

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Organisasi merupakan sekelompok orang yang saling bekerjasama dengan memanfaatkan fasilitas yang ada untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tujuan organisasi adalah tercapainya suatu tujuan dimana individu-individu tidak dapat mencapainya sendiri.

Adanya sekelompok orang yang bekerjasama secara kooperatif dan dikoordinasikan dapat mencapai hasil yang lebih dari pada dilakukan oleh satu orang. Di dalam Organisasi, sangat diperlukan berkomunikasi kegiatan ini digunakan untuk memudahkan, melaksanakan dan melancarkan jalannya organisasi dengan cara menyampaikan informasi dan pengetahuan, mendorong dan mengarahkan, membentuk sikap dan menanamkan kepercayaan serta membantu memperkenalkan anggota organisasi dengan lingkungan fisik dan sosial mereka.

Bentuk-bentuk komunikasi dalam organisasi dapat ditunjukkan dengan komunikasi secara langsung seperti tatap muka baik interpersonal atau kelompok, baik berupa pertemuan yang berupa pertemuan langsung ataupun dengan media alat seperti *telephone*, surat tugas, memo instruksi perintah kerja.

Dunia bisnis saat ini, baik yang dijalani oleh perorangan, kelompok, organisasi maupun perusahaan, harus menyadari betul bahwa keberadaan seseorang atau masyarakat diluar perusahaan (publik eksternal) khususnya seperti konsumen atau pelanggan, merupakan salah satu bagian terpenting dalam menentukan perkembangan sebuah perusahaan. Untuk itu menciptakan hubungan baik dengan konsumen harus dilakukan dengan sebaik-baiknya oleh setiap pelaku bisnis atau perusahaan.

Pada sebuah perusahaan terdapat divisi Humas yang berperan penting dalam menjalin hubungan dengan publik eksternal perusahaan. Dunia bisnis saat ini juga harus menyadari bahwa, dalam berbagai aktivitas organisasi mereka senantiasa terhubung dengan para khalayak yang di dalamnya terjalin hubungan yang baik guna menciptakan tujuan yang sesuai dari dua belah pihak.

Humas merupakan bidang yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersil maupun non komersil. Karena humas merupakan salah satu elemen penting yang menentukan kelangsungan suatu organisasi.

Humas juga merupakan profesi yang memiliki ruang lingkup cukup luas dalam berbagai bidang. Setiap instansi atau perusahaan membutuhkan humas untuk melaksanakan fungsi-fungsi kehumasan. Adapun fungsi humas sangat erat kaitannya dengan *stakeholders* yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam publik, dimana hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya suatu organisasi.

Tujuannya adalah agar hubungan dapat terpelihara dengan baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam publik dapat tercapai. Posisi Humas dalam perusahaan juga diharapkan dapat menunjang aktivitas manajemen suatu perusahaan. Dalam praktiknya, Humas memiliki tugas untuk menyampaikan pesan dari perusahaan kepada publiknya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kegiatannya, humas juga bertugas untuk memberikan informasi kepada khalayaknya. Sumber informasi bisa didapatkan dari manapun, bisa dari media cetak, elektronik maupun radio. Seiring perkembangan jaman, penyebaran informasi ikut berkembang yaitu melalui sosial media yang mengandalkan akses jaringan dan terhubung dari satu komputer ke komputer lainnya atau dapat disebut juga dengan internet.

Media sosial yang menggunakan internet sekarang ini dapat berupa *blog*, *facebook*, *twitter*, dan sebagainya. Karena fungsinya yang praktis dan dapat digunakan oleh siapa saja maka dari itu informasi yang ada pada media sosial dan menggunakan internet cepat berkembang dan dikenal di kalangan masyarakat. Penyampaian informasi dalam media sosial dapat disebut penyampaian informasi secara tidak langsung. Penyajian informasi pada setiap media dapat berbeda, hal tersebut tergantung dari efektivitas media sosial yang seiring dipakai pada masyarakat tertentu. Seperti wilayah pedesaan tentu saja media digital yang canggih akan sulit diterima oleh masyarakat setempat (kesenjangan digital) dan

informasi yang disampaikan menjadi sia-sia dan tidak jelas, apabila kurangnya penyuluhan tentang penggunaan internet oleh pihak terkait dan sebagainya.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan mengenai informasi yang disampaikan berupa informasi tentang produk dan jasa yang dijual oleh perusahaan. Informasi produk dan jasa sangat diperlukan untuk mengetahui benefit atau keuntungan dari suatu produk atau jasa agar nilai yang dikandung sesuai dengan kebutuhan bagi masyarakat atau pelanggan.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam proses penyampaian informasi adalah keterampilan dan kemampuan seorang humas dalam berkomunikasi dengan baik. Bahasa komunikasi ini, menjadi jembatan antara perusahaan dengan para konsumennya dalam menjalankan usaha. Kemampuan staf dalam berkomunikasi juga merupakan bagian dari keberhasilan pelayanan. Ketidampampuan humas dalam memberikan pelayanan informasi dapat menimbulkan ketidakharmonisan hubungan dengan khalayaknya, ketidakharmonisan hubungan yang terjalin antara khalayak dengan perusahaan, tidak akan sesuai dengan harapan dua belah pihak.

