

Implementasi Sustainable Corporate Communication Management di Emersia Hotel & Resort – Bandar Lampung

Ni Made Ayu Windu Kartika ^{1*}, Ni Gst Nym Suci Murni ², I Made Darma Oka ³

¹ Magister Terapan Perencanaan Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² Magister Terapan Perencanaan Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ Magister Terapan Perencanaan Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: ayuwindu.aw@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *sustainable corporate communication management* di Emersia Hotel & Resort – Bandar Lampung. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner yang menjadikan karyawan Emersia Hotel & Resort sebagai sampel penelitian, dokumentasi berupa foto-foto, dan studi pustaka yang berasal dari jurnal-jurnal terkait. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat tiga indikator yang mendukung penerapan *sustainable corporate communication management* di Emersia Hotel & Resort. Sebagai penelitian terapan, hasil akhir dari penelitian ini adalah desain model *sustainable corporate communication management* yang divalidasi dengan *focus group discussion*.

Kata Kunci: *Sustainable Corporate Communication Management Model*, Komunikasi Berkelanjutan, *Corporate Communication*, *Sustainable Corporate Communication Management*

Abstract: This study aims to analyze the implementation of *sustainable corporate communication management* at Emersia Hotel & Resort - Bandar Lampung. This research is a descriptive research with a quantitative approach. The data collection method was carried out by distributing questionnaires that used Emersia Hotel & Resort employees as research samples, documentation in the form of photographs, and literature studies from related journals. The results of the study state that there are three indicators that support the implementation of *sustainable corporate communication management* at Emersia Hotel & Resort. As an applied research, the final result of this research is the design of a *sustainable corporate communication management* model which is validated with a *focus group discussion*.

Keywords: *Sustainable Corporate Communication Management Model*, *Sustainable Communication*, *Corporate Communication*, *Sustainable Corporate Communication Management*

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan

Sektor pariwisata dianggap lebih *sustainable* karena dapat mendatangkan devisa negara dalam jumlah besar tanpa mengeksploitasi sumber daya alam yang ada. Keunikan dan karakteristik yang dimiliki Indonesia menjadi daya tarik yang sangat potensial untuk dikembangkan di sektor pariwisata. Industri perhotelan sebagai salah satu unsur dari pariwisata memegang peran penting dalam berjalannya kegiatan pariwisata. Sebagai salah satu elemen dalam pariwisata, hotel memegang peran penting dalam berjalannya kegiatan pariwisata. Elemen pariwisata itu sendiri terdiri atas *attractions*, *amenities*, *accessibility*, dan *human resources* (Listiwati et al., 2020). Sebagai sebuah organisasi, hotel harus dapat membangun komunikasi yang baik dengan setiap *stakeholder* yang terlibat baik *stakeholder* internal yang mencakup *employee* maupun *stakeholder* eksternal yang terdiri dari *community* dan *customer*. Dalam suatu proses mencapai tujuan organisasi, diperlukan adanya model komunikasi yang dapat menghubungkan, mengatur, dan membina lingkungan organisasi itu yang menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar anggotanya, proses informasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi tersebut (Bana, 2018). Manajemen berperan mengarahkan desain perencanaan termasuk menetapkan faktor-faktor esensial dalam strategi manajemen yang akan dijalankan dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Komunikasi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan untuk melakukan langkah-langkah strategis. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal *human capital* dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain, menekankan terciptanya pertukaran informasi yang seimbang.

