



Proses Adaptasi Komunikasi Lintas Budaya Antara Pegawai Hotel Masainn dan Tamu Internasional

Rismanda Aurylia Raspati¹, Putri Ekaresty Haes², Jonathan Jacob Paul Latupeirissa³,
Ni Luh Yulyana Dewi⁴

^{1,2} Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

^{3,4} Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

*Korespondensi Penulis: rismaaurylia@gmail.com

Abstract. Bali, as an international tourism destination, serves as a space for cross-cultural interactions that require effective communication skills, particularly in the hospitality sector. Hotel Masa Inn serves predominantly international guests, requiring front office staff to adapt to cross-cultural communication. This study aims to analyze the process of cross-cultural communication adaptation between Hotel Masainn employees and international guests through the perspective of Willingness to Communicate (WTC). A descriptive qualitative approach was employed using observation, structured interviews, and document analysis. Informants were selected purposively from front office staff. The findings indicate that communication adaptation is carried out through basic English proficiency, the use of nonverbal communication, active interaction, and intrinsic motivation to improve language skills. However, this process also faces challenges in the form of communication anxiety and situational pressure, particularly when dealing with repeater guests. Within the WTC framework, employees' willingness to communicate is influenced by self-confidence, motivation, anxiety, and interactional context, which collectively contribute to service quality and international guest satisfaction.

Keywords: Cross-Cultural Communication; Employees; Hospitality; International Guests; Willingness to Communicate (WTC).

Abstrak. Bali sebagai destinasi pariwisata internasional menjadi ruang interaksi lintas budaya yang menuntut kemampuan komunikasi efektif, khususnya pada sektor perhotelan. Hotel Masainn melayani mayoritas tamu internasional, sehingga pegawai *front office* dituntut mampu beradaptasi dalam komunikasi lintas budaya. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses adaptasi komunikasi lintas budaya antara pegawai Hotel Masa Inn dan tamu internasional melalui perspektif *Willingness to Communicate* (WTC). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara terstruktur, dan studi dokumen. Informan dipilih secara *purposive* dari pegawai *front office*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi komunikasi dilakukan melalui penguasaan bahasa Inggris dasar, penggunaan komunikasi nonverbal, interaksi aktif, serta motivasi intrinsik untuk meningkatkan kemampuan berbahasa. Namun, proses ini juga dihadapkan pada tantangan berupa kecemasan komunikasi dan tekanan situasional, terutama saat menghadapi tamu *repeater*. Dalam kerangka WTC, kesiapan berkomunikasi pegawai dipengaruhi oleh kepercayaan diri, motivasi, kecemasan, dan konteks interaksi, yang secara keseluruhan berkontribusi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan tamu internasional.

Kata kunci: Komunikasi Lintas Budaya; Pegawai; Perhotelan; Tamu Internasional; *Willingness to Communicate* (WTC).

1. LATAR BELAKANG

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia yang dikenal secara global karena kekayaan budaya, keindahan alam, serta tradisi masyarakatnya yang kuat dan masih terjaga hingga kini. Dengan segala kelebihan tersebut, dapat memberikan pengalaman unik bagi wisatawan yang berwisata mengunjungi Bali. Oleh sebab itu, pulau Bali dijadikan sebagai tujuan pariwisata bagi wisatawan domestik ataupun mancanegara. Menurut *World Tourism Organization* (WTO), pariwisata didefinisikan sebagai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke luar dari lingkungan

tempat tinggalnya selama tidak lebih dari satu tahun dengan tujuan untuk rekreasi, bisnis, atau keperluan lainnya (Sudiarta, Suharsono, Tripalupi, & Irwansyah, 2021). Definisi ini menekankan bahwa pariwisata bukan hanya sekadar aktivitas rekreatif, melainkan juga memberikan kontribusi terhadap sumber lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.

Dalam konteks nasional, Bali tidak hanya berperan sebagai simbol pariwisata Indonesia, tetapi juga sebagai tempat interaksi budaya dunia. Pulau ini telah lama menjadi ruang di mana budaya lokal dan global bertemu dan saling beradaptasi. Selain menjadi sumber utama lapangan kerja bagi masyarakat lokal, sektor pariwisata juga memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian daerah. Berdasarkan data (Susanti, 2022), sekitar 80% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi Bali bersumber dari sektor pariwisata. Angka ini menunjukkan dominasi sektor pariwisata dalam struktur ekonomi Bali, maka tidak terbantahkan bahwa sektor pariwisata di Bali memiliki peran yang besar dalam memberikan kontribusi untuk pemasukan Bali dan berpengaruh terhadap aspek dalam kehidupan masyarakat, mencakup aspek ekonomi, sosial-budaya, serta lingkungan.

