

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam sebuah perusahaan fungsi humas memiliki peran yang sangat penting sebagai jembatan penyambung informasi perusahaan dengan publik. Kegiatan-kegiatan umum yang dilakukan oleh humas seperti publikasi serta ikatan media ditunjukan pada kenaikan dorongan, dukungan, serta partisipasi publik dalam wujud fasilitas, prasarana, tenaga, serta dana, buat mempermudah pencapaian tujuan organisasi. Humas sebaiknya mengaitkan publik untuk dapat menyelesaikan bermacam permasalahan yang dialami oleh organisasi.

Humas juga meningkatkan serta menciptakan citra baik untuk organisasi juga untuk para pimpinan ataupun stakeholder dengan tujuan dapat terciptanya ikatan yang baik antara publik internal dengan publik eksternal. Bagi ahli humas, Frank Jefkins, tugas pokok serta guna humas terpaut dengan manajemen krisis, penerbitan, pencitraan, serta permasalahan keuangan. Seluruh organisasi tentu sempat hadapi masa sulit selama berjalannya organisasi tersebut, sehingga diperlukan persiapan untuk mengantisipasi masalah tersebut. Divisi humas memiliki fungsi sebagai manajemen krisis dalam sebuah organisasi yang akan langsung berhubungan dengan khalayak atau masyarakat.

Humas juga bertugas menghasilkan bukti diri industri. Ini merupakan tugas yang penting karena berkaitan dengan seluruh aspek organisasi secara totalitas serta ialah bagian sangat berarti dari seluruh tipe komunikasi dalam organisasi. Organisasi juga memerlukan divisi humas yang spesial beraktifitas pada bidang keuangan serta

operasional bisnis dalam suatu industri. Kegiatan tersebut dicoba buat menunjang rencana industri klien supaya ikut dan di bursa saham ataupun membagikan sokongan dikala membuat laporan keuangan tahunan.

Dari uraian diatas humas memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan. Namun hal unik ditemukan di perusahaan Yoori Naratama Media dimana tidak ada divisi khusus humas, namun tugas dan fungsi humas tetap berjalan. Perusahaan ritel berbasis online ini merupakan perusahaan *startup* yang memulai bisnisnya pada tahun 2017, pada perusahaan ini fungsi atau tugas humas dikerjakan oleh seorang *leader* dimana tugas dan fungsi utama *leader* yaitu memimpin suatu divisi sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Sebelum memilih Yoori Naratama Media peneliti telah melakukan reseach kebeberapa perusahaan dan mengajukan izin penelitian, namun dari beberapa perusahaan yang peneliti datangi tidak memberikan perizinan untuk penelitian lebih lanjut terutama mengenai divisi humas dari perusahaan tersebut, perusahaan yang mengizinkan diberlakukannya penelitian mendalam yaitu Yoori Naratama Media selain memberikan izin dalam penelitian ini, peneliti juga telah menemukan keunikan kasus yang terjadi di Yoori Naratama Media karena sebelumnya peneliti juga melakukan kegiatan magang di Yoori Naratama Media, data yang diperoleh peneliti ini valid karena telah dikonfirmasi kepada atasan saat peneliti melakukan kegiatan magang.

Seorang *leader* pada perusahaan ini merangkap fungsi sebagai humas dikarenakan tidak ada divisi khusus humas pada perusahaan tersebut. *Leader* pada perusahaan ini berada di divisi *sales* dan pelayanan dimana tugas atau fungsi utamanya adalah menaungi

customer service. *Leader* Yoori Naratama Media memiliki tugas dan fungsi utama pada divisi *sales* dan pelayanan. Dimana divisi ini merupakan divisi penting yang langsung berhubungan pembeli sehingga memerlukan pengarahan yang baik sehingga menciptakan kinerja yang maksimal.

Tugas *leader customer service* Yoori Naratama Media yang pertama sebagai pembimbing dan pengawas kinerja *customer service* Yoori Naratama Media agar mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. *Leader* harus dapat membimbing *customer service* agar mendapatkan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan, juga mengawasi kinerja *customer service* agar sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang telah ditetapkan perusahaan.

Kedua *leader* harus mengkonsolidasi data *customer service*, rincian tugasnya yaitu, *leader* diwajibkan untuk membuat laporan *leads* closing harian tim yang dilaporkan di telegram chanel report per closingan setiap hari senin-jumat jam maksimal jam 17.00 dan setiap hari sabtu maksimal jam 12.00 serta membuat laporan *leads* closing bulanan tim sesuai pembagian nya. *Leader* diwajibkan mencocokkan data *leads* yang dilaporkan *customer service* di absen google form dengan data real dari gmail dan data closing yang dilaporkan *customer service* di absen google form dengan data real dari web input setiap hari nya di sore hari.

Ketiga melakukan *controlling* kinerja *customer service* yaitu, memeriksa data *leads* dan closing apakah perhitungan dan pelaporan yang dilakukan sudah sesuai aturan yang berlaku, memeriksa data *leads* invalid apakah *leads* tersebut sudah terbukti tidak terhubung ke pembeli sama sekali, memeriksa data *leads* double apakah *leads* tersebut

sudah terbukti masuk gmail dua kali atau lebih, memeriksa cara penginputan orderan ke web input *leader* memastikan *customer service* mengikuti aturan input order dengan baik dan benar.

