

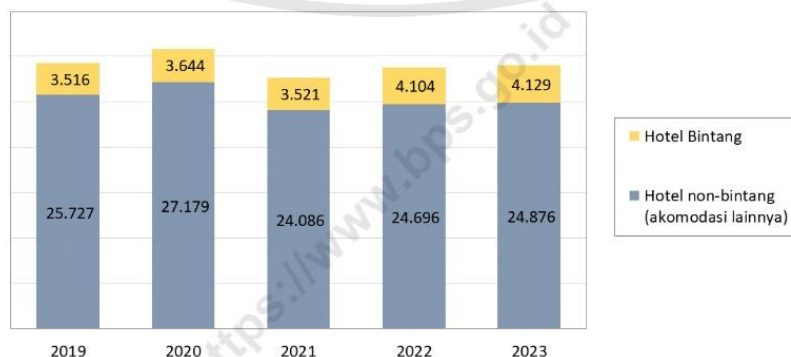
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting untuk keberhasilan suatu negara (KPPN Palangkaraya, 2018). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut (Setiawan, 2016).

Jasa pariwisata sangat dipengaruhi oleh banyaknya hotel-hotel di Indonesia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Pada tahun 2022 ketika pandemi sudah mulai mereda jumlah usaha jasa akomodasi kembali tumbuh dan bertambah cukup besar sebanyak 4,32%. Di tengah pemulihan kondisi perekonomian di tahun 2023, jumlah jasa akomodasi sedikit bertambah dibandingkan tahun 2022. Data ini menunjukkan bahwa pemulihan ekonomi sejalan dengan geliat usaha jasa pariwisata (Teguh et al., 2023).



**Gambar 1.1 Data Perkembangan Jasa Pariwisata Menurut BPS 2023**

Merujuk pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM dapat terkait dengan Pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.” Sedangkan Industri Pariwisata adalah “kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.”

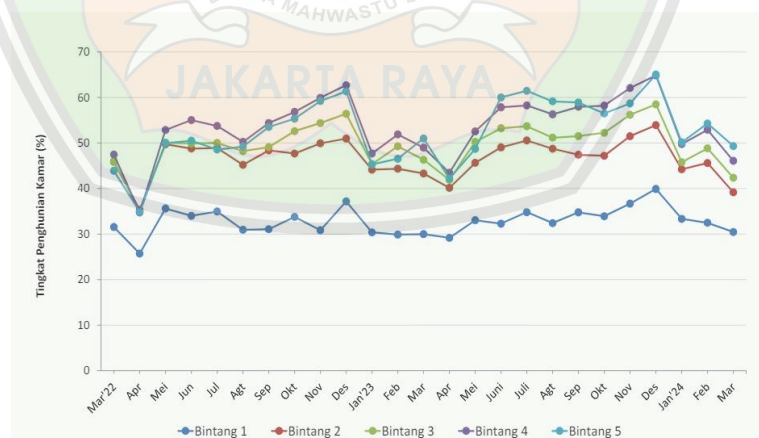
Terdapat beberapa *skills* yang harus dikuasai saat berada di industri perhotelan diantaranya yaitu *skill* komunikasi dan bahasa asing, *skill* pelayanan, *skill* pengetahuan dunia kuliner, *skill* time management dan *multitasking*, dan *skill teamwork*, pada salah satu *skill* yang harus dikuasai di bidang perhotelan yaitu *skill* pelayanan, sebuah hotel bergantung pada pelanggan sebagai sumber pendapatan utamanya untuk menjalankan bisnisnya dan membayar karyawannya (Universitas multimedia nusantara, 2022). *Skill* pelayanan yang diperlukan dalam industri perhotelan adalah bagaimana karyawan dapat memenuhi kebutuhan tamu dan pelanggan sambil memberikan pengalaman menginap yang menyenangkan. (Habib, 2022)

Sektor pariwisata merupakan sektor tersier dimana preferensi wisatawan sangat ditentukan oleh tingkat kenyamanan (Setiawan, 2016). Salah satu hal yang dapat menarik pengunjung adalah bagaimana karyawan perhotelan menampilkan penampilan dengan baik, para karyawan harus memiliki penampilan yang profesional dan menarik sehingga tamu dapat puas akan pelayanan jasa yang diberikan oleh karyawan yang berpenampilan ramah, rapih, dan bersih. Hal tersebut akan membuat hotel terlihat baik (Duta Persada, 2024).

