BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) adalah miniatur yang secara utuh menggambarkan keanekaragaman budaya Indonesia dalam tampilan yang kecil tapi indah. Taman Mini “Indonesia Indah” sengaja dibuat sebagai wahana yang dapat mempresentasikan kebhinekaan Indonesia dan kekayaan khasanah budaya bangsa, dan sebagai sebuah kawasan objek wisata yang kaya akan budaya dan ilmu pengetahuan.

Pada dasarnya Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) merupakan sebuah proyek yang tumbuh dan semakin berkembang seiring kebutuhan masyarakat. TMII menyuguhkan berbagai pengenalan budaya yang ada di Indonesia, 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.

Adapun tujuan dari pembangunan Taman Mini “Indonesia Indah” ini untuk lebih meningkatkan pendidikan dan pengetahuan, memupuk rasa kebangsaan nasional bangsa Indonesia yang lebih baik. Untuk merealisasikan gagasan tersebut dilakukan dengan menyusun strategi-strategi dalam mencapai kepuasan pengunjungnya.

Selain itu, TMII menjadi sarana informasi dan pendidikan bagi generasi penerus, juga sebagai obyek wisata dengan berbagai fasilitas dengan berbagai pelayanan yang ada. Fasilitas pelayanan terus diperbaharui guna memenuhi kebutuhan pengunjung sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung merupakan suatu keharusan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang wisata.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan atau pengunjung. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang.[1]

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.

[1] Sumber : http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2 (diakses pada tanggal 18 April 2011, pukul 08.44 WIB)

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.[2]

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

Tujuan pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan yang diberikan kepada pengunjung tidak bertujuan mencari untung saja, tetapi bagaimana pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Maka dari itu pengunjung adalah faktor penting terlebih di perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Para pengunjung tidak hanya mengunjungi tempat wisata yang menjadi tujuannya, namun ada hal yang dapat dirasakan yakni puas atau tidaknya menikmati wisatanya tersebut. Dengan begitu setiap tempat wisata harus benar-benar memperhatikan apa saja kebutuhan dan faktor-faktor lainnya yang dapat memenuhi kepuasan pengunjungnya.

[2] Sumber : http://administrasidanmanajemen.blogspot.com/2009/01/pengertian-tujuan-dan-manfaat-pelayanan (diakses pada tanggal 18 April 2011,pukul 15.30 WIB)

Seiring dengan peningkatan pengunjung setiap tahunnya, fasilitas yang menunjang kepuasan pengunjung senantiasa diperbaharui dan ditingkatkan. Namun, sebelumnya beberapa keluhan pernah terjadi seperti, keluhan mengenai harga tiket yang dulu dianggap mahal dan keluhan tidak adannya fasilitas transportasi untuk pengunjung. Berkaca dari hal tersebut maka bidang informasi Taman Mini "Indonesia Indah" terus mencari cara bagaimana menciptakan suasana yang diinginkan oleh pengunjung. Sehingga pada akhirnya dioperasikan berbagai alat transportasi seperti mobil keliling, sepeda sewaan, bahkan sekarang ada pula sepeda motor sewaan. Dengan adanya mobil keliling diharapkan pengunjung akan merasa lebih terbantu untuk menikmati seluruh wahana wisata di TMII dengan waktu yang efisien. Selain itu peran supir mobil keliling bagi pengunjung bisa juga sebagai *guide* yang bertugas memberikan informasi dan siap melayani pengunjung.

Berbagai alat transportasi yang disediakan Taman Mini "Indonesia Indah" merupakan suatu bentuk upaya untuk memenuhi kebutuhan para pengunjungnya. Setelah pengunjung merasa nyaman maka akan muncul perasaan puas terhadap apa yang telah dirasakannya. Kepuasan pengunjung sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk penghargaan terhadap perusahaan.

Menurut John C Mowen Kepuasan adalah sikap seseorang dalam memberikan penilaian secara keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah melakukan pembelian atau pemakaian (Sarwono J, 2004 :1).

Kepuasan biasanya timbul setelah seseorang mencoba atau memakai suatu barang atau jasa. Kepuasaan adalah suatu bentuk perasaan yang akan timbul dengan sendirinya.