Komunikasi korporat merupakan instrumen yang digunakan oleh manajerial untuk menghubungkan pihak internal dengan pihak eksternal. Salah satu manfaat dari model komunikasi korporat yang berjalan baik yakni terdapat fungsi keselarasan dan keharmonisan lingkungan kerja yang dapat dirasakan karena keterbukaan atau kejelasan pesan dan informasi. Fungsi dari strategi komunikasi korporat itu sendiri adalah untuk fokus pada pengembangan komunikasi yang terencana dan konsisten sesuai dengan visi misi perusahaan dalam memenuhi tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dalam kebijakan strategi perusahaan. Komunikasi organisasi berperan untuk menyelesaikan tugas yang berkaitan dengan peran dan tanggung jawab khusus penjualan, layanan, dan produksi; menyesuaikan diri dengan perubahan melalui kreativitas dan adaptasi individu dan organisasi; mengorganisasikan, merencanakan, dan mengendalikan operasi organisasi melalui manajemen (Atmaja & Dewi, 2018). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi korporat merupakan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan pada adanya kesamaan persepsi antara pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Namun begitu, penelitian ini akan berfokus pada pengkajian implementasi manajemen komunikasi korporat pada internal perusahaan. Komunikasi korporat yang berkelanjutan artinya tidak memberikan dampak buruk bagi sekitar misalnya dengan menekan penggunaan kertas pada produk komunikasi seperti laporan tahunan, brosur, ataupun produk marketing dan melakukan *meeting virtual* (Zerfaß et al., 2021). Meskipun begitu, komunikasi korporat yang berkelanjutan tidak akan menghambat perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya. Bana (2018), menjelaskan bahwa komunikasi organisasi dalam lingkungan pekerjaan terdapat bentuk komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal yaitu komunikasi yang terjadi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, dan komunikasi setingkat atau sesama pegawai. Komunikasi organisasi juga mengandung unsur penting dalam manajemen lingkungan kerja seperti di antaranya, komunikasi pembuatan keputusan, berupa komunikasi kelompok kecil atau besar, sistem kepemimpinan, dll. Penelitian yang dilakukan oleh Ruliana et al. (2019), menemukan bahwa media digital memberi pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan public relation dan bahkan telah dijadikan sebagai media untuk berhubungan dengan publik, baik publik internal maupun publik eksternal. Strategi komunikasi korporat harus memiliki peran penting dan berkontribusi pada strategi perusahaan itu sendiri (Siano et al., 2011). Artinya, suatu bentuk komunikasi korporat dapat mencerminkan perusahaannya. Fungsi dari strategi komunikasi korporat itu sendiri adalah untuk fokus pada pengembangan komunikasi yang terencana dan konsisten sesuai dengan visi misi perusahaan dalam memenuhi tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dalam kebijakan strategi perusahaan.

Sebagai salah satu *market leader* di Provinsi Lampung, posisi tersebut dapat diraih oleh Emersia Hotel & Resort bukan hanya karena mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya melainkan juga karena komunikasi korporat yang baik telah dijalankan oleh Emersia Hotel & Resort. Emersia Hotel & Resort dapat membangun kerjasama dengan pelanggannya karena terjalin komunikasi yang baik di kedua belah pihak. Namun begitu, berdasarkan hasil observasi langsung peneliti menemukan bahwa manajemen komunikasi internal di Emersia Hotel & Resort belum sepenuhnya efisien. Proses komunikasi yang semestinya sudah terintegrasi oleh sistem yang dapat diakses oleh seluruh karyawan, masih ada proses yang tetap dilakukan secara manual. Misalnya, pada saat akan dijalankan sebuah event atau kegiatan, tim *marketing* akan membuat *Banquet Event Order* (BEO) di sistem namun sebelum kegiatan tersebut berjalan, BEO tersebut harus ditanda tangani oleh manajerial setiap departemen yang mana peneliti melihatnya menjadi tidak efisien. Seringkali meskipun sudah diberikan informasi jelas di sistem, informasi tersebut masih harus di-*share* melalui whatsapp grup. Selain itu, metode ini juga menjadikan banyaknya penggunaan kertas karena setiap informasi yang sebenarnya sudah ada pada sistem harus di-*print* untuk diberikan tanda tangan setiap pimpinan departemen yang ada pada perusahaan. Hal ini tentu tidak sejalan dengan konsep komunikasi korporat berkelanjutan (*sustainable corporate communication*) yang mana pencemaran lingkungan dapat ditekan dengan meminimalisir penggunaan produk *print-out* (Zerfaß et al., 2021). Komunikasi berkelanjutan dicirikan sebagai suatu pekerjaan atau proses dimana manusia dapat melestarikan alam dibandingkan dengan mendominasinya (Kilbourne, 2004). Sehingga muncul peluang untuk dapat memberikan manfaat bagi masyarakat baik dalam jangka waktu pendek maupun untuk jangka waktu yang panjang (Fonseca et al., 2021). Penelitian ini akan mengidentifikasi implementasi *sustainable corporate communication management* di Emersia Hotel & Resort. Penelitian ini merupakan penelitian terapan, dimana sebagai produk akhir, penelitian ini akan menghasilkan sebuah bentuk model manajemen komunikasi korporat yang berkelanjutan bagi Emersia Hotel & Resort.