Penyediaan produk dan jasa memerlukan perhatian khusus, karena adanya persaingan bebas dan perkembangan jaman yang menuntut penyedia untuk harus semakin pintar dalam mengelola sumber daya yang ada, serta memanfaatkan potensi yang dapat digali dan digunakan secara tepat. Tentu saja penyedia barang dan jasa tersebut berbadan hukum yang disebut organisasi dan perusahaan. Perusahaan jasa dapat dibagi menjadi beberapa tipe, hal tersebut dapat dilihat dari jasa yang ditawarkan. Salah satu contohnya adalah perusahaan jasa pariwisata.

Jasa pariwisata tentunya membutuhkan distribusi informasi sebagai penarikan minat pengunjung dan menjaga kualitas pelayanannya. Pengunjung mempunyai tingkat intelegensi dalam mengambil keputusan, apakah keputusannya jatuh pada tempat rekreasi atau tempat lainnya. Dengan menyediakan tempat informasi yang baik, maka informasi dapat mempengaruhi tahap keputusan dari pengunjung untuk dapat menuju pada tempat yang menyediakan informasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chatamallah (2008, hlm. 393) pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menarik wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata dan bagaimana agar wisatawan membelanjakan uangnya sebanyak-banyaknya selama melakukan

perjalanan. Maka dari itu, penyediaan jasa informasi merupakan hal penting untuk memastikan pengunjung mendapat informasi yang dibutuhkan, dan menambah kepuasan agar pengunjung tidak jera dan ingin kembali berkunjung.

Berkaitan dengan penjelasan diatas dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Kaihatu (2008, hlm 6), menjelaskan bahwa mewujudkan nilai kepuasan bagi konsumen yang semaksimal mungkin, dituntut untuk memperhatikan dan memfokuskan pada setiap dimensi yang menjadi indikator utama penentu kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan yang maksimal bagi pelanggan. Fokus diperlukan untuk menciptakan nilai kepuasan pelanggan pada keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan.

Penelitian ini, penulis membahas tentang perusahaan jasa. Khususnya, perusahaan jasa pariwisata yang produknya bersifat *intangibile* yaitu menjual produk tidak berupa barang, karena yang dijual berupa produk tidak berupa barang yang dapat dilihat dan diraba.

Produk yang dihasilkan dalam pembahasan ini bentuknya berupa layanan. Selama seseorang merasa puas atas pelayanan yang diberikan, maka secara otomatis produk tersebut telah digunakan olehnya. Dengan kondisi tersebut pelayanan memegang peranan penting bagi perusahaan jasa pariwisata. Karena peranan pelayanan yang baik itulah, maka perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pariwisata dituntut untuk dapat memenuhi layanan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pemakai jasa. Namun, kenyataannya masih banyak perusahaan penyedia jasa dan pariwisata yang mempunyai layanan yang kurang baik dan tidak efektif.

Perusahaan jasa pariwisata yang didalamnya terdapat kegiatan pelayanan di Indonesia, salah satunya adalah Taman Margasatwa Ragunan. Sebagai perusahaan jasa pariwisata Taman Margasatwa Ragunan, merupakan sebuah taman yang mempunyai 147 hektar luas tanah dan berpenghuni lebih dari 2.009 ekor satwa serta ditumbuhi lebih dari 50.000 pohon yang dapat memberikan suasana lingkungan yang sejuk juga nyaman.

Penyebaran informasi mengenai kegiatan yang terjadi di Taman Margasatwa Ragunan, merupakan salah satu tugas *Information Center* untuk memastikan informasi sampai kepada masyarakat.