Kepuasan pengunjung merupakan fokus kegiatan yang harus di terapkan oleh perusahaan atau lembaga dalam era persaingan yang semakin ketat ini. Menurut Oliver (1997: 11), secara etimologi *satisfaction* berasal dari bahasa latin, yakni statis yang berarti cukup berkaitan dengan produk atau jasa yang dimiliki kemampuan untuk mencukupi.

Berdasarkan pengertian tersebut kepuasan merupakan tanggapan muncul setelah di penuhinya kebutuhan melalui suatu produk atau jasa yang menghasilkan *pleasure* (kenyamanan). *Pleasure* ini menunjukan bahwa pemenuhan tersebut meningkatkan rasa nyaman atau mengurangi rasa sakit.

Jika sudah terpenuhi kebutuhan pengunjung maka kemungkinan pengunjung akan merasa puas dan senang telah berwisata di TMII. Jadi kepuasan pengunjung merupakan fungsi dari apa yang dilihat sesuai dengan harapan, pelayanan suatu produk atau jasa sesuai dengan harapan pengunjung, maka pengunjung bisa saja merasa tidak puas. Sebaliknya jika pelayanan sesuai dengan harapan maka pengunjung akan merasa sangat puas.

Kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung itu berarti dampak dari pelayanan yang diberikan. Dalam memberikan pelayanan biasanya ada

hal-hal yang perlu diperhatikan atau bahkan ada strategi yang sudah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Untuk mencapai sasaran tersebut dan tercapainya tujuan perusahaan, diperlukan strategi. Menurut William F Lueck-Lawarence R Jauch :

> "Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi".[3]

Dan menurut Kenneth R Andrews mengenai strategi perusahaan dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa :

> "Strategi perusahaan adalah pola keputusan perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan". (Alma, 1992 : 2001)

Bidang promosi dalam sebuah perusahaan yang bergerak di industri pariwisata merancang strategi mereka ke masyarakat. Dan bidang promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melakukan suatu terobosan untuk mencapai kepuasan pengunjungnya salah satunya dengan pengadaan mobil keliling.

Mobil keliling adalah sarana transportasi yang diperuntukkan untuk pengunjung guna menikmati wisata di lingkungan Taman Mini "Indonesia

[3] Sumber : Website Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia (diakses pada tanggal 08 Maret 2011, pukul 09.32 WIB)

Indah". Dengan mobil keliling ini menjadi strategi bidang promosi dalam menjalankan misi Taman Mini "Indonesia Indah" sebagai wahana pelestarian, pengembangan, pengenalan, pelayanan dan informasi budaya bangsa. Maka mobil keliling ini menjadi salah satu bentuk pelayanan bagi pengunjungnya.

Gambar 1.1

Mobil Keliling



Sumber : Dokumentasi Penulis,2011

Mobil keliling dibuat semenarik mungkin agar pengunjung merasa nyaman dan ingin menggunakannya lagi. Terlebih lagi didukung dengan supir mobil keliling yang dapat memberikan informasi seputar Taman Mini "Indonesia Indah".

Demi mencapai tujuan dalam meningkatkan kepuasan para pengunjung, Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melakukan perencanaan dengan bertolak pada komunikasi pemasaran. Bidang Promosi Taman “Indonesia Indah” memperkenalkan mobil keliling kepada para pengunjung dan berharap dengan adanya mobil keliling kepuasan pengunjung akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menarik rumusan masalahnya sebagai berikut **“Bagaimana Strategi Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah diatas, maka disusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana **perencanaan** yang dilakukan Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
2. Bagaimana proses **pelaksanaan** Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
3. Bagaimana **pesan** yang disampaikan Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
4. Apa **harapan** Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
5. Bagaimana **strategi** Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan Strategi Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Dari berbagai permasalahan seperti yang terdapat pada identifikasi masalah tersebut di atas. Maka, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui **perencanaan** yang dilakukan Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.
2. Untuk mengetahui proses **pelaksanaan** Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.
3. Untuk mengetahui **pesan** yang disampaikan Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.
4. Untuk mengetahui apa **harapan** Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

5. Untuk mengetahui **strategi** Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi secara umum, sedangkan kegunaan teoritis secara khusus diharapkan dapat meningkatkan pengembangan ilmu mengenai Strategi Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian ini secara praktis, diharapkan bisa memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. 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 kosentrasi Humas, khususnya mengenai strategi bidang promosi.

b. Kegunaan untuk program studi

Penelitian ini diharapkan sebagai literatur bagi mahasiswa Unikom secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, yang dapat dijadikan sebagai literatur 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 Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” (TMII) dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1. Kerangka Teoritis

Dalam suatu perusahaan apapun yang berkaitan dengan pencapaian tujuan dan sasaran merupakan strategi yang selalu dibutuhkan dalam semua kegiatan. Secara sederhana, strategi merupakan pencapaian tujuan. Strategi terencana dan dapat tercermin dari tindakan-tindakan yang dilaksanakan, serta keputusan-keputusan yang dibuat oleh individu atau organisasi.

