BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modernisasi ini baik pemerintah maupun perusahaan swasta khususnya yang bergerak dibidang industri pariwisata dalam menjalankan kegiatannya mempunyai arah atau tujuan yang ingin dicapainya. Sebuah perusahaan merencanakan dengan matang dalam membentuk suatu program pelayanan-pelayanan yang dapat mencirikan atau identitas suatu perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lainnya.

Perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata terus meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, bahkan memberikan program-program baru dalam pelayanannya. Dimana pelayanan merupakan kegiatan dari komunikasi eksternal yaitu suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pengunjungnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Adrian Payne (2000), pelayanan adalah "Rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan". Payne juga mengatakan bahwa pelayanan kepada pelanggan mengandung pengertian:

1. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
2. Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka
3. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan
4. Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan. (Tjiptono, 2001:219)

Sedangkan menurut Badiuw Craven “Pelayanan konsumen adalah suatu proses kegiatan yang menambah nilai kepada hubungan pembeli dan penjual, prosesnya harus didefinisikan, dianalisis, dikelola, dengan tujuan untuk memperbaiki kepuasan konsumen.” (Craven, 1998 : 220)

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646) menyatakan pelayanan ialah ”usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Sejalan dengan hal tersebut, Normann (1991:14) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.[1]

Karakteristik tersebut dapat menjadi dua dasar pemberian pelayanan terbaik. Pelayanan yang diberikan kepada pengunjung dapat berupa pelayanan produk atau jasa. Biasanya pengunjung akan lebih tertarik berkunjung ke tempat wisata yang memberikan pelayanan terbaik.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan harus lebih rapih dan teratur agar mereka mendapat dan menerima pelayanan merasa senang atas pelayanannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml "yang dikenal dengan *service quality*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability*

[1] Sumber: Zainuri. 2009. http://administrasidanmanajemen.blogspot.com/2009/01/pengertian-tujuan-dan-manfaat-pelayanan. 3 Mei 2011. pukul 11:00 WIB

(kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati)". (Kotler, 1997:53).[2]

Perusahaan atau organisasi mempertimbangkan bagaimana pelayanan akan diberikan, hal ini didasarkan bahwa konsumen tidak hanya melihat keragaman jenis pelayanan saja, melainkan juga pelayanan itu sendiri. Pelayanan yang baik kepada pengunjung merupakan hal terpenting, jika pengunjung merasa tidak nyaman karena pelayanan yang kurang baik, maka dari itu pengunjung adalah faktor penting dalam sebuah perusahaan terutama yang bergerak di bidang wisata, sehingga perusahaan perlu memiliki identitas yang membedakan dengan perusahaan lain.

Identitas perusahaan dirancang untuk memiliki daya tarik yang dapat memberikan respon positif kepada masyarakat, identitas perusahaan memiliki tujuan untuk memberikan kesan pertama dan kesan-kesan selanjutnya sebagai hal yang positif, baik, dan itu harus berlangsung secara konsisten baik mempertahankan identitas lama atau baru.

Menurut M. Linggar Anggoro (2000:280) "Identitas perusahaan (*corporate identity*) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya". Ia juga menyebutkan

[2] Sumber: Wikipedia . 2011. http://idb4.wikispaces.com/file/view/sm4007ANALISIS+PENGARUH+KUALITAS+PELAYANAN.pdf. 17 April 2011. pukul 21:00 WIB

bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

Perusahaan atau organisasi menyadari perlunya identitas perusahaan yang membedaka perusahaan mereka. Identitas harus singkat tapi jelas, tidak asal-asalan dibuat, asli buatan sendiri, sehingga tidak mudah dilupakan oleh konsumen atau pengunjung. Karyawan perusahaan harus mengetahui dan memahami identitas perusahaan terutama bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa yang menjaga pelayanan, kreadibilitas, dan keramahan manusia di dalamnya.

Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) sebagai salah satu industri pariwisata di Indonesia yang akan selalu meningkatkan pelayanannya. Taman Mini “Indonesia Indah” merupakan sebuah miniatur utuh yang di buat untuk menggambarkan Indonesia dalam bentuk mini. Diawali dari gagasan dan prakarsa Ibu Tien Soeharto, pembangunan TMII dimulai pada tahun 1971 dan diresmikan pembukaannya pada tanggal 20 April 1975.

Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) merupakan sebuah proyek tumbuh yang semakin berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat. Bangunan fisik dan fasilitas di TMII di upayakan untuk terus bertambah lengkap sehingga masyarakat dapat menimba pengalaman, pengetahuan dan informasi yang menarik

sekitar kehidupan berbagai aspek budaya, tradisi, adat istiadat, berbagai bentuk kesenian sampai pada pengenalan benda-benda budaya.

Taman Mini "Indonesia Indah" memiliki beragam isinya, yang terdiri dari wisata belanja, hiburan, dan pengetahuan. Terdapat Anjungan daerah dari seluruh provinsi di Indonesia, Arsipel Indonesia, Pusat Peragaan Ilmu pengetahuan dan Teknologi, Istana Anak-Anak Indonesia, 11 Unit Taman, antara lain Taman Burung, Taman Akuarium Air Tawar, Taman Bunga Keong Mas, Taman Kaktus. Adapula 16 Unit Museum antara lain Museum Indonesia, Museum Transportasi, Museum Prangko, serta berbagai sarana hiburan untuk keluarga seperti Teater Imax Keong Mas, Kereta Gantung (*Skylift*), Aeromovel, dan Kereta Api Mini.[3]

Adapun maksud dan tujuan didirikannya Taman Mini "Indonesia Indah" sebagai berikut:

1. Membangun, mempertebal rasa cinta tanah air.
2. Memupuk, membina rasa kesatuan dan persatuan bangsa, meskipun tiap daerah yang terdiri dari berbagai suku (BHINEKA TUNGGAL IKA) mempunyai cara hidup yang berbeda-beda.
3. Menghargai, menjungjung tinggi kebudayaan kita dengan jalan menggali dan menghidupkan kembali kebudayaan yang diwariskan oleh nenek moyang kita kepada kita.

[3] Sumber: www.tamanmini.com. 17 Maret 2011. pukul 8:00 WIB

4. Memperkenalkan kebudayaan, kekayaan alam, dan lain sebagainya kepada sesama bangsa kita, di antar daerah-daerah.
5. Memanfaatkan untuk menarik wisatawan, dengan demikian meningkatkan kegiatan pariwisata; sebagai wahana promosi penjualan (*sales promotion*) bagi tiap-tiap daerah seluruh tanah air, dan menghidupkan kerajinan rakyat di seluruh daerah, serta menampung dan mengatur pemasarannya.
6. Ikut aktif membantu pemerintah dalam pelaksanaan Pelita, dengan mempersembahkan suatu tempat rekreasi yang bersifat pendidikan kepada masyarakat Indonesia, khususnya warga Ibukota.

Semakin banyaknya industri pariwisata yang ada di Kota Jakarta dan sekitarnya, memungkinkan pihak TMII harus bekerja keras dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada pengunjung. Dengan hal ini pihak TMII berusaha meyakinkan masyarakat sebagai tempat pariwisata keluarga, dengan segala sarana yang lengkap untuk semua kategori umur di keluarga, dengan memberikan pelayanan yang baik, salah satunya yaitu melalui wahana transportasi kereta gantung *skylift* yang mulai dioperasikan sejak tanggal 20 April 1975 bersamaan dengan peresmian Taman Mini "Indonesia Indah". Kereta gantung *skylift* merupakan sarana angkutan yang dapat digunakan untuk menikmati taman wisata secara keseluruhan.

