

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat banyak perubahan dalam menjalani kehidupan. Dalam menjalankan proses kehidupan manusia membutuhkan komunikasi dalam bertahan hidup. Komunikasi sekarang telah banyak mengalami perubahan baik dari media yang digunakan hingga segi komunikasi. Adapun Perkembangan teknologi komunikasi saat ini berkembang begitu sangat pesat. Hal ini ditandai dengan hadirnya teknologi berupa internet. Dengan adanya perkembangan teknologi berupa internet saat ini tentunya sudah menjadikan hal tersebut menjadi kebutuhan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhannya di dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya teknologi berupa internet manusia bisa mendapatkan berbagai macam informasi, berkomunikasi dengan mudah dan hal-hal lainnya yang dapat menunjang kehidupannya sehari-hari. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat terlepas dari pengaruh manusia lain. Maka dari itu adanya teknologi internet mempermudah manusia berhubungan dengan satu dengan yang lainnya.

Bentrokan dapat terjalin bila tidak dikomunikasikan dengan baik. permasalahan yang timbul pada komunikasi sebagian besar sebab komunikasi susah menguasai catatan yang di informasikan oleh komunikator. Disisi lain, pada saat cara komunikasi berjalan dengan baik

sehingga berpengaruh efisien serta efektifitas dari komunikasi yang di informasikan. alhasil misi dari komunikasi itu sukses dicoba. Sehingga memunculkan persoalan pokok mengenai gimana membina komunikasi yang rukun.

Dalam berbisnis komunikasi merupakan hal yang penting untuk menjalankan bisnis agar tetap stabil dan bertahan disetiap tantangan, karena setiap perpindahan informasi dalam bisnis itu merupakan hal yang penting. Salah satu perihal yang penting dalam dunia bisnis merupakan menjaga dan memelihara hubungan baik dengan klien, suatu ikatan merupakan cara interaksi konsisten antar pihak. Ikatan hubungan baik tidak serta merta antara pendamping serta keluarga namun pula antara industri serta pelanggan.

Dalam merawat hubungan baik dengan klien dengan membina ikatan yang berkepanjangan serta menguntungkan dua belah pihak antara industri dan klien. Oleh karena itu team marketing harus memiliki keahlian untuk membuat kedekatan dengan klien, dengan menggunakan komunikasi antarpribadi yang baik agar sesuai dengan sasaran yang mau digapai, bila industri lalai dengan ini hal ini bisa berakibat fatal untuk keberlangsungan industri, ikatan yang baik akan menghasilkan keakraban.

Bukti menjalankan ikatan klien ini bisa dengan cara berkomunikasi dengan pada pelanggan. Dan mendengarkan saran atau masukan dari klien, klien bisa mengikuti keluhan kesah pelanggan serta berupaya membagikan

jasa yang terbaik pada pelanggan, dengan ini diharapkan klien melakukan pembelian lagi atau menggunakan jasa lagi.

Membina ikatan baik dengan klien tidaklah perihal yang mudah, membuat serta mengatur ikatan yang baik dari seluruh perspektif pula bisa menunjang kita memelihara nama baik yang bagus buat industri atau bidang usaha. Terdapat banyak metode untuk membuat ikatan dengan klien., adapun komunikasi sebagai metode agar komunikasi yang disampaikan bisa dipemengerti dengan itu bidang usaha kita berjalan baik. Terlebih bila kita mempunyai klien loyal, yang wajib kita jalani merupakan memelihara ikatan dengan mereka. Pada pemasaran, ada manager marketing pemasaran, yang dimana mempunyai tanggung jawab besar buat menaikkan profit perusahaan.

Manager marketing wajib sanggup memandang kesempatan era dan serta meningkatkan dan melaksanakan berbagai macam program penjualan alhasil bisa menggapai perencanaan yang sudah diresmikan perusahaan. Pada menjual sesuatu produk atau jasa pastinya dibutuhkan berbagai cara. Tidak hanya wajib bersaing dengan produk/jasa lain, penjualan menginginkan produk/jasa yang bisa diyakini oleh warga. Diperlukan keahlian buat membuat produk/jasa yang dijual di pasaran. itu seseorang manager marketing wajib dapat mempertanggung jawabkan sebagian produk/jasa di industri yang dijual ke khalayak.

Menurut Kotler mengatakan bahwa dalam pelaksanaannya pemasaran modern tidak hanya sekedar membuat produk yang diinginkan

masyarakat dan memberikan harga yang sesuai bag pelanggan yang dituju tetapi perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan lama maupun dengan calon pelanggan¹. Penjelasan Kotler menunjukkan pemasaran sekarang ini memiliki karakter yang sama dengan komunikasi antarpribadi yaitu mengutamakan adanya komunikasi secara dua arah antara perusahaan dengan pelanggan.

Namun para pemilik usaha disamping adanya transaksi, hubungan juga merupakan kunci utama dalam melakukan pemasaran terutama untuk mendapatkan keuntungan. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan industri dengan klien dalam ranah bisnis. Bagaimana para pemilik usaha mendekati diri ke klien, memahami kebutuhan dan keinginan klien, sehingga klien merasa nyaman untuk bekerjasama dengan Perusahaan tersebut.

