BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia diciptakan oleh-Nya hidup dalam lingkungan sosial, tidak ada manusia yang dapat hidup sendiri tanpa bantuan atau interaksi dengan manusia lain. Sebagian besar dari aspek kehidupan tidak terlepas dari komunikasi. Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak bisa dilepaskan oleh manusia untuk berkembang dan membangun hubungan dengan orang lain dan dapat mengetahui apa yang terjadi pada dirinya sendiri serta lingkungan sekitarnya. Komunikasi dipandang sebagai sarana yang memiliki peran penting untuk menunjang keberhasilan dalam berbagai bidang.

Komunikasi akan terjadi atau langsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan Bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh Bahasa itu (Effendy, 2003:9)

Sedangkan pendapat lain menurut Everett M. Rogers dalam Mulyana mengatakan bahwa: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (2003:62).

Hampir sama seperti pendapat Rogers, Hovland pun mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah prilaku orang lain *(communication is the process to modify the behaviour of other individual)* (Effendy, 2003:10).

Komunikasi memiliki hubungan yang erat dengan organisasi untuk itulah ada yang dinamakan dengan komunikasi organisasi. Berikut ini pernyataan Hanney dalam bukunya Comunication and Organizational Behavior, yang kemudian dikutip oleh Effendy pada bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, bahwa:

> *"Organization consists of a number of people; it involves interdependence; interdependence alls for coordination; and coordination requires communication*." Organisasi terdiri atas sejumlah orang; ia melibatkan keadaan saling bergantung*;* kebergantungan memerlukan koordinasi; koordinasi mensyaratkan komunikasi. Oleh karena itu, kata William V. Hanney, Komunikasi adalah suatu *sine qua non* bagi organisasi." (Hanney dalam Effendy, 2015)

Perkembangan dunia komunikasi sangat diperlukan dalam kelangsungan hidup manusia dalam berbagai hal, karena komunikasi mutlak dibutuhkan untuk berdampingan atau berinteraksi dengan satu sama lain baik antar individu maupun organisasi. Dalam kehidupan nyata komunikasi telah menciptakan lingkungan dunia usaha yang semakin bersaing dan menciptakan peluang serta tantangan yang cukup menarik.

Dalam suatu persaingan bisnis yang berkembang, sangat diperlukan adanya strategi dalam meningkatkan produktivitas maupun kekuatan daya saing antara pesaing-pesaing bisnis yang satu dengan yang lainnya. Sebagai awal untuk meningkatkan pembelian dan kepopuleran produk, baik didunia usaha dalam cakupan besar hingga usaha kecil dan menengah (UMKM).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM) mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dengan adanya pelaku UMKM tanpa disadari telah meningkatkan hasil produksi perdagangan maupun perekonomian baik di Bandung sendiri maupun di Indonesia. Strategi yang dilakukan pelaku UMKM sendiri dengan selalu mengikuti *event-event* bazar, pameran atau kegiatan lainnya, tidak hanya itu bisa juga melalui online, koprasi, atau tempat-tempat yang telah dialokasikan oleh bapak wali kota, seperti di sepanjang jalan Buah batu yaitu ada program *Car Free Day* yang diselenggarakan satu minggu sekali pada hari minggu.

Car Free Day atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor adalah kegiatan yang bertujuan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat agar menurunkan ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan bermotor. Kegiatan ini biasanya didorong oleh aktivis yang bergerak dalam bidang lingkungan dan transportasi. *Car free day* merupakan budaya baru bagi masyarakat sebagai ajang bersosialisasi dengan teman maupun keluarga dan juga sebagai sarana kesehatan jasmani yang bebas dari polusi. Kegiatan *car free day* ini berupaya mengurangi pencemaran udara yang telah tercemari oleh asap kendaraan bermotor. Saat ini motivasi masyarakat akan olah raga rekreasi sangat meningkat dikarenakan olah raga rekreasi mampu dijangkau oleh kalangan masyarakat Bandung maupun para wisatawan yang sedang berkunjung atau sedang mengisi long weekend di kota Paris Van Java. Seperti yang dikatakan Bapak Ridwan Kamil bilamana terdapat

lahan atau tempat untuk berolahraga rekreasi, salah satunya adalah ruas jalan yang dijadikan ruang public yaitu *car free day* yang dilaksanakan di Buah batu Bandung. Seperti pada tujaun utama dari *car free day* di kota Bandung adalah untuk menurunkan polusi udara dan menghijaukan kota Bandung. (Tribun Jabar Januari : 2016)