Seiring dengan peningkatan pengunjung setiap tahunnya, dimana wahana transportasi udara kereta gantung merupakan sarana yang paling diminati pengunjung kawasan TMII karena memiliki sensasi yang berbeda dengan wahana transportasi lainnya saat menaikinya. Kereta gantung *skylift* TMII sekuat tenaga memberi layanan sebaik-baiknya kepada para pemakai jasa angkutan wisata angkasa ini. Dari tahun ke tahun jumlah pemakaiannya berbanding antara satu dan empat dengan jumlah pengunjung TMII. Berarti bahwa setiap lima orang pengunjung, seorang diantaranya melengkapi kunjungannya dengan naik kereta gantung.

Bertitik tolak dari kenyataan tersebut, serta berdasarkan asas melayani kebutuhan pengunjung sebaik-baiknya sehingga kereta gantung *skylift* Taman Mini memberikan pelayanan sesuai dengan *tag line* pada senyum *skylift* pada logonya yang berbentuk pin yaitu, aman, nyaman, kepercayaan, ramah, peduli, siap menolong, dan berkesinambungan, *tag line* tersebut merupakan nilai-nilai senyum *skylift* yang menjadi komitmen karyawan untuk memberikan pelayanan prima kepada pengunjung. Senyum *skylift* menjadi identitas baru kereta gantung *skylift* sejak Agustus 2010.

Senyum merupakan bentuk keramahan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. “Senyum merupakan ekspresi wajah akibat bergeraknya atau timbulnya suatu gerakan dibibir atau kedua ujungnya, atau pula di sekitar mata.”[4]

Pelayanan dalam bentuk keramahan seperti senyum sapaan merupakan budaya perusahaan yang baik. Budaya perusahaan menurut Kotter dan Hasket, 1992 adalah nilai-nilai yang dimiliki oleh anggota-anggota di dalam suatu jelompok dan cenderung untuk menetap bahkan apabila anggota kelompok telah berganti. Budaya menggambarkan pola perilaku atau gaya kerja di suatu perusahaan yang secara otomatis dianjurkan oleh karyawan senior untuk diikuti oleh karyawan yang baru. (Soegoto, 2009:313).

Budaya senyum sapaan adalah sebuah contoh sederhana dari sebuah rekam prosedural. Akan tetapi prosedur itu tidak ada batasan yang jelas. Oleh karena itu elemen-elemen senyum, salam, bertanya kabar, dan juga berhubungan dengan hal lain. Rekam prosedural adalah sekumpulan hubungan diantara syaraf dalam sebuah jaringan tindakan yang sebagiannya adalah hubungan otomatis. Salam dan sapaan secara nonverbal seperti anggukan kepala, senyum yang tulus, lambaian tangan, dan mempersilahkan duduk.

[4] Sumber: Wikipedia. 2011. http://id.wikipedia.org/wiki/Senyum. 16 Maret 2011. pukul 15:00 WIB

Senyum berfungsi sebagai rasa saling menghargai sesama manusia. *Skylift* salah satu wahana transportasi yang sudah lama berada di Taman Mini "Indonesia Indah" terus meningkatkan pelayanan dan membentuk identitas dari kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" yaitu senyum *skylift* melalui logo dalam bentuk pin yang disematkan di dada kanan pegawai kereta gantung *skylift* tanda gambar orang sedang tersenyum dan berbentuk bulat berwarna biru menandakan langit yang biru dan warna putih yang berarti bersih, serta warna cerah oranye yang berarti penuh semangat.

Gambar 1.1

Logo Dalam Bentuk Pin Senyum Skylift



Sumber: Skylift TMII, 2011

Setiap orang perlu senyum tanpa senyum orang tidak akan tertarik maka itulah senyum *skylift* akan memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan ketentraman bathin yang tidak terlupakan bagi setiap orang. Senyum *skylift* merupakan salah satu pelayanan dalam bentuk keramahan kepada pengunjungnya. Dalam berkomunikasi senyum merupakan suatu bentuk komunikasi nonverbal.

Oleh sebab itu, Mark Knapp (1978) menyebut bahwa penggunakan kode nonverbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

a. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*)
b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
d. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.