Namun demikian, perkembangan pariwisata Bali sempat mengalami keterpurukan yang signifikan akibat pandemi Covid-19 yang melanda pada tahun 2020–2021. Wabah virus Corona yang ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO) pada Maret 2020 telah membawa dampak besar terhadap aktivitas sosial dan ekonomi dunia. Adanya pemberlakuan pembatasan penerbangan serta penutupan destinasi wisata menyebabkan penurunan drastis dalam jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik ataupun mancanegara. Bali yang sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup pada sektor pariwisata jadi terdampak dengan melemahnya kondisi perekonomian masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali pada tahun 2021 hanya mencapai 51 orang. Akan tetapi setelah pemerintah Indonesia secara resmi mencabut status pandemi dan menetapkannya sebagai endemi pada tahun 2023, sektor pariwisata Bali mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan. Berbagai cara dan imbauan dilakukan untuk tujuan mengembalikan motivasi dan semangat masyarakat dalam meningkatkan perekonomian Bali. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2024 sebagaimana digambarkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Banyaknya Wisatawan Mancanegara Tahunan ke Bali Menurut Pintu Masuk (Orang)

Banyaknya Wisatawan Mancanegara Tahunan ke Bali Menurut Pintu Masuk (Orang)			
2021	2022	2023	2024
51 Orang	2.155.747 Orang	5.237.258 Orang	6.333.360 Orang

(Sumber: <https://bali.bps.go.id/id>)

Seiring meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali, para pelaku pariwisata dituntut untuk mengoptimalkan pengembangan sarana dan prasarana pendukung, termasuk fasilitas akomodasi. Salah satu bentuk akomodasi yang memiliki peranan penting dalam sektor pariwisata adalah hotel. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hotel merupakan bangunan yang menyediakan kamar untuk disewa sebagai tempat makan dan menginap. Secara lebih luas, hotel dapat dipahami sebagai bangunan atau kompleks akomodasi yang dikelola secara komersial, terdiri atas sejumlah kamar sewaan untuk keperluan menginap, serta dilengkapi dengan berbagai layanan seperti penyediaan makanan, minuman, dan fasilitas pendukung lainnya (Akakip, Ariwijaya, & Milang, 2023). Pada tahun 2024, jumlah akomodasi hotel di Bali tercatat mengalami peningkatan. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, terdapat sebanyak 1.182 hotel yang berdiri di Kabupaten Badung, salah satunya adalah Hotel Masa Inn.

Hotel Masa Inn berdiri sejak tahun 1970 dan memiliki keunikan karena bangunan rumah pemilik hotel terletak di area yang sama dengan hotel, diapit oleh deretan kamar tamu. Hotel ini memiliki 89 kamar yang terbagi menjadi enam tipe dengan total 46 pegawai yang bekerja di berbagai divisi. Dengan jumlah pegawai dan juga pembagian divisi yang banyak, diperlukan komunikasi organisasi yang baik pada *stakeholder internal* tersebut guna menjalankan operasional hotel tersebut. Menurut Pace dalam (Winanda & Destiwati, 2024) komunikasi organisasi dalam konteks perhotelan dapat dipahami sebagai proses pertukaran dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi di dalam organisasi yang saling berhubungan dan memiliki fungsi masing-masing.

Komunikasi yang efektif tidak hanya diperlukan dalam struktur internal organisasi hotel, tetapi juga dalam hubungan eksternal antara pegawai terutama *frontliner* dan tamu mancanegara. Pegawai hotel berperan sebagai representasi langsung dari citra dan reputasi hotel karena mereka menjadi pihak pertama yang berinteraksi dengan tamu. Dalam konteks ini, keterampilan komunikasi antarbudaya menjadi kunci utama dalam menciptakan kesan positif dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan data awal dari Hotel Masa Inn pada tahun 2025, sebagian besar wisatawan yang menginap berasal dari Australia (49%), diikuti oleh wisatawan asal Inggris (8%), Selandia Baru (4%), serta Jepang dan Rusia (masing-masing 3%), sementara