Metode

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013), yakni metode penelitian yang berlandaskan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Sebelum melakukan penelitian, peneliti sudah melakukan observasi partisipatif di lokasi penelitian melalui program *internship* atau magang. Observasi partisipatif dilakukan untuk mengetahui kondisi nyata dari objek penelitian sehingga data yang diperoleh adalah data yang valid. Selama melakukan observasi partisipatif, peneliti menemukan permasalahan yang pada akhirnya diangkat pada penelitian ini. Pada proses penelitian, peneliti menggunakan kuesioner untuk melakukan pengumpulan data dengan menggunakan karyawan Emersia Hotel & Resort sebagai responden penelitian. Setelah dilakukan pengolahan data penelitian dan dihasilkan desain model sebagai produk akhir, dilakukan kegiatan FGD (*focus group discussion*) untuk memvalidasi desain model tersebut untuk kemudian dapat diterapkan pada kegiatan operasional hotel. Selain dianalisis secara deskriptif, dengan tujuan untuk melihat karakteristik populasi, maka data penelitian ini juga dianalisis dengan menggunakan alat uji model persamaan struktural (*Structural Equation Model – SEM*) berbasis *Structure Covariance* (LISREL).

Pada penelitian ini, variabel manajemen komunikasi korporat merupakan variabel independen atau variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dilambangkan dengan X (Sugiyono, 2013). *Sustainable corporate communication* merupakan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dilambangkan dengan Y (Sugiyono, 2013). Penelitian ini akan menggunakan seluruh karyawan di Emersia Hotel & Resort sebagai sampel. Jumlah karyawan di Emersia Hotel & Resort adalah 81 orang yang mana seluruhnya akan dijadikan responden penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Values* < 0,05. Secara rinci hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil uji hipotesis (path coefficient)