Melalui penampilan diri yang profesional dan sesuai dengan standar industri, karyawan akan menyajikan diri mereka dengan percaya diri dan membangun kesan yang positif pada tamu dan pelanggan

(Umnadmin, 2022). Menurut Courtney & Meyer (2020), *self-presentation* adalah salah satu cara mengekspresikan diri dan berperilaku untuk menciptakan kesan yang positif atau sesuai dengan persepsi masyarakat. Pemahaman tentang *self-presentation* yang baik akan membantu karyawan untuk sukses dalam industri perhotelan, di mana penampilan fisik, sikap, dan komunikasi berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi tamu (Novia, 2015).

Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang dan nonbintang pada Maret 2024 turun 1,23 poin dibandingkan Maret 2023. Hampir seluruh klasifikasi hotel bintang menunjukkan penurunan. Penurunan tertinggi TPK tercatat pada hotel bintang 2 yaitu turun sebesar 4,13 poin. Dibandingkan dengan Februari 2024, TPK pada Maret 2024 juga mengalami penurunan sebesar 5,19 poin. Seluruh klasifikasi hotel bintang menunjukkan penurunan. Penurunan TPK terdalam tercatat pada hotel bintang 4 yang turun sebesar 6,84 poin. Sedangkan penurunan TPK terkecil pada hotel klasifikasi bintang 1 terjadi penurunan sebesar 2,00 poin



**Gambar 1.2 Data Tingkat Penghunian Kamar Menurut BPS 2024**

Berdasarkan data diatas, menurut BPS penyebab penurunan yang terjadi pada tingkat penghunian kamar hotel salah satunya dikarenakan oleh pelayanan pada suatu hotel, Penurunan tersebut disebabkan tamu

merasa kecewa karena perbedaan kualitas pelayanan yang diterima. Penyebab ketidakpuasan pada tamu salah satunya disebabkan oleh penampilan karyawan hotel, kualitas pelayanan memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan tamu. Penampilan dan sikap karyawan perhotelan yang buruk dapat membuat tamu merasa tidak nyaman dan apabila pelayanan yang diberikan semakin buruk dan tidak melampaui harapan mereka, maka hal tersebut juga menyebabkan para tamu berfikir ulang untuk menggunakan jasa hotel lagi. Ketidakpuasan pada tamu juga menyebabkan mereka tidak bersedia untuk merekomendasikan hotel secara positif kepada orang-orang terdekatnya (Badan Pusat Statistik, 2024).

Adanya *self-presentation* pada karyawan perhotelan adalah untuk menunjukkan kualitas dirinya kepada individu lain yang melihat dirinya, *self-presentation* juga memudahkan komunikasi dengan individu lain seperti tamu, keluarga, dan dapat memperluas pertemanan (Rose et al., 2022). Menurut Goffman (1986) *Self-presentation* adalah gambaran diri individu yang menunjukkan diri mereka dengan cara terbaik sehingga individu lain memberikan kesan terhadap diri mereka dengan cara yang sama. Hal tersebut sangat dibutuhkan untuk karyawan perhotelan agar dapat melayani tamu dengan baik sehingga tingkat penghunian kamar hotel tidak mengalami penurunan disetiap tahunnya.

Menurut Michikyan (2014) *self-presentation* adalah menampilkan secara berbeda dari diri sendiri seperti dalam berbagai hal yaitu *Real Self*, *Ideal Self* dan *False Self* dalam berinteraksi. *Real self* adalah bagaimana individu menggambarkan dirinya apa adanya, yang dapat menggabungkan aspek negatif atau positif dalam diri. *Ideal self* yaitu sifat-sifat ideal dalam diri yang dipahami, seperti harapan, aspirasi, dan keinginan, sedangkan *false self* menggambarkan dirinya secara berbeda dari yang sebenarnya. Menggambarkan diri sendiri harus

mencakup kepribadian, sosial budaya, emosi, dan pengalaman pribadi (dalam Safitri et al., 2023).