wisatawan domestik hanya sekitar 1%. Komposisi ini menunjukkan bahwa interaksi lintas budaya dalam lingkungan kerja hotel sangat tinggi dan membutuhkan kemampuan adaptasi komunikasi yang baik dari para pegawai.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa para pegawai di Hotel Masa Inn melakukan adaptasi bahasa dan budaya yang berbeda-beda. Hal ini menjadi tantangan bagi *frontliner* Hotel Masa Inn untuk beradaptasi, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan para tamu. Dalam konteks operasionalnya, pegawai Hotel Masainn memiliki tanggung jawab untuk turut meningkatkan kualitas layanan hotel. Berdasarkan hasil pengamatan sebelumnya, tamu mancanegara yang pernah maupun sedang menginap di Hotel Masainn cenderung melakukan promosi melalui *word of mouth*, yaitu dengan merekomendasikan hotel tersebut kepada keluarga dan kenalan mereka. Rekomendasi tersebut umumnya berlandaskan pada pengalaman positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh para pegawai selama mereka menginap. Aspek pelayanan inilah yang menjadi titik awal perumusan penelitian ini, khususnya mengenai elemen-elemen yang membentuk kualitas layanan, salah satunya adalah interaksi yang efektif antara pegawai dan tamu mancanegara. Namun demikian, interaksi yang baik tidak terbentuk secara instan, terdapat sejumlah faktor dan proses adaptasi yang mempengaruhi terjadinya interaksi tersebut. Oleh karena itu, proses adaptasi dalam interaksi tersebut menjadi fokus analisis penelitian ini.

Penelitian terdahulu mengenai proses adaptasi dan komunikasi lintas budaya telah dilakukan oleh (Listrikasari & Huda, 2024) yang menunjukkan bahwa adaptasi komunikasi antarbudaya memerlukan pemahaman mendalam terhadap perbedaan latar belakang serta budaya di lingkungan sekitar guna meminimalkan terjadinya miskomunikasi. Penelitian lain oleh (Fadilatul, Muhamad, Mustofa, & Wuryan, 2021) menemukan bahwa proses adaptasi dalam lingkungan dengan perbedaan budaya dapat dilakukan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal, di mana komunikasi nonverbal dapat diwujudkan melalui senyuman, anggukan kepala, lambaian tangan, dan berbagai ekspresi lainnya. Sementara itu, penelitian (Aprillia & Oktavianti, 2023) mengungkapkan bahwa wisatawan mancanegara berupaya menjalani proses penyesuaian diri dengan budaya tempat mereka tinggal, serta melalui sejumlah fase adaptasi yang berbeda, termasuk munculnya rasa frustrasi akibat perbedaan bahasa, cita rasa makanan, maupun kondisi cuaca yang tidak serupa dengan negara asal mereka.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa proses penyesuaian diri dalam lingkungan baru yang memiliki perbedaan budaya dan bahasa memunculkan mekanisme adaptasi tertentu agar individu mampu berfungsi dan berinteraksi secara selaras dengan

lingkungan sekitarnya. Di sisi lain, kemampuan beradaptasi ketika berkomunikasi atau berinteraksi menjadi aspek yang sangat menentukan dalam pencapaian tujuan komunikasi (Adrias, 2024). Hal tersebut dapat dilihat sebagai kesiapan untuk berkomunikasi yang dikenal sebagai konsep “*Willingness to Communicate*”, dapat disingkat menjadi WTC. Oleh karena itu, dengan menggunakan subjek serta konsep penelitian yang berbeda dari ketiga studi sebelumnya, penelitian ini berupaya menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi proses adaptasi yang dilakukan oleh pegawai Hotel Masainn dalam berinteraksi dengan tamu mancanegara. Penelitian ini mengacu pada konsep *Willingness to Communicate* (WTC) untuk memfokuskan analisis dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses adaptasi interaksi komunikasi antarbudaya pegawai Hotel Masainn dengan tamu mancanegara. Konsep *Willingness to Communicate* (WTC) pertama kali diperkenalkan oleh McCroskey dan Baer pada 1980-an dan dikembangkan lebih lanjut oleh MacIntyre et al. pada 1998. WTC didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memulai atau terlibat dalam proses komunikasi ketika memiliki kebebasan untuk memilih melakukannya atau tidak (Mulyaningsih & Murtafi'ah, 2022).

