

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini kehidupan manusia yang dipenuhi dengan segudang aktivitas tidak dapat dipisahkan dari hal yang kita sebut waktu. Tidak dapat dipungkiri peran dari waktu pada saat ini mempengaruhi kehidupan dalam generasi yang serba membutuhkan jaringan internet. Kebutuhan manusia yang semakin besar, tentunya mendesak pemenuhannya dalam meningkatkan kualitas dari layanan tersebut. Hal – hal ini memberikan suatu pandangan, dimana waktu menjadi suatu hal yang berharga dan memiliki dampak sangat besar bagi dunia usaha khususnya industri jasa layanan internet. Pelaku industri jasa saat ini selalu dituntut untuk memberikan pelayanan secara lebih cepat, guna memenuhi permintaan pasar dan menghindari kehilangan para pelanggannya. Maka dari itu, dibutuhkan sesuatu sistem yang efektif dan efisien untuk mendukung hal-hal tersebut, sehingga tetap memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Banyak perusahaan jasa layanan dalam bidang *provider* dan layanan internet, baik berskala nasional maupun internasional yang bersaing untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Keunggulan dalam hal kualitas pelayanan menjadi salah satu tujuan utama bagi para pelaku industri layanan internet untuk tetap “*survive*” dalam bisnis yang dinilai strategis saat ini. Saat ini di Indonesia mempunyai berbagai macam perusahaan yang bergerak di bidang broadband internet, diantaranya: IndiHome, FirstMedia, MyRepublic, BizNet, dan lain sebagainya. Namun yang menarik disini adalah di Indonesia sendiri pengguna telepon genggam sangatlah banyak. Untuk menghubungi teman yang berada di belahan dunia lain, dibutuhkannya internet untuk terhubung satu sama lain. Dengan maraknya pengguna telepon genggam tersebut, perusahaan layanan internet akan sangat dibutuhkan dan menjadi peluang perusahaan pelayanan untuk memperluas gerai jaringannya.

Penelitian ini mengambil objek perusahaan jasa internet dari PT First Media,Tbk., karena nama First Media sudah sangat terkenal di *mindset* para

pelaku pengguna layanan internet dan tv kabel berlanggan di Indonesia. PT First Media, Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang internet berlanggan yang berpusat di Jakarta. First Media sendiri dalam layanannya telah berkembang pesat mengambil peluang dengan memperluas cabang atau outlet di seluruh kota seperti Surabaya dan Bandung. Luasnya First Media jaringan Metro Etherneta dan mengelilingi sebagian besar wilayah Jakarta, melintasi semua wilayah pusat bisnis besar, membuat First Media menjadi provider utama atas semua solusi komunikasi untuk transfer data kecepatan tinggi dan aplikasi internet untuk perusahaan melalui semua wilayah. Didukung oleh kurang lebih 3.800 km kabel fiber optik.

Selanjutnya, layanan data komunikasi telah disebarkan oleh generasi selanjutnya dari jaringan intelejen yang mana terkenal sebagai Multiprotocol Label Switching (MPLS) yang mengirimkan layanan jarak yang luas dengan kualitas terjamin melauai setiap saluran fiber optik yang disewakan. Semua layanan ini termasuk dari Pusat Pemulihan Bencana, layanan Jaringan Area Penyimpanan, Layanan Aplikasi Real Time, Peering Services, Inter-Branch Connection Services, Video Streaming and Voice Services, dan masih banyak lagi.

Sejak 2002, layanan komunikasi data dari First Media, DataComm, telah dipercaya sebagai satu-satunya *provider* Jakarta Automated Trading System-Remote Trading (JATS-RT) untuk Indonesia Stock Exchange and Exchange Members. Komunikasi Data menyediakan layanan untuk pelanggan perusahaan dari sektor yang bermacam-macam. Seperti pada akhir 2009, layanan komunikasi data First Media telah digunakan oleh 2660 pelanggan perusahaan dengan total jumlah 500 links koneksi dalam Greater Jakarta Area.

Sistem pelayanan yang diberikan PT First Media Tbk kepada pelanggannya dijamin dalam ketentuan perlindungan hukum bagi para pengguna layanan jasa internet First Media. Pelayanan yang diberikan merupakan kelebihan First Media dimana perusahaan ini memposisikan diri sebagai pelaku jasa media terpadu pertama di Indonesia, pelayanan tersebut meliputi pengoperasian teknologi mutakhir berupa jaringan kabel Hybrid Fiber-Coaxial ('HFC') dua arah pada frekuensi 870 Mhz yang memiliki ujung terminal di Jakarta, Bali, dan Surabaya.

Digitalisasi memungkinkan kompresi data yang lebih besar untuk ditransmisikan melalui kabel, dengan demikian meningkatkan kapasitas kabel untuk melakukan transmisi internet berkecepatan tinggi hingga mau mentransmisi 100 saluran TV secara serempak serta volume data yang sangat besar. Produk yang ditawarkan pun memiliki keunggulan tersendiri yaitu fastnet, harganya yang murah dibanding dengan penyedia jasa internet lainnya.

