrohim Hassa dan Anatan Lina. 2009. *Efektifitas Komunikasi dalam Organisasi*. Jurnal Manajemen. Fakultas Ekonomi Pembangunan Nasional Veteran, Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
- Rachmat Kriyanto. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Ratminto, dkk. 2017. *Pelayana Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*. Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI. Yogyakarta.
- Rizky Ramadhan. 2017. *Hostel Diseririt*. Skripsi. Fakultas Teknik Jurusan Arsitektur Universitas Udayana, Denpasar.
- Sumarini Holy. 2017. *Efektifitas Komunikasi Interpersonal Guru dan Murid*. Jurnal. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Widya Putra dan Vandayuli Riorini. 2016. *Pengaruh Online Reviews Terhadap Online Hotel Booking Intentions pada Online Travel Agent Lokal*. Tulisan Seminar Nasional Cendikiawan 2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jakarta.