Dengan demikian, pemahaman mengenai adaptasi interaksi menjadi hal penting untuk selalu dijaga melalui kualitas pelayanan yang baik, proses komunikasi lintas budaya yang efektif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat citra positif Hotel Masa Inn di tengah persaingan industri pariwisata. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai adaptasi interaksi pegawai Hotel Masa Inn dalam menghadapi tamu mancanegara melalui perspektif konsep WTC (*Willingness to Communicate*) atau berupa kesiapan dalam berkomunikasi yang dikemukakan oleh McCroskey.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merupakan bidang kajian dalam ilmu komunikasi yang menyoroti interaksi antara individu atau kelompok dengan latar budaya berbeda, sebagaimana dijelaskan oleh Samovar dalam (Sumaryanto & Ibrahim, 2023) sebagai proses komunikasi di tengah perbedaan persepsi budaya dan sistem simbol, serta oleh Stella dalam (Muhtarom et al., 2024) sebagai pertukaran simbolis untuk menegosiasikan makna bersama. Proses ini tidak hanya melibatkan penyampaian pesan, tetapi juga pemahaman, negosiasi makna, dan adaptasi terhadap nilai, norma, bahasa, serta kebiasaan yang berbeda (Kristianto & Darmastuti, 2024). Komunikasi antarbudaya memiliki peran penting dalam masyarakat majemuk karena

membantu mencegah kesalahpahaman, menumbuhkan toleransi, meningkatkan empati, dan membangun hubungan sosial yang harmonis (Muhtarom et al., 2024). Prosesnya mencakup beberapa tahapan, yaitu inisiasi kontak, pembentukan persepsi, adaptasi, dan integrasi, yang dipengaruhi oleh faktor seperti bahasa, nilai budaya, gestur, konteks sosial, dan stereotipe (Aririguzoh, 2022). Dengan demikian, komunikasi antarbudaya dapat dipahami sebagai proses interaksi dinamis yang menuntut kemampuan memahami perbedaan budaya untuk menghindari miskomunikasi dan memperkuat hubungan antarindividu.

Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, dengan kata pari yang berarti banyak atau berulang, dan wisata yang berarti perjalanan. Secara umum, pariwisata mencakup berbagai aktivitas bepergian yang didukung oleh fasilitas serta layanan dari masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah (Judijanto et al., 2025). Mason 1990 dalam buku sosiologi pariwisata (Pradana, 2019) mendefinisikannya sebagai perpindahan sementara seseorang ke tempat selain lokasi tinggal dan bekerja, sedangkan McIntosh 1980 menekankan aspek rekreasi, hiburan, serta penyegaran fisik dan psikis yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan. Dengan demikian, pariwisata dapat dipahami sebagai aktivitas perjalanan ke luar rutinitas untuk tujuan rekreasi, hiburan, dan pemulihan diri, yang difasilitasi oleh berbagai layanan dari masyarakat, pemerintah, dan sektor usaha. Dikutip dari buku (Pradana, 2019), pelaku pariwisata terdiri dari empat kelompok utama, yaitu pekerja dan pemilik usaha perjalanan wisata, akomodasi wisata, produk wisata, serta pengelola dan pemilik destinasi. Usaha perjalanan wisata bertanggung jawab menyediakan layanan perjalanan melalui penyusunan paket, promosi, kerja sama dengan berbagai pihak, serta penyesuaian layanan dengan regulasi. Pelaku usaha akomodasi fokus pada penyediaan fasilitas dan layanan yang menjamin kenyamanan wisatawan, melalui promosi, pembinaan tenaga kerja, dan penerapan prinsip hospitality. Pada usaha produk wisata, pekerja dan pemilik menonjolkan kualitas dan keunikan produk, serta menangani administrasi, promosi, kerja sama, dan strategi pengembangan produk agar sesuai kebutuhan wisatawan. Sementara itu, pengelola dan pemilik destinasi bertugas menjaga daya tarik dan kualitas pengalaman wisata, menerapkan manajemen sesuai standar hospitality, serta menyediakan dukungan finansial untuk pemeliharaan dan pengembangan destinasi.

Willingness to Communicate (WTC)

Willingness to Communicate (WTC) adalah konsep dalam komunikasi yang menggambarkan sejauh mana individu memiliki kesiapan dan kesediaan untuk memulai interaksi dengan orang lain. Dalam interaksi antara pegawai hotel dan tamu mancanegara,