Area *car free day* berada diruas jalan Buah batu yang diresmikan kembali oleh Wali Kota Bandung Bapak Ridwan Kamil pada awal masa jabatannya dan kini dikelola oleh salah satu Organisasi yang cukup terkenal eksistensinya dimasyarakat Bandung yaitu Buah Batu Corps (BBC). Awal-awal pembentukannya, akhir dekade 1950-an BBC masih merupakan singkatan dari Buah Batu Boys Club sebelumnya, BBC generasi pertama merupakan singkatan dari Buah Batu Barbel Club, sebuah klub kebugaran. Karena anggotanya semakin banyak dan meluas BBC menjadi Buah Batu Corps. ”Kekuasaannya” hampir ke seluruh Bandung, dari mulai Jalan Titiran, Jalan Jeruk, daerah timur, dan Bandung selatan. Kelompok anak muda ini sangat disegani atau bahkan ditakuti masyarakat Bandung pada era 1960 hingga 1980-an. Solidaritas antar anggota suatu wilayah tempat tinggal yang sama Buah Batu, menjadi faktor pemersatu yang kuat. BBC menjadi satu representasi “gaul ala geng” yang dianut kaum muda bandung setelah “tiarap” sejak maraknya aksi penembakan misterius (petrus) pada awal dekade 1980-an, kini BBC hadir kembali dengan wajah baru yang lebih mengutamakan kebersamaan dan kepedulian terhadap masyarakat. “Setelah hampir 25 tahun tiarap, ternyata BBC masih terus beranak pinak. Dan small group-nya bertambah.

Dengan demikian keberadaan Small Group (SG) tersebut selain sebagai pendiri sekaligus juga sebagai tulang punggung dari berjalannya aktivitas Organisasi BBC hingga BBC berkembang menjadi perkumpulan yang cukup dikenal di kota Bandung khususnya. Akhirnya pada hari Selasa, 11 Juli 2006 para Small Group yang diwakili para tokoh-tokohnya berkumpul untuk berunding dan sepakat untuk bersama-sama mendirikan Organisasi Sosial Kemasyarakatan Buah Batu Corps yang dituangkan dalam Akta Pendirian Ormas BBC dihadapan Notaris R.Sabar No. 34 tanggal 26 Juli 2006 sekaligus merupakan anggaran dasar pertama dari Organisasi BBC. Sesuai dengan amanat Kongres Pertama Ormas BBC yang di selenggarakan di Hotel Horison 24 Februari 2007, untuk segera membentuk kepengurusan Ormas BBC dari tingkat pusat sampai ke tingkat Organisasi yang paling rendah. Maka pada hari Senin tanggal 22 Mei 2007 telah dirampungkan pembentukan Struktur pengurus DPD Ormas BBC Kota Bandung. Tujuan utama dari organisasi tersebut menjadikan benang pengikat persaudaraan dan persatuan antara sesame keluarga BBC khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Memberi, membantu dan mengembangkan talenta sesuai dengan keahliannya. Meningkatkan dan memanfaatkan sumber daya manusia (SDM) Ilmu pengetahuan dan Tekhnologi yang dilandasi oleh Keimanan dan Ketakwaan kepada Tuhan YME untuk mewujudkan masyarakat Buah Batu dan masyarakat umum yang tanggap dan mandiri. Melakukan pembinaan mental dan meningkatkan kepribadian. Meningkatkan rasa aman dan damai didalam kehidupan masyarakat dan meningkatkan kepedulian dan rasa cinta pada lingkungan dan tanah air. Kegiatan sosial yang rutin diselenggarakan oleh BBC

salah satunya itu *car free day* strategi daya tarik yang dilakukan untuk menarik para pengunjung maupun pelaku UMKM dengan diadakannya promosi dengan mengiklankan bilbord disekitar stopan buah batu atau samsat, membuat konten-konten acara seperti gerak jalan, pameran, senam, mengadakan lomba mewarnai anak Taman Kanak - kanak, dan membuat *event* musik.