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *self-presentation* yang dikemukakan oleh Baumeister (dalam Mažeikiene et al., 2010), peneliti memilih salah satu faktor yaitu *self-consciousness* sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Baumeister et al (1989) menyatakan bahwa *self-consciousness* yang tinggi terkait erat dengan fokus manusia pada hal-hal unik yang mereka perhatikan di depan umum. Maka dari itu peneliti memilih *self-consciousness* sebagai variabel bebas dalam penelitian ini, dan peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai hubungan antara *self-consciousness* dengan *self-presentation*. Menurut (Safitri et al., 2023) ketika melakukan *self-presentation* individu sadar (*consciousness*) mengenai dirinya.

Mažeikiene et al., (2010) mengatakan bahwa *Self-consciousness* yang tinggi membuat individu merasa diperhatikan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan motivasi untuk menciptakan citra tertentu, sebagian individu tidak menunjukkan perasaan kuat tentang menjadi objek perhatian sosial, dan cenderung tidak terlalu peduli dengan kesan yang mereka buat, karakteristik seperti spontanitas, kejujuran, keramahan, dan stabilitas diri menjadi ciri khas mereka, di mana mereka cenderung mempertahankan perilaku mereka tanpa terpengaruh oleh konteks sosial atau reaksi individu lain

*Self-consciousness* menjadi hal yang paling relevan terhadap efek yang sedang diperiksa, diperkirakan bahwa individu dengan *self-consciousness* yang tinggi lebih cenderung untuk mencari informasi yang relevan dan menghindari informasi yang tidak relevan dalam situasi yang sesuai dengan kondisi, dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat *self-consciousness* yang rendah (Carver et al., 1985). *Self-consciousness* merupakan kekuatan dalam mengembangkan kemampuan untuk merencanakan, melaksanakan, dan menciptakan hasil yang

diinginkan dalam berbagai situasi. Dengan *self-consciousness* yang tinggi, Individu memiliki kemampuan untuk memantau dan mengelola tindakan serta reaksi mereka sendiri, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana dan efektif dalam mencapai tujuan mereka. *Self-consciousness* memungkinkan individu untuk lebih memahami kekuatan, kelemahan, dan preferensi pribadi mereka, yang pada gilirannya dapat membantu mereka mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Majid, 2021).

Berdasarkan penjabaran fenomena diatas, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana karyawan perhotelan melakukan *self-presentation* dengan *self-consciousness* yang mereka miliki. Terkait dengan hal tersebut, maka peneliti mengajukan judul “Hubungan *Self-Consciousness* Dengan *Self-Presentation* Karyawan Perhotelan Di Bekasi”. Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Bekasi dengan melibatkan karyawan perhotelan sebagai responden. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasi.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nieto García et al., (2020) dengan judul penelitian Dampak Presentasi Diri pada Pendapatan Akomodasi *Peer-to-peer*. Tujuan dalam penelitian ini untuk menyelidiki apakah strategi *self-presentation* berorientasi sosial memungkinkan akomodasi untuk mencapai tujuan dan memaksimalkan pendapatan mereka. Hasil penelitian ini berdasarkan 6.074 daftar Airbnb, menegaskan bahwa *self-presentation* yang membangkitkan nilai-nilai sosial akan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Situmorang et al., (2022) dengan judul penelitian Pelatihan Dasar-Dasar Layanan Penampilan Diri Bagi Siswa/i Yayasan Emmanuel. Penelitian ini