WTC menjadi faktor penting yang memengaruhi efektivitas komunikasi antarbudaya. McCroskey dan Baer dalam (Mulyaningsih & Murtafi'ah, 2022) mendefinisikan WTC sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih terlibat atau tidak dalam komunikasi, sedangkan MacIntyre memaknainya sebagai kesiapan individu untuk berpartisipasi dalam komunikasi pada situasi tertentu atau dengan lawan bicara tertentu, terutama ketika menggunakan bahasa kedua (Peng, 2022). Kesiapan seseorang untuk berkomunikasi (WTC) dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kepercayaan diri, partisipasi lawan bicara, motivasi, dan tingkat kecemasan (Bambang Purwanto, Soleimani, & Yusri, 2024). Kepercayaan diri bersifat dinamis dan dapat meningkat atau menurun sesuai kondisi emosional, namun kepribadian serta sikap positif terhadap bahasa kedua dapat memperkuat kemauan untuk berbicara. Partisipasi lawan bicara juga penting, karena kurangnya respons membuat individu enggan melanjutkan percakapan, sementara sikap ramah dan terbuka justru mendorong interaksi. Motivasi, baik untuk belajar, bekerja, maupun berkomunikasi, meningkatkan keberanian menggunakan bahasa kedua meskipun kemampuan belum sempurna. Sebaliknya, kecemasan berbahasa dapat menimbulkan rasa takut atau gugup yang menurunkan WTC. Dengan demikian, keempat faktor tersebut saling berhubungan dalam membentuk kesiapan individu untuk berkomunikasi dalam bahasa kedua.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma postpositivisme, yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial berdasarkan pengalaman dan makna yang dibangun oleh subjek penelitian. Pendekatan deskriptif merupakan salah satu bentuk penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman suatu fenomena berdasarkan persepsi, dengan pengolahan data yang menghasilkan analisis deskriptif dalam bentuk uraian kalimat mengenai objek penelitian (Sahir, 2021). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis proses adaptasi komunikasi lintas budaya antara pegawai Hotel Masainn dan tamu internasional, melalui pemaknaan terhadap situasi yang terjadi di lapangan yang menekankan pentingnya komunikasi efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan hotel. Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pegawai Hotel Masainn yang berinteraksi dengan tamu mancanegara, serta beberapa tamu asing sebagai informan pendukung. Data sekunder diperoleh dari dokumen, arsip, dan materi pendukung lain yang relevan dengan konteks pelayanan hotel. Jenis data yang digunakan lebih banyak didapatkan melalui data kualitatif berupa narasi hasil observasi dan wawancara, sementara data kuantitatif digunakan secara

terbatas sebagai pelengkap untuk memperkuat konteks penelitian (lestari, 2024), seperti data jumlah tamu dan karakteristik wisatawan

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara terstruktur, dan studi dokumen. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung pola interaksi komunikasi pegawai dengan tamu mancanegara dalam situasi pelayanan sehari-hari. Wawancara terstruktur dilakukan dengan pedoman pertanyaan yang disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu adaptasi komunikasi lintas budaya dalam pelayanan hotel. Studi dokumen digunakan sebagai data pendukung untuk memperkaya pemahaman terhadap praktik komunikasi dan kebijakan pelayanan di Hotel Masa Inn. Penentuan informan dilakukan menggunakan purposive sampling, dengan kriteria pegawai yang telah bekerja minimal satu tahun dan berada pada divisi yang berinteraksi langsung dengan tamu, terutama *front office*. Menurut (Memon, Thurasamy, Ting, & Cheah, 2024) teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data, yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria atau alasan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Bingham, 2023). Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola adaptasi komunikasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai adaptasi komunikasi lintas budaya pegawai Hotel Masainn dalam mendukung kualitas pelayanan dan kepuasan tamu internasional, sebagaimana menjadi fokus utama dalam penelitian ini

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan utama, observasi interaksi pegawai dengan tamu internasional, serta dokumentasi secara langsung interaksi tersebut dalam bentuk foto, dan percakapan saat berada didalam lingkungan Hotel. Dari wawancara yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa kepercayaan diri pegawai *front office* Hotel Masainn dalam berkomunikasi dengan tamu internasional terbentuk melalui penguasaan Bahasa Inggris dasar yang dipadukan dengan penggunaan komunikasi nonverbal. Strategi ini membantu pegawai menyesuaikan diri dengan keterbatasan bahasa yang dimiliki tamu maupun dirinya sendiri, sehingga komunikasi tetap dapat berlangsung secara efektif. Namun, kepercayaan diri tersebut bersifat situasional dan cenderung menurun ketika berhadapan dengan tamu repeater yang memiliki ekspektasi pelayanan lebih tinggi. Kondisi ini