Taman Margasatwa Ragunan sering kali melakukan acara-acara besar di tiap tahunnya. Dengan lokasi yang berada tidak jauh dari pusat kota tepatnya di Jakarta selatan Taman Margasatwa Ragunan ini juga menawarkan harga tiket masuk yang *relative* murah yaitu Rp 4000,- untuk orang dewasa dan Rp 3000,- untuk anak-anak, selain dengan wisata hewani yang lengkap, Taman Margasatwa Ragunan juga menawarkan hiburan lainnya yang dapat di pergunakan oleh orang dewasa maupun anak-anak, seperti penyewaan sepeda, kereta-keretaan, juga terdapat taman rekreasi yang permainannya dapat di lakukan oleh orang dewasa. Adanya potensi wisata yang cukup baik ini Taman Margasatwa Ragunan juga memiliki pengunjung yang cukup banyak terutama pada saat hari libur panjang maupun hari libur Nasional. Dilansir dari website Taman Margasatwa Ragunan jumlah pengunjung pada bulan Januari 2016 berjumlah 148.000 pengunjung.

Taman Margasatwa Ragunan memiliki *Information Center* yang merupakan pusat informasi yang dibangun di Taman Margasatwa Ragunan, guna membantu pengunjung yang kesulitan saat berada di Taman Margasatwa Ragunan. Dimana aktivitas-aktivitas *Information Center* pada Taman Margasatwa Ragunan adalah untuk memenuhi kepuasan pengunjung akan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan Taman Margasatwa Ragunan itu sendiri.

Pada kenyatannya masih ada pengunjung yang kurang puas dengan pelayanan *Information Center*, karena informasi yang diberikan tidak diberikan secara mendetail hanya secara garis besarnya saja. Pada saat hari kerja pun lokasi *Information Center* di Taman Margasatwa Ragunan terlihat senggang dan jarang terlihat petugas yang berjaga.

Pelayanan *Information Center* Taman Margasatwa Ragunan langsung berhubungan dan berinteraksi dengan pengunjung, maka diperlukan sistem pelayanan yang baik di *Information Center*. Karena pengunjung sangat erat kaitannya dengan Taman Margasatwa Ragunan dan menjadi sebuah prioritas utama bagi objek pariwisata. Khususnya, untuk Taman Margasatwa Ragunan tanpa adanya pengunjung, maka usaha jasa pariwisata ini tidak akan berjalan, untuk itu Taman Margasatwa Ragunan harus mendapatkan simpati pengunjung agar Taman Margasatwa Ragunan dapat terus berjaya. Untuk memperoleh simpati pengunjung, maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan, dengan pelayanan yang baik serta

adanya kepuasan pengunjung akan informasi yang diberikan kepada pengunjung dapat menentukan laju perkembangan Taman Margasatwa Ragunan.

“Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan, kemampuan perusahaan melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada pelanggannya secara sistematis dan terprogram sesuai dengan etika dalam sebuah bisnis” (Alfisyahrin, 2013 hlm 78).

Adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan produk atau pelayanan yang diberikan kepada pesaingnya. Jika pelanggan merasa benar puas, maka pelanggan akan membeli atau berkunjung ulang, serta akan memberikan referensi yang baik kepada pelanggan lainnya untuk membeli atau berkunjung di tempat yang sama.

Adanya pelayanan yang berkualitas maka, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan dan sekaligus akan membantu mempromosikan perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut akan langsung memberikan referensi yang tidak baik kepada pelanggan lainnya. Sehingga, akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang berakibat menurunnya jumlah pembeli atau pengunjung perusahaan tersebut.

Tidak hanya sistem pelayanannya tetapi sumber daya pekerja yang harus memiliki pengetahuan komunikasi yang baik dan efektif. Hal tersebut merupakan cakupan tugas dari seorang humas di Taman Margasatwa Ragunan yang membawahi *Information Center*. Humas Taman Margasatwa Ragunan harus lebih aktif dalam menarik minat dan simpati pengunjung demi kemajuan Taman Margasatwa Ragunan itu sendiri. Sehingga, pengunjung dapat menerima informasi yang jelas dan lengkap.

Berdasarkan informasi yang peneliti ketahui humas Taman Margasatwa Ragunan pada saat ini mempunyai beberapa masalah yang dihadapi. Masalah tersebut adalah masih banyak yang menganggap bahwa Taman Margasatwa Ragunan merupakan tempat untuk khalayak melihat binatang buas atau binatang yang langka sebagai rekreasi saja yang ditawarkan hanya berkeliling melihat

melihat hewan-hewan. Sedangkan, Taman Margasatwa Ragunan pada kenyatannya mempunyai wahana rekreasi yang bervariasi. Selain tempat rekreasi yang bervariasi, banyak acara-acara menarik yang dilakukan di Taman Margasatwa Ragunan.