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan khusus, dengan menggunakan pesan dan media tertentu.[4]

Menurut Wheelen dan Hunger (1995) merumuskan strategi sebagai rencana yang komprehensif yang menyatakan bagaimana cara satu organisasi mencapai misi dan tujuannya.

Sedangkan menurut Djaslim Saladin yang dikutip dari William F. Glueck dan Lawarence Jauch mengartikan strategi sebagai berikut :

> "Sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi". (Saladin, 2004 : 1)

[4] Sumber : www.kamusbahasaindonesiaonline.com (diakses pada tanggal 13 Maret 2011,pukul 20.07 WIB)

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam strategi perusahaan terdapat beberapa identifikasi masalah yang perlu diperhatikan., yaitu :

1. Adanya suatu **perencanaan** dimana perusahaan menyusun rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan bukan hanya tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

2. Untuk menyusun suatu strategi **proses pelaksanaan** yang dilakukan seperti apa, apa **pesan** yang ingin disampaikan kepada pengunjung, serta **harapan** apa yang ingin dicapai.

3. **Strategi** harus dirancang melalui langkah-langkah yang tepat. Agar strategi yang telah tersusun dapat terlaksana dengan baik.

Strategi sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Menurut pendapat Onong bahwa “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya”. (Effendy, 2000 : 29)

Gronroos dalam Ratminto dkk (2006: 2) menjelaskan bahwa pelayanan adalah usaha aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan pengertian pelayanan bahwa "pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Sedangkan pengertians ervi dalam Oxford (2000) didefinisikan sebagai "*a system that provides something that the public needs, organized by the government or a private company*". Oleh karenanya, pelayanan berfungsi sebagai sebuah sistem yang menyediakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.[5]

Melalui pelayanan yang baik pengenalan suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan ke masyarakat akan berjalan lancar, sehingga dapat membangun komunikasi pemasaran melalui strategi bidang promosi yang diharapkan dapat menciptakan suatu hubungan komunikasi yang efektif dalam rangka mengkomunikasikan produk atau jasa kepada konsumen.

[5] http ://www.KamusBesarBahasaIndonesia.ac.id/(Tanggal 27 Maret 2011, Pukul 20:10 WIB)

Dengan menciptakan suatu hubungan yang baik seperti bentuk pelayanan kepada pengunjung dan dapat mengkomunikasikan informasi kepada pengunjung dengan baik, maka pengunjung akan bisa menilai dan mengevaluasi apakah mereka sudah merasa puas atau tidak.

Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami oleh konsumen atau pengunjung setelah membandingkan antara persepsi terhadap produk atau jasa yang tidak sesuai dengan harapan-harapannya.

Dalam setiap perusahaan kepuasan pengunjung atau konsumen adalah hal yang paling penting guna menunjang citra perusahaan. Kepuasan timbul karena adanya perasaan yang nyaman dengan suatu produk atau jasa bahwa kebutuhan dan keinginan pengunjung atau konsumen dapat terpenuhi dengan baik.

1.5.2. Kerangka Konseptual

Proses strategi bidang promosi, khususnya dalam kepuasan pengunjung yaitu melalui mobil keliling dipandang sebagai rantai komunikasi perusahaan yaitu Taman Mini “Indonesia Indah” dengan pengunjung, dalam hal ini Taman Mini “Indonesia Indah” harus mampu menyampaikan informasi melalui mobil keliling kepada para pengunjungnya secara tepat dan jelas agar menimbulkan ketertarikan pengunjung untuk menggunakan mobil keliling sebagai bentuk pelayanan yang ada di Taman Mini “Indonesia Indah”.