mencerminkan adanya pengaruh pengalaman kerja, persepsi kompetensi diri, serta karakteristik tamu terhadap kesiapan pegawai dalam melakukan komunikasi lintas budaya. Motivasi pegawai dalam berkomunikasi lintas budaya sangat dipengaruhi oleh tercapainya validasi komunikasi dari tamu (Rachim & Salam, 2025). Ketika pesan yang disampaikan atau ditangkap pegawai dapat dikonfirmasi kebenarannya oleh tamu, pegawai merasakan kepuasan dan peningkatan kepercayaan diri. Validasi ini berperan sebagai penguat motivasi intrinsik yang mendorong pegawai untuk terus beradaptasi dalam interaksi selanjutnya. Selain itu, motivasi untuk meningkatkan kemampuan berbahasa juga muncul dari dorongan personal pegawai untuk menguasai lebih dari satu bahasa. Upaya mencoba menggunakan bahasa tamu, seperti Bahasa Jepang, menunjukkan adanya akomodasi komunikasi yang bertujuan menciptakan kedekatan dan kenyamanan dalam interaksi pelayanan.

Penguasaan komunikasi lintas budaya memberikan manfaat nyata bagi pegawai, khususnya dalam mempermudah interaksi dengan tamu yang tidak fasih berbahasa Inggris. Kemampuan menjembatani komunikasi tidak hanya meningkatkan kelancaran pelayanan, tetapi juga berdampak pada kepuasan tamu dan kepuasan kerja pegawai (Febriani, Sanjiwani, & Dewi, 2023). Dalam beberapa kasus, kemampuan komunikasi yang baik turut memberikan manfaat tambahan berupa penghargaan dari tamu, seperti pemberian tip. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi komunikasi lintas budaya memiliki kontribusi langsung terhadap kualitas pelayanan dan citra positif Hotel Masainn sebagai akomodasi yang ramah terhadap wisatawan internasional. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya kecemasan komunikasi yang dialami pegawai, terutama terkait risiko kesalahan interpretasi dalam menangani permintaan atau keluhan tamu, serta kesalahan administratif dan finansial. Kecemasan ini diperkuat oleh keterbatasan bahasa dan kekhawatiran dalam menyampaikan klarifikasi atau permintaan maaf kepada tamu asing. Dalam hal pemahaman budaya, pegawai cenderung menerapkan standar dan budaya pelayanan lokal hotel tanpa secara spesifik menyesuaikan diri dengan latar belakang budaya tamu. Pendekatan ini dipadukan dengan strategi adaptasi cepat melalui interaksi aktif, seperti menyapa dan memulai percakapan ringan, yang bertujuan membangun kedekatan dan menjaga keberlanjutan komunikasi dengan tamu.

Dari temuan penelitian menunjukkan bahwa proses adaptasi komunikasi lintas budaya yang dilakukan oleh pegawai Hotel Masainn dapat dipahami melalui kerangka *Willingness to Communicate* (WTC), yaitu kesiapan individu untuk terlibat dalam komunikasi pada situasi tertentu. Kepercayaan diri informan dalam menggunakan Bahasa Inggris dasar, yang diperkuat dengan komunikasi *nonverbal*, mencerminkan tingginya persepsi kompetensi komunikatif. Dalam teori WTC, persepsi kompetensi dan tingkat kecemasan komunikasi merupakan faktor

utama yang memengaruhi kemauan seseorang untuk berkomunikasi (Qinghe, 2024). Ketika pegawai merasa mampu menyampaikan pesan dan memahami maksud tamu, kecenderungan untuk terlibat dalam komunikasi lintas budaya menjadi lebih tinggi. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa WTC bersifat situasional dan tidak selalu stabil. Rasa kurang percaya diri yang muncul saat menghadapi tamu repeater menunjukkan bahwa karakteristik lawan bicara dan konteks interaksi turut memengaruhi kesiapan komunikasi. Dalam kerangka WTC, kondisi ini berkaitan dengan faktor situasional, seperti ekspektasi tamu dan tekanan terhadap kualitas pelayanan. Pegawai yang masih memiliki pengalaman kerja terbatas cenderung mengalami penurunan WTC ketika berhadapan dengan tamu yang dianggap lebih kritis, meskipun secara linguistik mereka memiliki kemampuan dasar yang memadai.