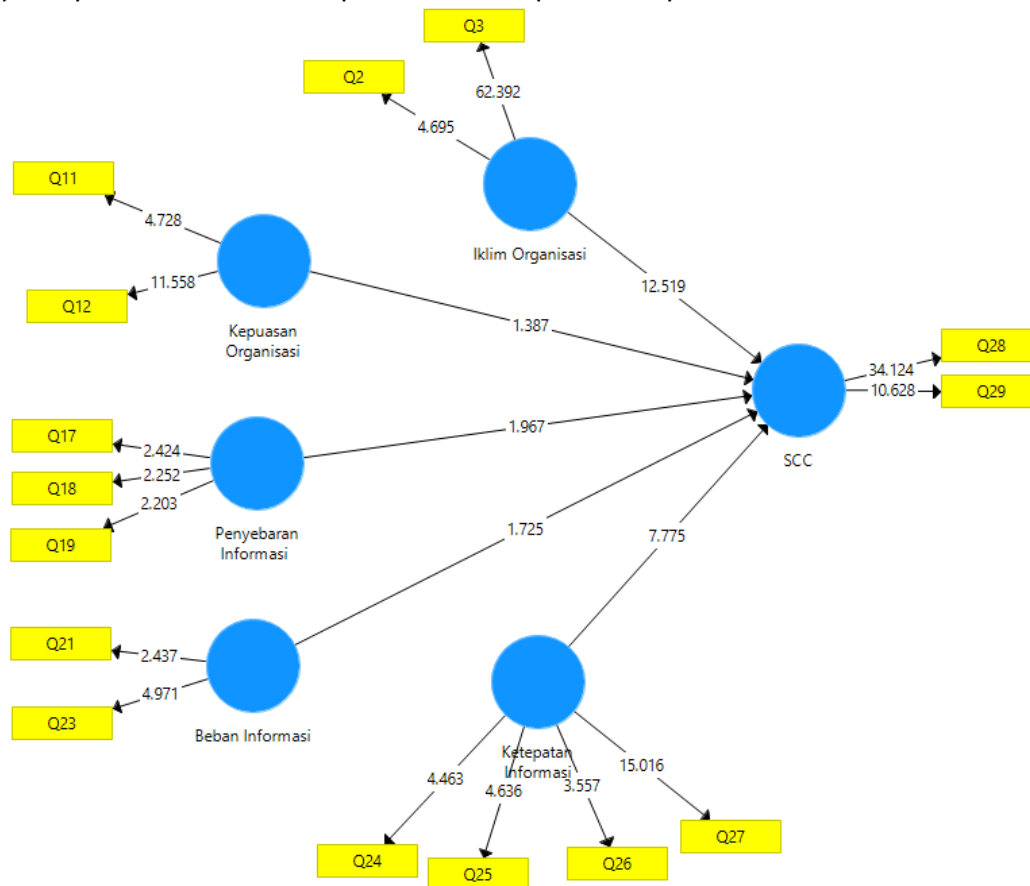
| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (O/STDEV) | P-Values |
|----------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Beban informasi > SCC | -0.090 | -0.092 | 0.052 | 1.725 | 0.085 |
| Iklm Organisasi > SCC | 0.644 | 0.644 | 0.051 | 12.519 | 0.000 |
| Kepuasan Organisasi > SCC | 0.066 | 0.056 | 0.047 | 1.387 | 0.166 |
| Ketepatan Informasi > SCC | 0.504 | 0.505 | 0.065 | 7.775 | 0.000 |
| Penyebaran Informasi > SCC | -0.104 | -0.075 | 0.053 | 1.967 | 0.050 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2022.

P-Values < 0,05 artinya berpengaruh signifikan, sehingga dari hasil uji hipotesis didapatkan hasil yakni terdapat 2 (dua) hubungan variabel yang tidak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan. Kedua variabel tersebut adalah variabel beban informasi dan kepuasan organisasi. Artinya, 3 (tiga) variabel lainnya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *sustainable corporate communication*. Ketiga variabel tersebut adalah variabel iklim organisasi, ketepatan informasi, dan penyebaran informasi. Dapat dikatakan bahwa dari 5 indikator komunikasi korporat, pada implementasinya di Emersia Hotel & Resort terdapat 3 indikator yang berpengaruh terhadap *sustainable corporate communication*.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat uji model persamaan struktural (*Structural Equation Model – SEM*) berbasis *Structure Covariance* (LISREL). Pengujian data penelitian akan menghasilkan sebuah bentuk model *sustainable corporate communication management* yang mana pada hasil akhir nanti akan