Jika dikaitkan dengan strategi bidang promosi Taman Mini “Indonesia Indah” maka ada beberapa hal yang dapat ditarik dari pengertian strategi, yaitu :

1. Adanya suatu **perencanaan** dari Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” dimana perusahaan menyusun rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan bukan hanya tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Bidang Promosi menyusun rencana dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya melalui mobil keliling.

2. Bidang Promosi menyusun suatu **proses pelaksanaan** yang berkaitan dengan mobil keliling,

3. **Pesan** yang ingin disampaikan kepada pengunjung yaitu agar pengunjung mengetahui bahwa Taman Mini “Indonesia Indah”

mempunyai beberapa fasilitas transportasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung salah satunya dengan mobil keliling.

4. Serta **harapan** yang ingin dicapai oleh Bidang Promosi TMII melalui mobil keliling adalah untuk dapat memuaskan pengunjung dan memberikan rasa nyaman kepada para pengunjung.

5. Bidang Promosi merancang **Strategi** melalui langkah-langkah yang tepat. Agar strategi yang telah tersusun dapat terlaksana dengan baik.

Salah satu strategi bidang promosi dalam meningkatkan kepuasan pengunjung yaitu dengan adanya fasilitas pelayanan dari mobil keliling. Dengan perencanaan yang telah disusun sedemikian rupa hingga hasilnya bidang promosi melakukan terobosan untuk menyediakan mobil keliling yang akan bermanfaat bagi para pengunjung. Proses pelaksanaan, pembuatan atau perancangan mobil keliling juga cukup memakan waktu karena mobil keliling adalah alat transportasi yang memang harus benar-benar diperhatikan kenyamanan dan kelayakannya, agar pengunjung merasa nyaman dan senang menggunakan mobil keliling.

Melalui mobil keliling ini bidang promosi berharap agar masyarakat terbantu dengan adanya fasilitas pelayanan jasa, karena seperti yang kita ketahui bahwa Taman Mini “Indonesia Indah” memiliki lokasi wilayah yang cukup luas, jadi setidaknya pengunjung dapat

menggunakan fasilitas yang ada seperti mobil keliling. Sehingga pengunjung tidak perlu bersusah payah jalan kaki mengelilingi Taman Mini “Indonesia Indah”

Dengan digunakannya mobil keliling, proses evaluasi dari pengunjung belum berakhir karena pengunjung akan melakukan evaluasi pasca penggunaan. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah pengunjung merasa puas atau tidak atas keputusannya menggunakan mobil keliling. Seandainya pengunjung merasa puas maka kemungkinan untuk menggunakan mobil keliling itu akan kembali terjadi. Sementara itu jika konsumen tidak merasa puas maka kemungkinan pengunjung akan berpikir kembali untuk menggunakan mobil keliling.

Ketertarikan pengunjung didalam menggunakan mobil keliling mampu memberikan pengaruh yang cukup besar kepada Taman Mini “Indonesia Indah” khususnya kepada bidang promosi. Bidang promosi harus benar-benar menata strategi dalam menarik perhatian pengunjung untuk menggunakan mobil keliling. Serta bagaimana strategi bidang promosi Taman Mini “Indonesia Indah” dalam meningkatkan kepuasaan pengunjung melalui mobil keliling yang ada.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah hasil dari evaluasi pasca penggunaan atau kunjungan kedaerah pariwisata. Kepuasan pengunjung sangatlah berperan penting dalam peningkatan aspek pariwisata

tersebut. Karena pengunjung yang merasa puas, ada kemungkinan besar mereka akan datang kembali ke daerah pariwisata tersebut. Maka tidak diragukan lagi bahwa kepuasan pengunjung sangatlah penting .

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa pelayanan yang dilakukan dapat memudahkan atau membantu pengunjung dalam aktivitas berwisata di Taman Mini “Indonesia Indah” . Bidang promosi berharap apabila pengunjung puas dengan pelayanan dari mobil keliling maka akan tercipta hubungan yang lebih baik dengan pengunjung.

Penerapan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung atau perlanggan pada dasarnya mempunyai manfaat sebagai berikut:

a. Dapat menciptakan komunikasi yang positif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat dan pelanggan atau pengunjung.
b. Dapat mendorong bangkitnya rasa simpatik dan loyalitas dari masyarakat dan pelanggan atau pengunjung.
c. Dapat membentuk opini publik yang positif, sehingga menguntungkan bagi kemajuan perusahaan.
d. Dapat menimbulkan profitabilitas perusahaan, sehingga mendorong dihasilkan produk atau jasa baru yang lebih berkualitas.
e. Dapat membina hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat dan pelanggan atau pengunjung.