Dalam mengembangkan hubungan suatu kegiatan komunikasi salah satu faktor yang paling penting dan banyak di telaah adalah daya tarik *(attraction)*. Apa yang membuat kita tertarik kepada suatu hal atau tertarik terhadap orang-orang tertentu yang dianggap menarik dan atau sebaliknya.

> "Daya tarik isi pesan sebuah tayangan meliputi daya tarik rasional, emosional dan moral. Daya tarik rasional menunjukan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat, sedangkan daya tarik emosional mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk, dan daya tarik moral di arahkan pada perasaan seseorang sehingga sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial". (Sindoro, 1996: 81).

Daya tarik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh disaat seseorang (komunikator) melakukan komunikasi, sehingga komunikan yang menjadi lawan bicara atau lawan komunikasinya menjadi simpati terhadapnya. Hal ini dikarenakan dengan adanya daya tarik, komunikator akan lebih mudah mendekatkan diri dengan komunikannya serta dengan begitu akan lebih mudah untuk meyakinkan dan mengubah perilaku komunikannya.

Peraturan dari kegiatan *car free day* ini adalah ruas jalan Buah batu tidak boleh dilewati kendaraan bermotor maupun mobil. Program ini diadakan rutin setiap hari minggu ini banyak mengundang perhatian masyarakat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang datang ke area *car free day*. Ruas jalan

Buah batu yang bebas kendaraan selama 4 jam ini tidak di sia-siakan oleh masyarakat sekitar untuk memanfaatkannya dengan berbagai macam kegiatan olahraga rekreasi diantaranya senam, bersepeda, bersepatu roda, *performance (break dance, modern dance)* atau hanya jalan-jalan santai dan tidak sedikit pula yang memanfaatkan kegiatan ini untuk bersantai bersama keluarga dan menikmati ruang terbuka bebas asap kendaraan dan disini juga tak jarang orang yang mencari mata pencahariannya dengan berjualan aneka makanan unik-unik, fashion, maupun jenis usaha lainnya yang dinikmati oleh masyarakat untuk kuliner pagi mencari sarapan maupun berbelanja.

Dapat kita lihat bahwa acara *car free day* sangat bermanfaat untuk masyarakat melakukan berbagai macam kegiatan di waktu luang, dan untuk para pelaku UMKM sendiri dengan adanya program *car free day* ini dapat memberi fasilitas mudah bagi para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam kegitan *car free day* dengan hanya mendaftarkan diri dan membuat member saja itu sudah memberi kemudahan bagi seorang pedagang untuk terus berkarya dan berwirausaha permanen disatu kegiatan program dan memiliki lapak usaha menetap, dari sisi kebersihan, keamanan dengan pungutan biaya sebesar 10.000 ribu rupiah dan kenyamanannya sudah memberikan kepuasan bagi para pelaku UMKM sendiri karena dengan pelayanan yang mudah fleksibel dan tidak memberatkan, dengan hanya membuat kartu member atau kartu anngota sudah bisa menjadi anggota dan memiliki lapak usaha sendiri, namun tidak semua pedagang dapat berjualan atau memiliki lapak di *car free day* tersebut hanya yang

sudah mendaftar dan memiliki kartu anggota resmi yang dapat mingikuti kegiatan program *car free day* yang bisa disebut sebagai pelaku UMKM.

Namun tanpa pengelolaan yang maksimal dari Buah Batu Coprs sendiri maka dapat dipastikan kegiatan dari *car free day* tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan untuk itu perlu diperhatikan atau perlu dilakukan usaha bagaimana agar daya tarik kegiatan program *car free day* itu dapat dirasakan oleh pengunjung demikian juga bagi pelaku UMKM. Kepuasan bisa dilihat atau dilakukan dari menariknya acara atau tampilan pada kegiatan *car free day* itu seperti pada indikator dari daya tarik rasional yaitu kegiatan dari *car free day* untuk para pelaku UMKM memberikan maanfaat karena dengan diadakannya lahan untuk berdagang ini sangat mewadahi bagi para pedangan untuk berdagang dan meningkatkan perekonomian, daya tarik emosional ini mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan program yang mengikut sertakan wirausaha atau para pelaku-pelaku UMKM guna meningkatkan nilai jual beli, daya tarik moral mendorong orang untuk ikut serta dalam mendukung dalam pelaksanaan kegiatan program car free day ini agar terlaksana dan sukses dalam acaranya, kita lihat dari kegiatannya atau daya tarik disini bisa kita lihat dari kemudahan proses yang ditetapkan oleh Buah Batu Corps untuk pelaku UMKM dalam memasarkan hasil produksinya.