Memeriksa kelengkapan report *customer service*, *leader* memastikan bahwa *customer service* tidak melewati tahapan report dari mulai *follow up* gmail, *screenshot* chat persetujuan pembeli, sampai input orderan ke aplikasi. *Leader* memastikan bahwa setiap *customer service* di tim nya sudah melakukan *follow up* tombol di web input dengan tertib. *Leader* memastikan bahwa setiap *customer service* di tim nya sudah melakukan input orderan di aplikasi sesuai aturan web input. *Leader* memastikan bahwa setiap customer di tim nya sudah melayani pembeli dengan bahasa yang baik, sopan dan jelas serta tidak memaksakan

Keempat melakukan evaluasi berkala kepada *customer service*, *leader* diwajibkan untuk melakukan evaluasi kinerja dan performa CR (*closing rate*) anggota tim nya secara berkala, dengan strategi yang telah dibuat *leader* ataupun SPV (*supervisor*), dan membuat hasil laporan evaluasi tersebut kepada SPV. Kelima merekap data izin dan cuti *customer service*. *Leader* menerima pengajuan cuti dari setiap *customer service* anggota tim nya dan mengajukan nya ke SPV dalam laporan cuti, wewenang *approval* cuti berada di SPV dengan pertimbangan dari *leader*. *Leader* harus memastikan bahwa setiap jadwal cuti yang sudah berstatus *approval* tidak bertabrakan antara customer servic. *Leader* harus memastikan bahwa *customer service* tidak melakukan pengajuan cuti lebih dari dua hari dalam sebulan/waktu yang berturut-turut.

Dalam menjalankan semua tugas utama *leader* ini, *leader customer service* di Yoori Naratama Media pun sekaligus menjalankan fungsi atau tugas humas. Pertama *leader customer service* harus dapat menciptakan kesan atau image yang baik terhadap perusahaan atau produk yang dijual oleh *customer service* kepada publik. Kedua *leader* juga harus memberikan pengertian dan pengetahuan kepada *customer service* bagaimana cara memulai atau menjalin komunikasi yang baik dengan pembeli, *leader* memberikan pengetahuan tentang bagaimana kondisi pasar saat ini dan pengertian tentang cara cara *customer service* berkomunikasi dengan pembeli sehingga pembeli dapat mudah mengerti dengan penjelasan yang diberikan oleh *customer service*.

Ketiga tugas humas yang dijalankan oleh *leader customer service* Yoori Naratama Media yaitu, menyusun cara atau membuat strategi untuk menciptakan ketertarikan publik terhadap produk yang ditawarkan oleh *customer service* Yoori Naratama Media, juga menciptakan citra baik perusahaan dimata publik dimana dengan menciptakan citra baik terhadap perusahaan, akan menimbulkan rasa kepercayaan publik terhadap perusahaan. Keempat tugas humas selanjutnya yang dikerjakan oleh *leader customer service* adalah manajemen konflik yang terjadi khususnya di divisi *sales*. *leader customer service* harus dapat menangani konflik yang terjadi baik konflik internal (yang berhubungan dengan perusahaan), maupun konflik eksternal (yang berhubungan dengan publik atau pembeli). *Leader* di Yoori Naratama Media harus bisa cepat tanggap memahami konflik yang terjadi dan harus segera memikirkan solusi apa yang dapat diambil untuk dapat menangani konflik yang terjadi.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai *leader* yang merangkap menjadi humas, *leader customer service* Yoori Naratama Media tentunya harus membagi fokus

kerja terhadap keduanya, dimana baik tugas *leader* maupun tugas humas harus berjalan. Dengan banyaknya jobdesk yang dikerjakan oleh *leader customer service* Yoori Naratama Media ini membuat satu poin penting terlewatkan, point ini tidak kalah penting dengan point point lainnya, point tersebut merupakan kepuasan pelanggan. Seringkali dalam manajemen konflik yang dilakukan oleh *leader customer service*, *leader* menemukan kasus yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang menurun.

Menurunnya tingkat kepuasan pelanggan tersebut bisa terjadi karena berbagai faktor, menurut wawancara yang dilakukan dengan *leader customer service* Yoori Naratama Media dalam jarak waktu satu bulan dapat ditemukan tiga sampai empat keluhan mengenai kepuasan pelanggan. Setelah melakukan wawancara yang mendalam, dengan banyaknya jobdesk yang dikerjakan oleh *leader customer service* Yoori Naratama Media membuat *leader customer service* kewalahan dan tidak maksimal ketika mengerjakan serangkaian jobdesk yang telah disebutkan sebelumnya.