Dengan adanya senyum *skylift* sehingga akan merasakan keberadaan pengunjung, sehingga pengunjung semakin senang dengan pelayanan yang ditampilkan melalui senyum *skylift* bagian dari pelayanan yang kaya akan keramahan para pegawainya. Intinya senyum dapat melayani pengunjung sebaik-baikya. Pengunjung adalah faktor penting pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dimana karyawan kereta gantung *skylift* TMII benar-benar harus

memperhatikan apa saja kebutuhan dan faktor-faktor lainnya yang dapat membuat pengunjung merasa puas.

Perusahaan penyediaan atau penjual jasa meski harus lebih hati-hati karena ketika pelanggan kecewa dengan pelayanan yang diberikan maka untuk memberikan kepercayaan pengunjung sangat sulit dimana menyangkut keselamatan jiwa pengunjung, sehingga para karyawan memberikan pelayanan yang baik untuk meyakinkan pengunjung bahwa menaiki kereta gantung *skylift* aman dan nyaman tanpa perlu rasa takut.

Untuk itu diharapkan dengan adanya senyum *skylift* sebagai bentuk pelayanan dari salah satu sarana transportasi yang ada di Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) Jakarta, akan memberikan pelayanan yang dapat memuaskan masyarakat umumnya dan khususnya di kalangan internalnya sendiri, dan pelayanan perusahaan pun waktu demi waktu akan semakin ditingkatkan, agar keberadaan dan fungsi TMII sebagai tempat pariwisata di Indonesia semakin diminati untuk di kunjungi oleh masyarakat luas sebagai salah satu industri pariwisata Taman Mini “Indonesia Indah” mempunyai arti penting sebagai salah satu proyek untuk menggambarkan Indonesia yang lengkap dengan segala isinya dalam bentuk mini.

Bertitik tolak pada uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Pelayanan Kereta Gantung *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah Melalui Senyum *Skylift* Sebagai Identitas Barunya (Suatu Deskripsi Tentang Pelayanan Taman Mini "Indonesia Indah" Melalui Senyum Skylift Sebagai Identitas Baru Pelayanan Staf *Skylift* Pada Pengunjungnya), dari latar belakang penelitian diatas tersebut, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut: **"Bagaimana Pelayanan Kereta Gantung *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" Melalui Senyum *Skylift* Sebagai Identitas Baru Pelayanan Karyawan *Skylift* Pada Pengunjungnya?"**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah yang masih bersifat umum dan luas, maka agar penelitian ini memiliki alur pikir yang jelas dan terarah, maka disusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
2. Bagaimana pesan yang disampaikan karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
3. Bagaimana harapan Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
4. Bagaimana pelayanan oleh karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.
2. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.
3. Untuk mengetahui harapan Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.
4. Untuk mengetahui pelayanan oleh karyawan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan dapat memberikan suatu manfaat atau kegunaan yang dapat digunakan oleh masyarakat luas, adapun kegunaan yang dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian ini secara teoritis diharapkan berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, sedangkan kegunaan teoritis secara khusus diharapkan dapat meningkatkan pengembangan ilmu tentang bentuk pelayanan perusahaan kepada pengunjungnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian ini secara praktis, diharapkan dapat memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. Dan kegunaan secara praktis pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Kegunaan untuk peneliti

penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi sebuah pengetahuan dan pengalaman serta penerapan ilmu yang diperoleh dan menambah wawasan peneliti dalam bidang Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas, khususnya mengenai pelayanan kepada pengunjung.

b. Kegunaan untuk program studi

Penelitian ini diharapkan sebagai literature bagi mahasiswa Unikom secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, yang dapat dijadikan sebagai literature dan referensi tambahan terutama bagi yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

c. Kegunaan untuk perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan dalam perencanaan dan evaluasi bagi Kereta Gantung Skylift Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII) dalam memberikan pelayanan kepada pengunjungnya.