Dalam melakukan pelayanan, inisiatif berkomunikasi dapat berasal dari perusahaan maupun dari konsumen atau pengunjung. Model pertukaran tersebut menunjukan gambaran tentang proses komunikasi pemasaran, mereka berusaha mengadakan pertukaran informasi dan menggunakan persuasi untuk menciptakan hubungan yang saling memuaskan satu sama lain.

Pelayanan yang dilakukan kepada pengunjung memegang peran yang sangat penting dalam pengoperasian mobil keliling karena jika pengunjung merasa terpenuhi kebutuhan akan berwisata melalui mobil keliling maka secara otomatis pengunjung juga akan merasa nyaman dengan fasilitas yang ada dalam mobil keliling tersebut. Selain itu diharapkan mobil keliling dapat menggugah minat semua orang yang menjadi target sasaran seperti pengunjung menjadi tergerak untuk mau mencoba menggunakan mobil keliling. Menarik minat pengunjung harus dilakukan strategi yang terencana dengan strategi promosi yang terencana dengan baik dimana meliputi penggunaan teknik dan media komunikasi yang tepat maka informasi dan pengaruh yang diinginkan dari pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan tercapai.

Taman Mini “Indonesia Indah” memperkenalkan mobil keliling kepada para pengunjung guna menambah jasa pelayanan yang ada, dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Bidang promosi Taman Mini “Indonesia Indah” menjadikan mobil keliling sebagai sarana guna

menunjang permintaan serta kebutuhan pengunjung akan fasilitas yang ada di Taman Mini “Indonesia Indah”. Dengan mobil keliling berharap pengunjung akan merasa lebih puas setelah berwisata di Taman Mini “Indonesia Indah” dan ada keinginan untuk kembali berkunjung ke Taman Mini “Indonesia Indah”.

1.6 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana **perencanaan** yang dilakukan Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam kepuasan pengunjungnya?
    a. Siapa yang menjadi sasaran oleh Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
    b. Apakah tujuan yang ingin dicapai oleh Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
2. Bagaimana proses **pelaksanaan** yang dilakukan Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
    a. Sejak kapan mulai dipergunakannya mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?

b. Dalam pengoperasian mobil keliling kegiatan apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung?
c. Rute mana saja yang dilalui oleh mobil keliling?
d. Dalam setiap harinya berapa lamakah mobil keliling dipergunakan?

3. Bagaimana **pesan** yang disampaikan Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
    a. Apa pesan yang ingin disampaikan oleh Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
    b. Bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
4. Apa **harapan** Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?
    a. Apa yang ingin dicapai Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?

b. Apa target dari Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling?
c. Sikap yang seperti apa yang diharapkan Bidang Promosi dengan adanya mobil keliling dalam meningkatkan kepuasan pengunjung?

5. Bagaimana **strategi** Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah” melalui mobil keliling sebagai bentuk pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya?

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif menurut Bogdan dan Taylor merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskripsi yang berupa kata-kata tertulis atau lisan yang didasari oleh orang atau perilaku yang diamati.

Sedangkan metode yang dipakai adalah metode deskriptif. Menurut Ruslan (2004) yang mengemukakan bahwa “dalam penelitian deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik (ciri-ciri), individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian relative sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu” .

Dalam perumusan yang bersifat deskriptif, masalah yang di survey hanya satu variabel saja. pertanyaannya baisanya diawali dengan kalimat seperti, seberapa jauh, bagaimana tingkat, berapa persen dsb.

Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksud untuk menjelaskan. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks (Nasution, 1992 :3).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2004:25), penelitian deskriptif bertujuan untuk :

a. Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala-gejala yang ada

b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku

c. Membuat perbandingan atau evaluasi

d. Menentukan apa yang dihadapi orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang

1.8 Subyek dan Informan Penelitian

1.8.1. Subyek Penelitian

Subjek Penelitian adalah sesuatu baik mahkluk hidup, benda ataupun lembaga (instansi), yang sifat dan keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain, subjek penelitian adalah sesuatu yang ada di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian (Tatang M : 2009). Subyek dalam penelitian ini adalah karyawan Bidang Promosi Taman Mini “Indonesia Indah”.