First Media menjanjikan bahwa TV kabel berbayar pertama di Indonesia dengan channel HD yang terlengkap dan fasilitas internet tercepat di Indonesia. Siap menghibur Anda dengan ketajaman gambar hingga 5x gambar biasa dan kualitas suara Dolby Digital 5.1. Cuma First Media yang mampu menghadirkan hiburan kelas dunia berkualitas HD di rumah Anda. Barangkali janji-janji tersebut terdengar menyakinkan di telinga ketika melakukan promo-promo di mal. Ketika berbagai penyedia layanan kabel tv dan internet bersaing ketat untuk mencari customer baru, tentunya mereka akan menjanjikan segudang pelayanan yang menggiurkan tidak terkecuali First Media.

First Media sendiri menggunakan media sosial untuk lebih mudah menjangkau para pelanggan, karena kemudahan berkomunikasi saat ini diciptakan melalui media sosial. Dengan twitter dengan nama akun @FirstMediaCares untuk memudahkan para pelanggan menanyakan status tagihan atau keterjangkauan wilayah di daerah perumahan mereka, serta menyampaikan berbagai macam keluhannya. Maka, disinilah fungsi serta peran *customer service* untuk menampung semua keluhan dan memberikan solusi terbaik untuk para pelanggannya dengan ramah dan sopan. Itu adalah kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (volume 17, No.2, 2010, hlm.114) Kepuasan layanan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan,

dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992). Katanya dengan kualitas pelayanan ini adalah sikap maupun perilaku customer service harus baik dan sopan terhadap para pelanggannya, sehingga pelanggan akan merasa sangat puas,serta mampu menarik perhatian pelanggan untuk tetap setia (loyal) menggunakan jasa pelayanan yang perusahaan berikan.

Penelitian sebelumnya membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, tetapi penelitian tersebut kurang menjelaskan hal – hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanannya dari perusahaan yang dijadikan penelitian. Peneliti sebelumnya lebih menjelaskan strategi agar pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasarannya dengan baik. Adapun kekurangan dari penelitian tersebut tidak menjelaskan profil perusahaan yang di bahas. Penelitian yang dilakukan Aryani dan Rosinta melakukan survei pada pelanggannya tidak melalui media massa, berbeda dengan penelitian penulis dilakukan pada media sosial *Twitter*. Diharapkan dari penelitian yang dilakukan penulis juga dapat memenuhi dari segi kualitas layanan melalui media sosial *Twitter*.

Penulis tertarik dengan meneliti jasa internet berbayar First Media karena First Media menjanjikan *Internet Broadband* dengan kualitas yang baik terlebih First Media merupakan perusahaan pertama yang menggunakan jasa *internet* dan *TV Cable* secara bersamaan, tetapi pada suatu saat jaringan *internet* tidak jalan sehingga peneliti berinteraksi kepada admin Twitter @FirstMediaCares, tetapi *mention* balasan dari akun tersebut tidak berbeda dengan pelanggan lainnya yang ditanggapi kurang informatif. Keluhan-keluhan tersebut di antaranya, *internet* yang tiba-tiba mati, sudah melakukan proses pembayaran tetapi internet masih tidak nyala, harga yang berubah-ubah tanpa ada pemberitahuan,dan permasalahan lainnya. Banyak dari pelanggan tersebut mendapatkan jawaban atas keluhannya yang tidak cukup informatif. Sehingga peneliti ingin mengetahui tanggapan dari pengguna lain terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh *Twitter* First Media.

Alasan peneliti ingin meneliti *Twitter* First Media karena media sosial tersebut dijadikan wadah oleh pihak First Media dalam berinteraksi kepada pelanggan, selain menghubungi *customer service* melalui layanan telpon. *Twitter*

tersebut juga dijadikan pihak First Media dalam menyampaikan *event – event* yang diselenggarakan oleh pihaknya. Pengikut dari *Twitter* First Media juga terhitung banyak dan dari berbagai kalangan.

Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti melihat banyaknya keluhan pelanggan First Media khususnya melalui akun twitter @FirstMediaCares, peneliti termotivasi untuk melakukan dan menyusun suatu penelitian skripsi tentang ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pelayanan. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti ingin memberikan judul dari penelitian ini adalah: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service TV Cable & Internet Broadband* PT First Media,Tbk terhadap Kepuasan Pelayanan melalui Media Sosial”**

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka dalam penelitian ini penulis ingin merumuskan permasalahan yang hendak dibahas, yaitu: “Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pelayanan First Media di *Twitter* @FirstMediaCares?”

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan sumber permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk menggambarkan besaran pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pelayanan First Media di *twitter* @FirstMediaCares.

I.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat mengembangkan dan menerapkan kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu *public relation* terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dan menambah pengetahuan mahasiswa mengenai dunia *public relation* secara teoritis

b. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan dan program yang telah dilaksanakan menjadi bahan masukan bagi *public relation* First Media untuk lebih menyempurnakan pelayan *customer service*.

I.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode pengujian instrument, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini penulis memberikan gambarannya dalam memecahkan masalah dan menjelaskan objek yang diteliti. Bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini diuraikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, peneliti juga memberikan saran agar dapat memperoleh manfaat dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi – referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data – data dalam proses pengerjaan penelitian.