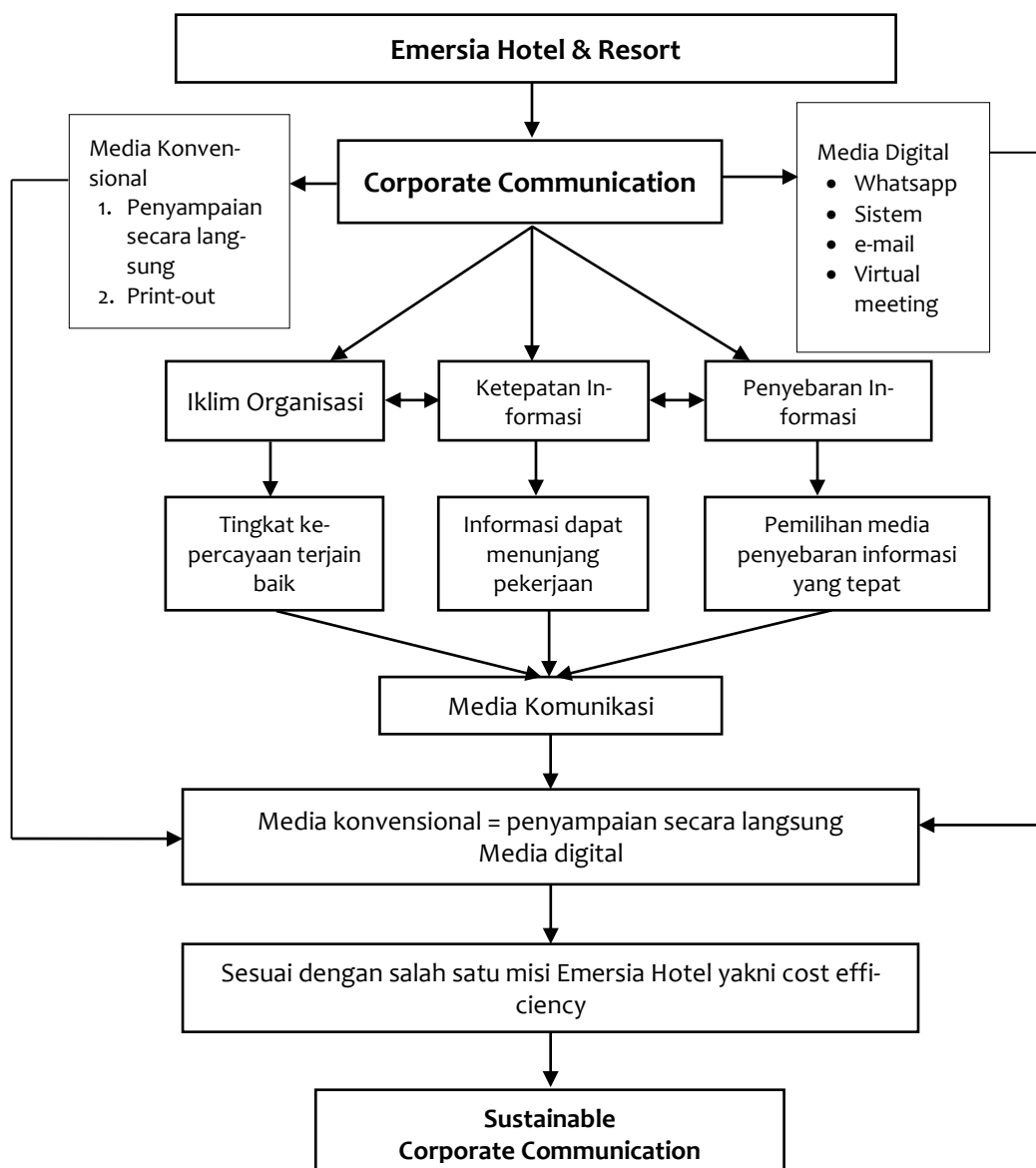
menjadi masukan bagi objek penelitian yang dalam hal ini adalah Emersia Hotel & Resort. Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Pada uji structural model (inner model) menggunakan bantuan prosedur Bootstrapping dan Blindfolding dalam SMART PLS (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun model struktural penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tampilan hasil PLS boothstrapping
 Sumber: Hasil Penelitian, 2022.