1.8.2. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang ada pada latar penelitian, informan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi seorang informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong :90). Lain halnya menurut *Webster.s new colleagiate Dictiory* yang mengatakan bahwa, " Informan adalah seorang pembaca asli yang berbicara mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model instansi atau sumber informasi". (Spradley, 2006 :36) Jadi memilih informan harus benar-benar tepat agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan benar. Dan dapat membantu memberikan informasi yang akurat.

Tabel 1.1

Data Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Tomo Gunawan Wibisono S.sos	Ass. Manajer Komunikasi Promosi
2	Sandiman	Karyawan Bidang Promosi
3	Adi Rahmat	Supir Mobil Keliling

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.

Penelitian ini juga akan menggunakan informan kunci. Informan kunci dalam penelitian ini ialah para pengunjung Taman Mini "Indonesia Indah" yang telah menggunakan mobil keliling. Pengunjung yang telah menggunakan mobil keliling diharapkan mampu memberikan pernyataan yang objektif seputar mobil keliling.

Tabel 1.2

Data Informan Kunci

No	Nama	Asal Kota
1	**Ibu Mariana**	**Cikarang**
2	**Ibu Lili**	**Semarang**
3	**Ibu Sulistia**	**Tanggerang**

Sumber : analisis peneliti, 2011

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam

Menurut Baskin Et Al (1997) wawancara bisa menjadi cara yang berhasil untuk memperoleh informasi dari public. Pewawancara yang terampil dapat diperoleh informasi yang sulit dilakukan oleh pewawancara biasa (sukarela). Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dimana peneliti menanyakan secara langsung kepada responden mengenai pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian dan mencatat hasil jawaban responden.

"Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancara dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara". (Bungin, 2001 :133)

Wawancara juga dimaksudkan untuk memudahkan dalam proses pengumpulan informasi yang selanjutnya akan dikaji mengenai permasalahan yang diangkat langsung dari informan yang dianggap menguasai permasalahan tersebut. Dalam wawancara mengacu kepada pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan tidak menutup kemungkinan terdapat pertanyaan tambahan seiring pembicaraan dalam wawancara tersebut yang berkembang dan menarik untuk dijadikan informasi tambahan untuk menguatkan data guna hasil penelitian yang maksimal.

2. Studi Kepustakaan

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat referensi buku serta pokok-pokok pikiran yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

3. Observasi

Yaitu peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang sedang diteliti (Susan Stainback : 1998).

4. Internet *Searching*

Adalah salah satu fasilitas internet yang dijalankan melalui browser untuk mencari informasi yang kita inginkan. Internet searching menampung database situs-situs dari seluruh dunia yang jumlahnya milyaran halaman web, cukup dengan memasukan keyword maka internet searching akan menampilkan beberapa link yang dicari.

5. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, atau karya tulis monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data, karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data

yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untu meramalkan. (Moleong 2007 : 216-217)

1.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi),

Teknik analisis data dilakukan sepanjang proses penelitian, sejak penelitian memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Analisis kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam mapun observasi (Kriyantono, 2006 : 192).

Setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah 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 menjelaskannya dalam bentuk laporan yang terarah dan sistematis.

4. Menganalisa hasil penelitian

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

1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Taman Mini "Indonesia Indah", Jln. Raya Taman Mini Pondok Gede Jakarta 13560. Telepon : 021-8409270-8409210-84099236, Fax : 021-8400709, Website : www.tamanmini.com.

1.11.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2011 sampai dengan bulan Juni 2011.

Tabel 1.3

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																					
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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 : Analisis Peneliti, 2011

1.12 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran penelitian ini secara sistematika, peneliti membagi susunan sripsi 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 pemasaran, tinjauan tentang strategi, tinjauan tentang pelayanan, dan tinjuan tentang kepuasan pengunjung.

BAB III OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti memberikan gambaran tentang tempat peneliti melakukan penelitian, yaitu di Taman Mini “Indonesia Indah”. Di mulai dari sejarah perusahaan, struktur organisasi, *jobdeskription* dan gambaran tentang mobil keliling TMII.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil 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.