1.5 Kerangka Penelitian

1.5.1 Kerangka Teoritis

Penelitian ini didasari pada pemikiran kerangka teoritis, adapun fokus dari judul penelitian ini adalah pelayanan, pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

Seperti yang diungkapkan oleh Adrian Payne (2000), pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. Payne juga mengatakan bahwa pelayanan kepada pelanggan mengandung pengertian:

1. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
2. Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka
3. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan
4. Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan. (Tjiptono, 2001:219)

Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa seseorang dapat memberikan serangkaian kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Pelayanan yang baik berupa produk ataupun jasa memiliki andil yang sangat besar dalam memberikan kepuasan kepada pengunjung.

Dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung beberapa identifikasi masalah yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Adanya suatu kegiatan dimana perusahaan melakukan prosesnya seperti apa, untuk mencapai tujuan bukan hanya jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.
2. Kondisi yang harus dipenuhi adalah suatu pesan yang disampaikan kepada pengunjung, Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien, menarik dan meyakinkan (*convicing*).
3. Harapan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui pelayanannya kepada pengunjung.

Melalui pelayanan yang baik pengenalan suatu produk atau jasa akan berjalan dengan lancar. Acuan lima C dalam pelayanan, yaitu:

a. *Clean* : Bersih dalam pakaian dan penampilan.
b. *Careful* : Perhatian.
c. *Charming* : Mempesona atau simpatik.
d. *Cheer* : Menyambut dengan gembira, baik.
e. *Chummy* : Akrab. (Rahmayanty, 2010:119)

Pelayanan melalui identitas yang terwujud dalam perilaku perusahaan kepada publik hanya dapat diketahui oleh mereka yang mengalami kontak antarpribadi dengan perusahaan mayoritas dari publik membentuk persepsinya mengenai perusahaan melalui identitas visual perusahaan seperti logo, warna perusahaan, slogan, pelayanan dan lain-lain.[5]

Menurut M. Linggar Anggoro (2000:280) dalam bukunya Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia "Identitas perusahaan (*corporate identity*) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya". Bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Pelayanan haruslah seragam dan saling melengkapi. Komponen perilaku dan visual dari identitas mencakup banyak hal yang dapat berbeda antar perusahaan. komponen perusahaan seperti pelayanan yang baik kepada pengunjung agar pengunjung merasa puas.

Pelayanan yang di berikan karyawan kepada pengunjung memegang peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Terutama perusahaan yang

[5] Sumber: http://digital_124634-SK-Kom 001 2008 Man S-Sikap khalayak-Literatur.pdf/3 April 2011/pukul 14:30 WIB

bergerak dibidang pariwisata kontak antarpribadi yang terjadi merupakan hal terpenting yang perlu diperhatikan, karena menimbulkan persepsi pada setiap pengunjung, maka pengunjung dapat dipengaruhi dengan pelayanan seperti apa yang dimiliki perusahaan, maka tujuan yang diinginkan perusahaan akan tercapai.

Dalam pelayanan *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" memperhatika hal-hal berikut :

1. *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" memiliki suatu kegiatan untuk memberikan pelayanan senyum *skylift*, dimana perusahaan menyusun kegiatan yang dirancang untuk memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pengunjung.
2. *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" menyampaikan pesan yang menarik dan membedakan dengan wahana lainnya melalui program senyum *skylift*, dimana pesan yang ingin disampaikan yaitu berupa keramahan dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung.
3. Harapan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui idenya dengan menambahkan pelayanan senyum *skylift* sebagai identitas barunya untuk memuaskan dan memberikan kepercayaan kepada pengunjungnya.

Pelayanan yang diberikan Kereta Gantung *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" memiliki andil dan pengaruh yang sangat besar kepada pengunjung. Dapat dilihat bagimana pelayanan yang berasal dari karyawan kereta gantung *Skylift*

TMII diorganisasikan dan mempengaruhi respon pengunjung *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah". Terutama dalam pelayanannya karyawan skylift memperhatikan acuan lima C dalam pelayanan, yaitu:

a. *Clean* : pakaian seragam karyawan kereta gantung *skylift* yang bersih dengan warna oranye dan biru .
b. *Careful* : Perhatian yang diberikan karyawan kereta gantung *skylift* mengenai kebutuhan pengunjung
c. *Charming* : Karyawan *skylift* memberikan tampilan yang mempesona dan simpatik.
d. *Cheer* : Karyawan *skylift* menyambut dengan gembira, dan baik setiap pengunjung yang akan menggunakan jasa transportasi kereta gantung *skylift* .
e. *Chummy* : Akrab, dimana karyawan *skylift* memberikan keramahan kepada pengunjung.