Manajemen komunikasi korporat di Emersia Hotel & Resort telah berjalan dengan baik, namun masih perlu ada beberapa evaluasi dan perbaikan agar menjadi lebih efektif. Dari data kuesioner ditemukan bahwa sudah terbentuk kepercayaan baik dari pimpinan kepada karyawan, karyawan kepada pimpinan, maupun kepercayaan antar karyawan itu sendiri. Hal ini tercermin dari butir pernyataan kuesioner pada indikator iklim komunikasi pada Tabel 2 di atas, dimana tidak ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan kuesioner yang mencerminkan tingkat kepercayaan yang ada pada internal perusahaan sudah terjalin dengan baik. Indikator kepuasan organisasi dan penyebaran informasi menggambarkan hubungan antara beban kerja, informasi, dan pemenuhan hak karyawan yang dalam hal ini adalah upah atau gaji. Berdasarkan Tabel 2, hampir semua responden melihat adanya keselarasan dalam setiap elemen tersebut, artinya tidak ada karyawan yang merasa tidak puas dengan apa yang diberlakukan oleh manajemen hotel. Dari hasil observasi secara langsung, peneliti melihat bahwa penyebaran informasi melalui pesan *whatsapp* ternyata lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan *email* ataupun sistem itu sendiri. Informasi yang disebar oleh perusahaan dinilai dapat menunjang pekerjaan karyawannya. Indikator beban informasi dan ketepatan informasi menggambarkan tentang bagaimana penyebaran informasi internal yang dilakukan oleh masing-masing karyawan Emersia Hotel. Mayoritas responden menilai bahwa informasi yang diberikan oleh manajemen sesuai porsinya dan diberikan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan karyawan. Setiap informasi yang diberikan dapat menunjang pekerjaan. Sebuah organisasi atau perusahaan merupakan suatu sistem yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lain dalam melakukan aktivitasnya. Manajemen komunikasi yang tepat akan menjadikan proses komunikasi dari setiap elemen perusahaan

menjadi efektif sehingga pendistribusian tugas dapat terlaksana dengan baik. Manajemen komunikasi perusahaan dapat dianggap sebagai kunci dari strategi manajerial, karena kenyataan bahwa perannya menyiratkan pemilihan pesan yang terkait dengan tujuan perusahaan, berbagai sudut pandang, dan kemudian mengirimkannya ke pihak yang berkepentingan. Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan kerja. Komunikasi yang tidak baik bisa mempunyai dampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, misalnya konflik antar karyawan dan sebaliknya, komunikasi yang baik dapat meningkatkan sikap saling pengertian, kerjasama dan juga kepuasan kerja (Baba, 2014). Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa terdapat tiga indikator yang berpengaruh terhadap *sustainable corporate communication*, ketiga indikator tersebut adalah iklim organisasi, ketepatan informasi, dan penyebaran informasi. Konsep berkelanjutan hendaknya tidak menjadi penghalang bagi perusahaan untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Meskipun menerapkan konsep yang berkelanjutan, proses komunikasi hendaknya tidak mengurangi isi dari informasi atau pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan media digital sebagai media komunikasi merupakan suatu bentuk komunikasi yang berkelanjutan, sehingga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan operasional perusahaan itu sendiri.



Gambar 2. Model implementasi sustainable corporate communication management di Emersia Hotel & Resort

