

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan baik dalam bentuk verbal dan nonverbal yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Komunikasi verbal ini dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, sedangkan untuk komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi dengan gerakan tubuh, isyarat, sentuhan, mimik muka yang biasanya dilakukan secara langsung saat itu juga (Kurniati, 2016). Pada perusahaan, dengan adanya komunikasi verbal dan nonverbal dapat menciptakan jalinan atau ikatan antar karyawan maupun perusahaan lainnya. Salah satu cara agar tetap terjadinya hubungan kerja sama dengan perusahaan lain adalah dengan bertelepon. Bertelepon merupakan bentuk komunikasi dengan menggunakan bantuan media perantara berupa telepon. Telepon dapat menyalurkan seluruh informasi yang ingin disampaikan walaupun dibatasi oleh jarak.

Kegiatan bertelepon merupakan bentuk komunikasi secara verbal sehingga komunikasi tersebut dapat terjadi tanpa adanya pertemuan dengan lawan bicara. Agar perusahaan dapat tetap menjalin hubungan yang perusahaan lain sehingga diperlukannya penerapan etiket bertelepon sebagai contoh, ketika bertelepon disarankan untuk tersenyum sehingga lawan berbicara saat bertelepon dapat merasakan “senyuman” tersebut (Rustanta, 2020). Bertelepon dalam perusahaan sebagai bentuk penyampaian dari komunikasi verbal yang dapat dirasakan dari nada bicara dalam penyampaian pesan dikarenakan komunikasi ini dilakukan tanpa tatap muka. Dampak dari penerapan etiket bertelepon ini dapat menciptakan kesan yang baik walau hanya dengan mendengarkan nada bicara saat bertelepon.

Perusahaan tempat penulis melakukan PKL adalah sebuah hotel yang sangat sering menerima telepon dari calon tamu. Departemen yang menangani telepon calon pelanggan ialah Departemen *Sales & Marketing*. Departemen ini memiliki tugas untuk menciptakan hubungan yang baik dengan calon pelanggan sehingga

dapat meningkatkan penjualan fasilitas hotel, yaitu pemesanan kamar, ruang acara, dan ruang rapat. Dalam menawarkan fasilitas hotel tersebut, karyawan Departemen *Sales & Marketing* menerapkan etiket bertelepon berdasarkan standar *phone courtesy* perusahaan sehingga tamu akan merasa senang dan memilih fasilitas Vasa Hotel Surabaya. Oleh karena itu, penulis memilih judul laporan Tugas Akhir (TA) “Penerapan Etiket Bertelepon di Departemen *Sales & Marketing* Vasa Hotel Surabaya”.

1.2 Ruang Lingkup

Laporan tugas akhir ini menjelaskan penerapan etiket bertelepon baik dalam menerima telepon maupun menelepon di Departemen *Sales & Marketing* Vasa Hotel Surabaya

1.3 Tujuan

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang penerapan etiket bertelepon di Departemen *Sales & Marketing* Vasa Hotel Surabaya.

1.4 Manfaat

Manfaat penulisan Laporan TA ini bagi penulis ialah dapat menambah wawasan dalam penerapan etiket bertelepon dalam hotel. Bagi tempat PKL laporan TA ini dapat memberikan masukan bagi Departemen *Sales & Marketing* Vasa Hotel Surabaya terkait dengan kesimpulan dan saran yang penulis hasilkan dari TA ini. Selain itu, bagi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya Fakultas Vokasi Program Studi Diploma-III Administrasi Perkantoran, laporan TA ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang sedang mempelajari tentang penerapan etiket dalam bertelepon.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami Laporan TA ini, maka pembahasan materi ini akan digolongkan sebagai berikut Bab I yaitu

Pendahuluan berisi latar belakang, ruang lingkup, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan. Bab II yaitu Tinjauan Pustaka berisi pengertian komunikasi, jenis-jenis komunikasi, pengertian bertelepon, media penunjang bertelepon, pengertian etiket, dan etiket bertelepon, dan. Bab III yaitu Gambaran Umum berisi gambaran perusahaan secara umum dan kegiatan PKL yang penulis lakukan. Bab IV yaitu Pembahasan berisi pedoman etiket bertelepon di Departemen *Sales & Marketing* , penerapan etiket bertelepon di Departemen *Sales & Marketing*, pendukung etiket bertelepon di Departemen *Sales & Marketing*, dan media penunjang kegiatan bertelepon di Departemen *Sales & Marketing*. Bab V yaitu Kesimpulan dan Saran berisi kesimpulan dari bab-bab sebelumnya serta saran penulis terhadap perusahaan tempat penulis melakukan kegiatan PKL.