1.6 Pertanyaan Penelitian

a. Pertanyaan Informan Utama

b. Apa kegiatan yang dilakukan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.

1. Apa kegiatan yang dilakukan pada pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
2. Apa tujuan yang hendak dicapai pada pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan skylift pada pengunjungnya?
3. Sejak kapan pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan skylift pada pengunjungnya di laksanakana?

b. Bagaimana pesan yang disampaikan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya

1. Seperti apakah isi pesan yang disampaikan pada pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?

2. Seperti apakah bentuk pesan yang disampaikan pada pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
3. Apakah senyum *skylift* merupakan pelayanan utama kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah"?
4. Apakah makna yang ingin diperoleh oleh kereta gantung *skyift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui pelayanan senyum *skylift* sebagai identitas barunya?

c. Bagaimana harapan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum skylift sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.
   1. Hal seperti apa yang diharapkan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya?
   2. Target apa yang ingin dicapai kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum *skylift* sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya
d. Bagaimana pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum skylift sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya.

1. Seperti apakah pelayanan yang diberikan karyawan skylift kepada pengunjungnya melalui senyum *skylift*?
2. Apakah pelayanan kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" melalui senyum skylift sebagai identitas baru pelayanan karyawan *skylift* pada pengunjungnya telah berperan dengan baik?
3. Apakah pelayanan senyum *skylift* melalui identitas baru sudah tepat bagi kereta gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah"?

b. Pertanyaan Informan Kunci

1. Sudah berapa kalikah anda mengunjungi TMII?
2. Sudah berapa kalikah anda menaiki kereta gantung *skylift* TMII?
3. Apa yang membuat anda tertarik menaiki kereta gantung *skylift* TMII?
4. Apa manfaat yang anda dapat dari menaiki kereta gantung *skylift* TMII?
5. Apakah anda mengetahui pelayanan *skylift* melalui senyum *skylift* sebagai identitas barunya?
6. Sudah tepatkah pelayanan yang di berikan oleh kereta gantung *skylift* melalui senyum *skylift* kepada pengunjung?
7. Apakah menurut anda karyawan *skylift* sudah cukup baik dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung?
8. Apakah menurut anda pelayanan yang sekarang diberikan karyawan *skylift* sudah bisa menjadi identitas baru, seperti apakah pelayanan yang diberikan menurut anda?

9. Bagaimana menurut anda fasilitas yang diberikan oleh *skylift* TMII?
10. Harapan seperti apa yang anda inginkan melalui pelayanan karyawan *skylift* TMII kepada pengunjung?
11. Apakah pesan yang disampaikan oleh karyawan *skylift* TMII bermanfaat bagi anda?
12. Apakah ada pesan atau masukan dari anda untuk kereta gantung *skylift* TMII?

1.7 Subyek dan Informan Penelitian

1.7.1 Subyek Penelitian

"Subyek penelitian adalah sesuatu baik makhluk hidup, benda ataupun lembaga (instansi), yang sifat dan keadaannya (atributnya) akan diteliti. Dengan kata lain subyek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian". (Tatang M : 2009). Subjek penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Kereta Gantung *Skylift* Taman Mini " Indonesia Indah" Jakarta.

1.7.2 Informan Penelitian

"Informan adalah seseorang yang mengetahui informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian". (Moleong : 90). Sedangkan menurut *Websters New Colleagiate Dictionary* seorang informan adalah "seorang pembaca asli yang berbicara dengan

mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model instansi atau sumber informasi". (Spradley,2006 : 36).

Informan dijadikan sumber informasi yang mengetahui tentang masalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti, dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti.