Motivasi komunikasi yang muncul dari adanya validasi pemahaman oleh tamu memperlihatkan hubungan erat antara keinginan berkomunikasi dan pengalaman komunikasi sebelumnya. Ketika pegawai menerima konfirmasi bahwa pesan yang disampaikan atau ditangkap sudah tepat, hal tersebut meningkatkan kepercayaan diri dan menurunkan kecemasan komunikasi. Dalam teori WTC, pengalaman komunikasi yang positif berperan sebagai penguat psikologis yang mendorong individu untuk lebih bersedia terlibat dalam komunikasi di masa mendatang. Oleh karena itu, validasi dari tamu tidak hanya berfungsi sebagai indikator keberhasilan komunikasi, tetapi juga sebagai faktor yang memperkuat WTC pegawai dalam interaksi lintas budaya berikutnya. Motivasi intrinsik pegawai untuk mempelajari bahasa lain, seperti mencoba menggunakan Bahasa Korea saat berinteraksi dengan tamu asal Korea, juga mencerminkan tingkat WTC yang tinggi. Dalam konteks WTC lintas budaya, keinginan untuk menyesuaikan diri dengan bahasa dan kebutuhan komunikasi lawan bicara menunjukkan adanya orientasi positif terhadap interaksi antarbudaya. Sikap ini memperlihatkan bahwa WTC tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan bahasa, tetapi juga oleh sikap, minat, dan keterbukaan individu terhadap perbedaan budaya, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas interaksi pelayanan

Di sisi lain, kecemasan komunikasi yang dialami pegawai, khususnya terkait risiko kesalahan interpretasi dan tanggung jawab administratif, menunjukkan adanya faktor penghambat WTC. Dalam teori WTC, kecemasan komunikasi merupakan salah satu variabel yang dapat menurunkan kesiapan individu untuk berkomunikasi, terutama dalam situasi yang dianggap berisiko tinggi (Kahrmanović, 2021). Meskipun demikian, strategi adaptasi cepat yang diterapkan pegawai, seperti memulai percakapan ringan dan membangun koneksi secara aktif, menunjukkan upaya sadar untuk mempertahankan WTC dalam konteks pelayanan hotel. Strategi ini membantu menciptakan suasana interaksi yang lebih santai dan mengurangi jarak

sosial antara pegawai dan tamu. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa WTC pegawai Hotel Masainn terbentuk melalui interaksi antara faktor individu, seperti kepercayaan diri, motivasi, dan kecemasan, serta faktor situasional, seperti karakteristik tamu dan konteks pelayanan. Proses adaptasi komunikasi lintas budaya yang terjadi tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan terus berkembang seiring dengan pengalaman komunikasi yang dialami pegawai. Teori WTC memberikan kerangka yang relevan untuk memahami bagaimana kesiapan berkomunikasi pegawai berperan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi lintas budaya dan peningkatan kualitas pelayanan kepada tamu internasional di Hotel Masainn.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa proses adaptasi komunikasi lintas budaya antara pegawai Hotel Masainn dan tamu internasional berlangsung secara dinamis, situasional, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor individu maupun konteks pelayanan. Pegawai, khususnya pada posisi *front office*, melakukan adaptasi komunikasi melalui penguasaan bahasa Inggris dasar yang dipadukan dengan komunikasi nonverbal, inisiatif interaksi aktif, serta motivasi intrinsik untuk meningkatkan kemampuan berbahasa. Strategi tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi yang relatif efektif meskipun terdapat keterbatasan bahasa dan perbedaan latar budaya. Namun, kesiapan berkomunikasi pegawai tidak bersifat stabil, melainkan dapat menurun dalam situasi tertentu, seperti saat menghadapi tamu repeater dengan ekspektasi pelayanan yang lebih tinggi atau ketika muncul kecemasan akibat risiko kesalahan interpretasi dan tanggung jawab administratif.

Dalam perspektif *Willingness to Communicate* (WTC), kesiapan pegawai Hotel Masa Inn untuk terlibat dalam komunikasi lintas budaya dibentuk oleh interaksi antara kepercayaan diri, motivasi, kecemasan, serta faktor situasional dalam lingkungan kerja. Pengalaman komunikasi yang positif dan adanya validasi pemahaman dari tamu terbukti memperkuat WTC pegawai, sedangkan tekanan situasional dan kecemasan komunikasi berperan sebagai faktor penghambat. Secara keseluruhan, adaptasi komunikasi lintas budaya yang dilakukan pegawai berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pelayanan, kepuasan tamu internasional, serta penguatan citra positif Hotel Masa Inn sebagai akomodasi yang responsif terhadap kebutuhan wisatawan global.