Berdasarkan model tersebut, komunikasi korporat di Emersia Hotel & Resort menggunakan 2 media yakni media konvensional dan media digital. Contoh komunikasi secara konvensional adalah penyampaian pesan secara lisan dan pencetakan produk komunikasi (*print out*). Sedangkan untuk media digital yang digunakan adalah pesan whatsapp, penggunaan sistem untuk operasional, dan penggunaan e-mail atau media sosial lainnya. Pada model tersebut juga dapat dilihat bahwa indikator iklim organisasi, ketepatan informasi, dan penyebaran informasi memberikan pengaruh terhadap komunikasi korporat yang berkelanjutan. Ketiga indikator tersebut akan mendukung terciptanya sebuah komunikasi korporat yang berkelanjutan apabila menjalankan proses dan menggunakan media yang mendukung. Hal-hal baru dapat dilakukan untuk Emersia Hotel & Resort yakni seperti dengan melakukan *training* ataupun *gathering* untuk memperkuat hubungan antar karyawan. Selain dapat menjadi kesempatan untuk saling bertemu dan membagi pengetahuan, kegiatan *training* dan *gathering* dapat menjadi kesempatan untuk karyawan untuk melakukan *refreshing* sehingga menekan kemungkinan karyawan mengalami stres akibat tekanan pekerjaan. Kegiatan tersebut sebenarnya sudah pernah dilakukan oleh manajemen Emersia Hotel & Resort, namun terhambat dengan adanya pandemi Covid-19 dan keterbatasan *trainer*. Komunikasi korporat yang berkelanjutan artinya keberlanjutan dalam proses, media, dan juga produk komunikasi yang digunakan oleh perusahaan. Penggunaan media digital saat ini membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien dan menekan penggunaan biaya bagi perusahaan. Penggunaan media digital dalam komunikasi tentunya akan lebih berkelanjutan karena akan mengurangi penggunaan kertas (*paperless*), sehingga direkomendasikan untuk dapat diterapkan pada perusahaan.

Simpulan

Rutinitas kerja yang ada di Emersia Hotel & Resort sebenarnya sudah baik dan memberikan dampak positif bagi karyawan, namun perlu dilakukan perubahan terkait rutinitas kerja tersebut agar lebih memudahkan proses komunikasi antar karyawan dan juga menjadikan rutinitas kerja menjadi lebih *sustainable*. Implementasi manajemen komunikasi korporat di Emersia Hotel & Resort telah berjalan dengan baik namun belum sepenuhnya mengarah pada keberlanjutan, sehingga masih perlu dikaji ulang dan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Desain model komunikasi korporat yang dihasilkan oleh penelitian ini dibuat berdasarkan kondisi yang terjadi di Emersia Hotel & Resort secara internal. Berdasarkan model tersebut, dapat dilihat bahwa media penyampaian informasi dengan menggunakan media digital terbagi menjadi media formal dan informal. Model output terapan yang dihasilkan pada penelitian ini menjadi masukan kepada manajemen Emersia Hotel & Resort untuk dapat diterapkan di kemudian hari.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Emersia Hotel & Resort yang memberikan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian serta semua pihak yang terlibat.

Referensi

- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi organisasi (suatu tinjauan teoritis dan praktis). *Inter Komunika*, 3(2), 192–206.
- Baba, A. (2014). Pengaruh kompetensi, komunikasi dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan PT. semen bosowa maros. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 18(4), 524–540.
- Bana, T. L. J. (2018). *Model Komunikasi Organisasi dan Kinerja Pegawai (Study Kasus Pada Media Online Liputan Banten)*. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin.
- Fonseca, A., Abreu, I., & Silvestre, W. J. (2021). Investigating context factors in the strategic management of corporate sustainability integration. *Journal of Cleaner Production*, 314, 128002.
- Kilbourne, W. E. (2004). Sustainable communication and the dominant social paradigm: can they be integrated? *Marketing Theory*, 4(3), 187–208.
- Listiowati, A. S., Wiranatha, A. S., & Suryawardani, I. G. (2020). Strategi Pengembangan DTW Pantai Diamond di Dusun Pelilit, Desa Peejukutan, Nusa Penida, Klungkung, Bali. *Jumpa*, 6, 516540.
- Ruliana, P., Lestari, P., & Andrini, S. (2019). Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 60–82.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Siano, A., Confetto, A. V., Vollero, A., & Siglioccolo, M. (2011). A framework based on the structure-system paradigm for governance and management of corporate communication. *Contributions to Theoretical and Practical Evidences in Management. A Viable Systems Approach (VSA)*, ASVSA–Association for Research on Viable Systems, International Printing, Avellino, 175–197.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Zerfaß, A., Stieglitz, S., Clausen, S., Ziegele, D., & Berger, K. (2021). *Communications Trend Radar 2021. Denialism, virtual corporate communications, sustainable communications, digital nudging & voice interaction*. Communication Insights.