melibatkan 30 siswa/i di Yayasan Emmanuel sebagai responden. Tujuan dalam penelitian ini adalah standar untuk menjamin kualitas produk dan layanan sebuah hotel atau restoran dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelatihan dasar-dasar layanan di pariwisata bagi siswa Yayasan Emmanuel mengenai penampilan diri ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan bekal secara teori dan praktik mengenai penampilan diri seorang karyawan saat di perhotelan dan ketika berhadapan langsung dengan tamu. Hasil penelitian menunjukkan Nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$  maka terdapat pengaruh atau terbukti bahwa adanya perbedaan sebelum dan sesudah dilakukannya pemaparan materi. Oleh karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka membuktikan perbandingan nilai antara sebelum dan sesudah tersebut valid, yang artinya kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pelatihan dasar-dasar layanan di pariwisata bagi siswa/i yayasan emmanuel materi penampilan diri (Personal Grooming) berhasil meningkatkan pengetahuan mengenai cara berpenampilan diri sebagai karyawan di bidang pariwisata dan berhasil memberikan pelatihan mengenai kebutuhan umum yang diperlukan seorang karyawan baik dari menata rambut, rias wajah, aroma tubuh, cara menggunakan dasi, dan lain sebagainya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prentice et al., (2013) dengan judul penelitian Hasil Kinerja Karyawan dan Kelelahan Setelah Presentasi Diri Dalam Konteks Layanan Pelanggan. Penelitian ini melibatkan 578 karyawan di bidang pariwisata, 260 (45%) adalah laki-laki, dan 318 (55%) adalah perempuan sebagai responden. Tujuan dalam penelitian ini untuk meningkatkan kinerja karyawan dan memperbaiki konsekuensi yang tidak menguntungkan. Hasil penelitian ini menunjukkan komitmen kerja meningkatkan hasil kinerja dengan memfasilitasi strategi kerja emosional, dan prevalensi kecerdasan emosional yang lebih tinggi di antara karyawan mengurangi kelelahan.

Hal ini menunjukkan komitmen kerja meningkatkan hasil kinerja dengan memfasilitasi strategi kerja emosional, dan prevalensi kecerdasan emosional yang lebih tinggi di antara karyawan dapat mengurangi kelelahan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amin et al., (2021) dengan judul penelitian Dampak Presentasi Visual dan Ulasan Online Terhadap Niat Pemesanan Hotel. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua pelanggan online yang telah memesan akomodasi secara online selama 12 bulan terakhir. Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku terhadap pemesanan hotel secara online. Hasil penelitian menunjukkan Koefisien jalur dari persepsi kegunaan dan presentasi visual terhadap niat pemesanan adalah 0.375 dan 0.156, masing-masing pada tingkat signifikansi  $p < 0.05$ . Yang artinya konsumen online lebih cenderung memesan hotel secara online jika presentasi visual dan ulasan online terlihat bermanfaat dan mudah digunakan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suen (2009) dengan judul penelitian Representasi Diri Hotel Bintang Lima: Analisis Genre Digital dari Laman Hotel. Penelitian ini melibatkan 12 situs web hotel mewah Hong Kong dari daftar Five Star sebagai responden. Tujuan dalam penelitian ini untuk memeriksa karakteristik umum dan gambar visual dari halaman situs web hotel bintang lima di Hong Kong dan untuk menganalisis gambar visual yang digunakan untuk mengeksplorasi presentasi diri hotel-hotel di situs web yang mereka miliki. Hasil penelitian menunjukkan dari analisis gerakan, tata bahasa, hyperlink, dan gambar, empat tujuan komunikatif dari homepage hotel telah diidentifikasi, yaitu untuk memperkenalkan hotel, menginformasikan kepada pembaca mengenai fasilitas hotel, membangun citra hotel, dan mempromosikan hotel.

Berdasarkan hasil riwayat penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, dapat disimpulkan bahwa *self-presentation* sangat diperlukan dalam bidang jasa pariwisata. Maka dari itu peneliti merumuskan permasalahan penelitian yang timbul, yaitu:

“Apakah terdapat hubungan antara *self-consciousness* dengan *self-presentation* pada karyawan perhotelan?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka didapatkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-consciousness* dengan *self-presentation* pada karyawan perhotelan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu psikologi terkait dengan hubungan *self-consciousness* dengan *self-presentation* pada karyawan Perhotelan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa yang membutuhkan dan juga sebagai sarana untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi individu yang memiliki pengalaman serupa diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai hubungan *self-consciousness* dengan *self-presentation* yang terjadi pada karyawan perhotelan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian diharapkan dapat memperluas informasi dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai hubungan *self-consciousness* dengan *self-presentation* pada karyawan perhotelan.