Variasi wahana rekreasi tersebut dilihat dengan adanya pusat primata schmutzer, taman refleksi, taman permainan anak dan dewasa, taman satwa anak, gajah tunggang, unta tunggang, kereta keliling, penyewaan sepeda, taman perahu angsa, pentas satwa, kuda bendi, kuda tunggang dan lain sebagainya. Acara-acara menarik yang pernah dilaksanakan oleh Taman Margasatwa Ragunan ialah merayakan Tahun Baru Imlek ke 2566 (Kambing Kayu), Dengan berfoto di bunga "mei hua", *Happy, Healthy & Wealthy, Semarak 150 Tahun*, juga terdapat kegiatan Gelar Parade Satwa Setiap Bulan. Tidak hanya itu, saat ini Taman Margasatwa Ragunan juga memberlakukan jakcard sebagai pembayaran tiket masuk Taman Margasatwa Ragunan. Harga kartu perdana jakcard (paket 1) senilai Rp. 30.000 dengan nominal saldo awal Rp. 20.000 dan harga kartu Rp. 10.000 , sedangkan untuk (paket 2) senilai Rp. 60.000 dengan nominal saldo awal Rp. 50.000 dan harga kartu Rp. 10.000. Selain itu, kartu jakcard ini dapat juga digunakan sebagai pembayaran transportasi Transjakarta

Selain Taman Margasatwa Ragunan, terdapat tempat rekreasi lain yang menawarkan hal yang serupa mengenai hiburan satwa yaitu Taman Safari Indonesia yang terletak di Jalan Raya Puncak No. 601, Cisarua 16750, Bogor. Taman safari ini memiliki lebih banyak fasilitas hiburan yang ditawarkan kepada masyarakat. Selain itu, Taman Safari Indonesia ini memiliki pelayanan dan penyebaran informasi yang cukup baik dapat dilihat dari beberapa iklan yang terdapat di beberapa media sosial seperti twitter. Dilansir dari website resmi Taman Safari Indonesia dari tahun ke tahun Taman Safari Indonesia cukup banyak kedatangan pengunjung baik dari dalam kota maupun luar kota yang berjumlah 1.300.000 pengunjung bayar. Setelah melakukan observasi, peneliti mengetahui juga bahwa banyaknya pengunjung Taman Safari Indonesia tidak hanya pada hari libur saja, tetapi pada hari kerja pun cukup banyak pengunjung yang datang ke Taman Safari Indonesia.



Sumber: Twitter Taman Safari Indonesia

**Gambar 1. Iklan Taman Safari**

Berdasarkan gambar di atas bahwa Taman Safari Indonesia sudah cukup baik dalam penyebaran informasi karena dari hasil penelitian penulis bahwa Taman Margasatwa Ragunan belum memiliki akun twitter. Seperti yang sudah kita ketahui, bahwa cukup banyak kegiatan yang dilakukan oleh Taman Margasatwa Ragunan. Kegiatan tersebut merupakan informasi yang sangat penting. Penyebaran informasi seperti kegiatan yang ada dan info lain seputar Taman Margasatwa Ragunan merupakan salah satu tugas *Information Center* untuk memastikan informasi sampai kepada khalayaknya.

Oleh sebab itu, pengukuran seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang ada merupakan tindakan yang sangat diperlukan untuk menjadi acuan dan perbaikan sistem pelayanan kearah yang lebih baik, demi tercapainya kepuasan pengunjung akan informasi yang diberikan oleh Taman Margasatwa Ragunan. Dengan adanya pengukuran dan evaluasi maka *Information Center* dapat menilai apakah sistem pelayanan mereka sudah baik. Selain itu, dapat pula menunjang performa Taman Margasatwa Ragunan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulisan mengajukan judul , “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Information Center* Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan”.

## I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Information Center* terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan?”

## I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah “untuk mengukur besar pengaruh kualitas pelayanan *Information Center* terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan”.

## I.4 Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis Penelitian

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan penelitian *Public Relations* dan kepuasan pengunjung tentang informasi, menambah literature ilmiah yang berkaitan dengan *Public Relations* juga bagaimana perusahaan jasa pariwisata dapat lebih meningkatkan kepuasan pengunjung tentang informasi.

### b. Manfaat Praktis Penelitian

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi Taman Margasatwa Ragunan serta dapat dijadikan bahan evaluasi dan referensi untuk memajukan dan mengembangkan kualitas pelayanan, khususnya mengenai kualitas pelayanan yang ada di *Information Center* Taman Margasatwa Ragunan.

## **I.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KERANGKA TEORI**

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, definisi konseptual, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas pendekatan penelitian kuantitatif, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, hasil uji analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat beberapa referensi yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan skripsi.

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