Perubahan perilaku pada manusia akan menimbulkan rasa emosional atau kepuasan baik terhadap respon atau suatu kegiatan pelayanan seperti:

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2002 kepuasan adalah perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan. Pedapat lain, menurut Kotler

berpendapat bahwa Kepuasan adalah “Menggunakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.” (Kotler, 2000:52).

Definisi kepuasan pelanggan yang diartikan secara sederhana yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produkatau jasa yang dikonsumsinya. (Kotler, 2000:45)

Seseorang dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, seseorang akan kecewa dan kalua kinerja sesuai harapan maka seseorang tersebut akan puas serta jika kinerja melebihi harapan, maka seseorang akan merasa sangat puas, senang atau gembira.

Bertolak dari uraian diatas maka peneliti menilai melakukan penelitian tentang daya tarik kegiatan *car free day* adalah masalah yang menarik dilakukan, pada penelitian ini akan diteliti hubungan daya tarik kegitan program *car free day* dengan kepuasan pelaku UMKM dengan memasarkan prodaknya pada acara tersebut. Dengan ini penelitian *car free day* belum pernah dilkakukan diorganisasi Buah Batu Corps.

Maka dari itu konteks peneliti pada penelitian ini adalah pada kegiatan program *car free day* oleh buah batu corps terdahap pelaku UMKM efek yang ditimbulkan oleh pelaku UMKM terhadap kepuasan. Untuk itu peneliti mengangkat judul penelitian ini sebagai berikut : “**Daya Tarik Kegiatan Program Car Free Day Oleh Buah Batu Corps Terhadap Kepuasan Pelaku Umkm Di Buah Batu Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Seberapa Besar **Daya Tarik Rasional** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?
2. Seberapa Besar **Daya Tarik Emosional** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?
3. Seberapa Besar **Daya Tarik Moral** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?
4. Seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Harapan** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?
5. Seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Nilai** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?
6. Seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Motivasi** Pelaku UMKM Di Buah batu Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar daya tarik dari kegiatan program *Car Free Day* ini terhadap para pelaku usaha micro kecil dan menengah (UMKM) apakah memberikan

kepuasan atau tidak kepada para pelaku UMKM dalam memasarkan prodaknya di Buah Batu Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa tujuan penelitian, yang sesuai dengan identifikasi masalah :

1. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik Rasional** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** "Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik Emosional** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** "Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik Moral** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Kepuasan** "Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Harapan**"Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Nilai** "Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa Besar **Daya Tarik** Kegiatan Program *Car Free Day* Oleh Buah Batu Corps Terhadap **Motivasi** "Pelaku" UMKM Di Buah batu Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitan

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini sebagai bentuk untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan untuk mengetahui letak daya tarik para pelaku usaha micro kecil menengah (UMKM) terhadap program Buah batu corps (BBC) dalam pelayanannya sebagai pengelola program *Car Free Day* di Buah batu Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu dan untuk mengetahui daya tarik kegiatan dalam suatu program bentuk kegiatan atau bisa disebut event pada pelayanan atau pengadaan program tersebut sehingga dapat mengikut sertakan para pelaku UMKM di dalamnya.

2. Bagi Universitas/Akademisi

   Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa/i Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur atau bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini dapat dijadikan bahan sebagai bahan referensi, atau informasi, dan sebagai evaluasi dalam salah satu kegiatan ini dan berguna bagi masyarakat secara umum, dan bisa jadi salah satu contoh

dengan adanya penelitian ini, yaitu meneliti tentang daya tarik kegiatan program *car free day* oleh Buah Batu Corps terhadap kepuasan pelaku UMKM di buah batu bandung.