Permasalahan yang terlihat dengan jelas adalah menumpuknya beban *leader* karena peran ganda tersebut, yang menyebabkan kinerja *leader* tidak maksimal karena tidak bisa melaksanakan semua jobdesk pekerjaannya. Permasalahan yang ingin penulis angkat dalam skripsi ini adalah bagaimana caranya *leader customer service* Yoori Naratama Media yang menjalankan tugas dan fungsi humas dalam menyusun strategi humas agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fenomena yang terjadi pada *leader customer service* Yoori Naratama Media ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat tugas dan fungsi seorang *leader* dan humas berbeda. Baik *leader* maupun humas memiliki target

pencapaian yang berbeda, sehingga ketika fungsi *leader* dan humas berada dalam satu jabatan menjadikan kinerjanya kurang maksimal, terbukti dengan menurunnya kepuasan pelanggan yang terjadi dikarenakan kurangnya pengawasan *leader* terhadap pelayanan yang diberikan kepada pembeli, yang mengakibatkan pembeli dapat memberikan nilai buruk terhadap perusahaan, karena gagal memenuhi ekspektasi pembeli terbukti dengan tidak puasanya pembeli baik dengan pelayanan *customer service* maupun terkait produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Masalah disini dapat dikategorikan menjadi dua yaitu masalah internal dan masalah eksternal. Masalah internal merupakan masalah yang terjadi didalam perusahaan yang membuat menurunnya kepuasan pelanggan. Masalah internal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan ini terkait dengan bagaimana pelayanan *customer service* terhadap pembeli. Contoh dari masalah internal terkait pelayanan yang membuat pembeli merasa tidak puas diantaranya, lamanya *customer service* dalam merespon pesan pembeli sehingga membuat pembeli lama menunggu balasan, kurangnya penjelasan *customer service* dalam menjelaskan detail produk yang dibeli oleh pembeli, bahasa yang digunakan oleh *customer service* sulit dimengerti oleh pembeli karena menggunakan istilah-istilah asing yang tidak dipahami pembeli, sikap *customer service* tidak ramah kepada pembeli sehingga membuat pembeli tidak nyaman saat berbelanja.

Sedangkan masalah eksternal merupakan masalah yang timbul diluar perusahaan atau bukan disebabkan oleh perusahaan, namun berdampak terhadap menurunnya kepuasan pelanggan. Masalah eksternal tersebut yaitu, Pembeli yang membeli produk dengan tidak banyak bertanya, namun saat barang sampai melakukan komplain dengan alasan barang yang dipesan tidak sesuai, pembeli yang tidak melakukan komplain kepada

perusahaan namun langsung memberikan nilai buruk terhadap perusahaan, sehingga membuat perusahaan memiliki rating yang buruk. Meskipun terlihat sedikit namun kesalahan eksternal ini lebih sering terjadi dan sangat berdampak bagi perusahaan.

Karena permasalahan tadi penting seorang humas memiliki strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagaimana caranya membuat strategi yang bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan tetap mengerjakan tugas utamanya seorang *leader*. Hal ini merupakan fenomena yang unik dan perlu diteliti lebih dalam sehingga menghasilkan dapat menghasilkan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi *Leader* Yang Menjalankan Fungsi Humas Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Yoori Naratama Media ? ”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Rumusan masalah, yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Apa strategi *leader* dalam menjalankan fungsi humas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media?
2. Bagaimana strategi *leader* dalam menjalankan fungsi humas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media?

3. Mengapa *leader* perlu menjalankan fungsi humas sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan identifikasi masalah diatas tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apa strategi *leader* yang menjalankan fungsi humas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi *leader* yang menjalankan fungsi humas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media
3. Untuk mengetahui mengapa *leader* perlu menjalankan fungsi humas sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Yoori Naratama Media

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu komunikasi, khususnya pada bidang humas untuk menciptakan strategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam sebuah perusahaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi perusahaan khususnya *leader* untuk mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi

Lokasi penelitian dilakukan di kantor Yoori Naratama Media yang berlokasi di Jl. Atletik IV No V Kel. Sukamiskin Kec. Arcamanik Kota Bandung Jawa Barat. Lokasi ini dipilih peneliti karena menjadi kantor utama penugasan *leader* di Yoori

Naratama Media. Lokasinya cukup strategis dekat dengan Jl. Raya juga mudah ditemukan di google maps, sehingga memudahkan proses pencariannya.

Awal mula peneliti memilih tempat ini untuk penelitian karena sebelumnya peneliti telah melakukan kegiatan magang di perusahaan ini, selama peneliti melakukan kegiatan magang peneliti menemukan fenomena unik yaitu tidak adanya divisi humas khusus di perusahaan namun fungsinya tetap dijalankan, sehingga membuat peneliti ingin mencari tahu lebih jauh tentang bagaimana penerapan humas di perusahaan ini tanpa adanya divisi khusus humas.

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan Januari 2022.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

(Sumber:diolah oleh peneliti)

Kegiatan	Bulan				
	OKT	NOV	DES	JAN	FEB
Pengajuan Judul					
Penyusunan Proposal Penelitian					
Pengumpulan Data (Wawancara, Dokumentasi, Studi Litelatur)					
Analisis dan Pengolahan Data					
Penyusunan Laporan Akhir					