Tabel 1.1
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Nuki J.A Ariffin	General Manager *Skylift* TMII
2.	Rudy Hudiarto	Marketing *Skylift* TMII
3	Sonnie Mandey	Karyawan *Skylift* TMII

Sumber : analisis peneliti, 2011

Untuk melengkapi penelitian ini, peneliti menambahkan uji keabsahan data dengan pendekatan triangulasi data. Menurut Moleong dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif, "Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain". Teknik triangulasi data menurutut Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, penyidik dan teori.

Dalam penelitian ini pun terdapat *key* informan yaitu pengunjung Kereta Gantung *skylift* Taman Mini "Indonesia Indah".

Tabel 1.2
***Key* Informan**

No	Nama	Keterangan
1.	Ali Munajar	Karyawan
2.	Hamid	Mahasiswa
3	Mayang	Ibu Rumah Tangga

Sumber : analisis peneliti, 2011

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, metode penelitian dengan metode deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan Winarno Surachmad (1982 : 139) yang mengatakan:

> "Penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang yang mencakup berbagai teknik diantaranya adalah penyelidik yang menuturkan, menganalisis dan mengklasifikasikan penyelidik dengan teknik *survey*, *interview*, angket, observasi, studi kasus,

studi komparatif, studi waktu dan gerak, analisis kuantitatif, studi kooperatif atau operasional".

Jadi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif karena pada penelitian ini hanya bertujuan untuk melukiskan atau mendeskripsikan secara faktual dan cermat. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan pendekatan kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan bekemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Data-data yang dimaksud tersebut mungkin berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

Menurut Jane Richie, "Penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti". Kembali pada definisi di sini dikemukakan tentang peranan penting dari apa yang seharusnya diteliti yaitu konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat menghasilkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperlukan suatu teknik yang sesuai, dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara mendalam

   Menurut Lexy J. Moleong (2007) wawancara adalah “percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”. (Moleong 2007:186).

   Teknik ini digunakan untuk mendapatkan fakta dan data yang akurat mengenai Senyum *Skylift* Taman Mini “Indonesia Indah”. Teknik ini di lakukan dengan cara bertatap muka langsung dan tanya jawab langsung secara lisan. Yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu karyawan dan pengunjung Taman Mini “Indonesia Indah”, karena mereka ini yang merupakan sumber informasi dari Senyum *Skylift* Taman Mini “Indonesia Indah” sebagai bentuk identitas baru pelayanan kepada pengunjung.

2. Observasi atau pengamatan

   Adalah “Kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya”. (Bungin, 2005:133).

3. Dokumentasi

Catatan peristiwa yang sudah berlalu. “Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dpat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan”. (Moleong, 2000: 161).

4. Studi Pustaka

Yaitu suatu teknik yang menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, khususnya yaitu dengan membaca buku-buku, melihat kembali catatan perkuliahan dan bahan referensi lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. *Internet Searching* atau pencarian secara *online*

Merupakan “Pencarian dengan menggunakan komputer yang dilakukan melalui internet dengan alat atau *software* pencarian tertentu pada server-server yang tersambung dengan internet yang tersebar diberbagai penjuru dunia”. (Sarwono, 2005; 229).

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan secara online dengan mencari dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti. Diantaranya melalui alamat-alamat website seperti www.google.com, www.yahoo.com, www.geocities.com, dan lain-lain.

Dokumentasi sendiri ataupun yang didapatkan dari orang lain merupakan salah satu sumber pengumpulan data dimana sumber dokumentasi ini diperoleh dari beberapa data/dokumen, laporan, buku, surat kabar dan juga beberapa bacaan yang mendukung penelitian ini.

1.10 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif (Bogdan dan Biklen, 1982) adalah "Upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, mengorganisasikan data, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain".

Teknik analisis data dilakukan sepanjang proses penelitian sejak penelitian memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Tahap-tahap teknik analisis data diperlukan untuk memudahkan peneliti menganalisis data.