DAFTAR REFERENSI

- Adrias, F. S. (2024). *ADAPTASI INTERAKSI MAHASISWA ASAL INDONESIA TIMUR DI KOTA MALANG (Studi Kasus Pada Mahasiswa Asal Suku Sumba, Maluku, dan Papua)*.
- Akakup, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 485 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. 09(1). <https://doi.org/10.37905/aksara.9.1.485-500.2023>
- Aprillia, W., & Oktavianti, R. (2023). *Komunikasi Antarbudaya dalam Proses Adaptasi Turis Asing* (Vol. 16).
- Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01109-4>
- Bambang Purwanto, M., Soleimani, H., & Yusri. (2024). Psychological traits of willingness to communicate: An assessment of students' speaking performance. In *Jurnal CULTURE (Culture, Language, and Literature Review)* (Vol. 11).
- Bingham, A. J. (2023). From Data Management to Actionable Findings: A Five-Phase Process of Qualitative Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, 22. <https://doi.org/10.1177/16094069231183620>
- Fadilatul, A., Muhamad, R. S., Mustofa, B., & Wuryan, S. (2021). *ADAPTASI DAN INTERAKSI MAHASISWA PATTANI (THAILAND) DALAM TINJAUAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DI LAMPUNG*.
- Febriani, G. S., Sanjiwani, N. M. P. I., & Dewi, I. G. A. M. (2023). PENTINGNYA KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI SECARA EFEKTIF DALAM SUPERVISI HOTEL. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(3), 76–80. <https://doi.org/10.61942/msj.v1i3.25>
- Judijanto, L., Darwin, Dr. D., Syafrida, R., Ferdianto, Dr. J., Ragil, C., Amir, A., Suyamto. (2025). *PENGANTAR PARIWISATA*.
- Kahrmanović, E. (2021). To Speak or not to Speak? Theoretical Framework of Willingness to Communicate. *MAP Social Sciences*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.53880/2744-2454.2021.1.1.37>
- Kristianto, D., & Darmastuti, R. (2024). KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA MAHASISWA SUKU DAYAK DAN SUKU JAWA DI SALATIGA DALAM AKULTURASI BUDAYA. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(2), 322–334. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i2.199>
- Listrikasari, D. R., & Huda, Dr. A. M. (2024). ADAPTASI KOMUNIKASI BUDAYA MAHASISWA ASING DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. In *The Commercium* (Vol. 8).
- Memon, M. A., Thurasamy, R., Ting, H., & Cheah, J.-H. (2024). PURPOSIVE SAMPLING: A REVIEW AND GUIDELINES FOR QUANTITATIVE RESEARCH. *Journal of*

Applied Structural Equation Modeling, 9(1), 1–23.
[https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(1\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(1)01)

Muhtarom, D. A., Widiyanarti, T., Junistian, F., Karyana, Y. P., Saronta, S., & Baihaq, A. A.-R. (2024). Peran Komunikasi Antar Budaya dalam Meningkatkan Pemahaman dan Toleransi Antar Bangsa. *INTERACTION: Communication Studies Journal*, 1(3).
<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i3>

Mulyaningsih, R. D., & Murtafi'ah, B. (2022). WILLINGNESS TO COMMUNICATE (WTC) AMONG TERTIARY ENGLISH EDUCATION STUDENTS: A SURVEY STUDY. *ELT Echo : The Journal of English Language Teaching in Foreign Language Context*, 7(2), 177. <https://doi.org/10.24235/eltecho.v7i2.11703>

Peng, J.-E. (2022). *Willingness to Communicate*.

Pradana, G. Y. K. (2019). *Sosiologi Pariwisata*.

Qinghe, Z. (2024). Relationships among Willingness to Communicate, Self-Perceived Communication Competence and Communication Anxiety. *Global Academic Journal of Linguistics and Literature*, 6(02), 69–77. <https://doi.org/10.36348/gajll.2024.v06i02.005>

Rachim, A. R., & Salam, D. A. (2025). Building Better Communication in Tourism: How Cultural Competence and Language Skills Shape Service Performance. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(1), 23–35. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v5i1.153>

Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. PENERBIT KBM INDONESIA.

Sudiarta, I. M., Suharsono, N., Tripalupi, L. E., & Irwansyah, M. R. (2021). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Business and Accounting Education Journal*, 2(1), 22–31. <https://doi.org/10.15294/baej.v0i1.42765>

Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM BINGKAI TEORI-TEORI ADAPTASI Intercultural Communication In Frame Adaptation Theories. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), Page.

Susanti, H. (2022). Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal. *MEDIA PEMIKIRAN & APLIKASI*, 16(1), 1–11. <https://doi.org/10.24815.jsu.v16i1.24744>

Winanda, K., & Destiwati, R. (2024). Peran Komunikasi Horizontal dan Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Rocky Plaza Hotel Padang. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5. Retrieved from <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/IJHSS>