Tahap teknik analisis data, akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Penyeleksian Data

   Penyeleksian data yakni memilah data yang didapatkan untuk dijadikan sebagai bahan laporan penelitian. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dianggap relevan untuk dijadikan sebagai hasil laporan penelitian. Data yang diperoleh kemungkinan

tidak sejalan dengan tujuan penelitian sebelumnya, oleh karena itu penyeleksian data yang dianggap layak sangat dibutuhkan.

2. Klasifikasi Data

   Klasifikasi data yakni mengkategorikan data yang diperoleh berdasarkan bagian-bagian penelitian yang telah ditetapkan. Klasifikasi data ini dilakukan untuk memberikan batasan pembahasan dan berusaha untuk menyusun laporannya secara tersistematis menurut klasifikasinya. Klasifikasi ini juga membantu penulis dalam memberikan penjelasan secara lebih detail dan jelas.

3. Merumuskan hasil penelitian

   Semua data yang diperoleh kemudian dirumuskan menurut pengklasifikasian data yang telah ditentukan. Rumusan hasil penelitian ini memaparkan beragam hasil yang didapat di lapangan dan berusaha untuk menjelaskan dalam bentuk laporan yang terarah dan sistematik.

4. Menganalisis hasil penelitian

   Tahap yang terakhir adalah menganalisis hasil penelitian yang diperoleh dan berusaha membandingkannya dengan berbagai teori atau model atau penelitian sejenis lainnya dengan data yang diperoleh secara nyata di lapangan. Menganalisa hasil penelitian dilakukan untuk dapat memperoleh jawaban atas penelitian yang dilakuakan dan berusaha untuk membuahkan suatu kerangka pikir atau menguatkan yang ada.

Tahapan-tahapan analisis data di atas merupakan bagian yang tidak saling terpisahkan, sehingga saling berhubungan antara tahap yang satu dengan tahap

yang lain. Analisis dilakukan secara kontinyu dari awal sampai akhir penelitian, untuk mengetahui Pelayanan Kereta Gantung *Skylift* Taman Mini "Indonesia Indah" Melalui Senyum *Skylift* Sebagai Identitas Baru.

1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1 Lokasi Penelitian

Pada penelitian deskriptif mengenai senyum *skylift* ini, peneliti melakukan penelitian di Taman Mini "Indonesia Indah" Jln. Raya Taman Mini Pondok Gede Jakarta 13560. Telepon: 021-8409270-8409237-8409210-8409236, Fax: 021-8400709, Website: www.tamanmini.com

1.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari 2011 sampai dengan bulan Juli 2011, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Waktu Penelitian
2011

No	Kegiatan	Bulan																							
		Februari 2011				Maret 2011				April 2011				Mei 2011				Juni 2011				Juli 2011			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul																								
2.	Penulisan Bab I																								
	Bimbingan																								
3.	Seminar UP																								
4.	Penulisan Bab II																								
	Bimbingan																								
5.	Pengumpulan Data Lapangan																								
6.	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								

7.	Penulisan Bab IV																								
	Bimbingan																								
8.	Penulisan Bab V																								
	Bimbingan																								
9.	Penyusunan Skripsi																								
10.	Sidang kelulusan																								
11.	Revisi Skripsi																								

Sumber : Analisa Peneliti, 2011

1.12 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran penelitian ini secara sistematika, peneliti membagi susunan skripsi kedalam lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tinjauan permasalahan dari aspek teoritis, yaitu tinjauan tentang komunikasi, tinjauan tentang komunikasi organisasi, tinjauan tentang komunikasi non verbal, tinjauan tentang pelayanan, tinjauan tentang identitas, tinjauan tentang staf/ karyawan, tinjauan tentang pengunjung.

BAB III OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini peneliti memberikan gambaran tentang tempat peneliti melakukan penelitian, yaitu Taman Mini “Indonesia Indah”. Dimulai dari sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan gambaran tentang pelayanan TMII, *Skylift* TMII.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil dari wawancara dengan informan. Didalamnya berisikan data informan, analisis penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah dan juga peneliti memberikan saran-saran kepada perusahaan dan kepada peneliti selanjutnya.