Dalam perkembangan di dunia usaha bidang pariwisata telah banyak mengahilkan devisa menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat, pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia mencapai US\$4,26 miliar pada 2022. Nilai tersebut telah melonjak hingga 769,39% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebesar US\$0,49 miliar.² Dengan adanya data tersebut tentunya tidak dapat disangkal bahwa

¹ Oktosalsa Dwi Sasarin, 2015. "komunikasi antar pribadi dalam relationship marketing (studi deskriptif kualitatif pembentukan dan pemeliharaan hubungan antar pribadi dalam relationship marketing antara pemilik cv. Krismaya malang dengan klien)", Skripsi Universitas Brawijaya . Diakses dari http://repository.ub.ac.id/id/eprint/121865/1/SKRIPSI_OKTOSALSA_%280911220107%29.pdf diakses pada 25 juli 2023

² DataIndonesia.id "Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022" . Diakses pada tanggal 27 Juli 2023. <https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022>

bisnis bidang pariwisata merupakan bisnis yang menjanjikan untuk ditekuni, Maka dari itu sama halnya dengan PT. Travelin Internasional Tour merupakan agensi perjalanan tempat wisata dan agen penjualan tiket pesawat.

Travelin juga merupakan startup teknologi pariwisata yang bertujuan untuk mengubah pariwisata digital dengan kolaborasi bersama aktor pariwisata lokal dalam mempromosikan tempat wisata, produk dan layanan melalui platform teknologi pariwisata.

Di sisi lain, ini juga membantu menghemat waktu turis dalam mencari informasi objek wisata dan rekomendasi perjalanan dengan masa depan seperti: direktori tempat wisata, rekomendasi rencana perjalanan, direktori pemandu wisata lokal, reservasi tiket online, dan pasar produk lokal.

Adapun produk penjualan paket perjalanan liburan ke pulau Bali, Labuan Bajo pulau Pari, Lombok, Jogjakarta, Raja Ampat Sumba dan Padang. Dan penjualan tiket pesawat keseluruhan Indonesia, dalam penjualan tiket seluruh maskapai dan tujuan di Indonesia hanya mendapatkan tiket pesawat sedangkan paket perjalanannya liburan sudah mendapatkan tiket pulang pergi dan mendapatkan seluruh fasilitas yang telah disepakati. Untuk paket perjalanan liburan bisa memilih atau mengurangi paket yang telah ada, sesuai dengan kesepakatan klien atau bisa disesuaikan dengan keuangan klien.

Agensi perjalanan wisata merupakan adalah perusahaan yang memiliki tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan bagi seseorang yang merencanakan untuk mengadakannya apapun pengertian perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau ke dalam negeri itu sendiri. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa agensi perjalanan wisata merupakan perusahaan yang secara khusus mengatur suatu perjalanan mulai dari persiapan keberangkatan sampai perlengkapan selama perjalanan untuk seseorang maupun kelompok yang berniat mengadakannya dengan tujuan tertentu. Dan selain itu PT. Travelin Internasional Tour juga sebagai agen tiket pesawat merupakan Perusahaan yang menyediakan tiket pesawat seluruh maskapai dan seluruh tujuan Indonesia.

Travelin sendiri telah bekerjasama sama dengan PT. Bhayu Cipta Dana pada tahun 2022 hingga sekarang, travelin bekerja sama dalam bidang penyediaan tiket pesawat untuk keperluan dinas pada PT. Bhayu Cipta Dana merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor mechanical dan electrikal yang berkantor di Jakarta. Di sisi lain, PT. Travelin Internasional Tour berfungsi sebagai perusahaan travel yang menyediakan layanan Penjualan Tiket pesawat perjalanan lengkap bagi pelanggan, termasuk paket perjalanan, akomodasi, dan transportasi.

Permasalahan pada penelitian ini dimana klien mendapatkan pesan penipuan yang bukan dari pihak travelin untuk diajak kerjasama yang dimana jelas-jelas bukan pihak travelin yang mengirim pesan kepada travelin untuk mengajak kerjasama dengan pihak klien yang dikirimkan pesan. Permasalahan ini didapatkan oleh penulis dari hasil observasi yang dilakukan kepada pihak Travelin.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi antarpribadi yang digunakan oleh manager marketing di PT. Travelin Internasional Tour dalam membina hubungan baik dengan PT. Bhayu Cipta Dana dalam pembelian tiket pesawat. Pembentukan hubungan disini difokuskan kepada bagaimana awal perkenalan antara Manager Marketing PT. Travelin Internasional Tour dengan klien dan pembentukan difokuskan pada bagaimana Manager Marketing PT. Travelin Internasional Tour menjaga hubungan dengan klien

Penelitian ini akan berfokus pada bidang komunikasi saja, hal ini akan mempermudah peneliti agar tidak meluas dari topik utama penelitian. Untuk pemilihan klien peneliti memberikan periode mulai tahun 2022 sampai periode sekarang ini, hal ini dikarenakan PT. Travelin Internasional Tour mulai bekerja sama dengan PT. Bhayu Cipta Dana pada tahun 2022. Menggunakan konsep komunikasi antar pribadi sangat membantu peneliti menunjuka adanya hubungan komunikasi. Berawal dari berjalannya hubungan komunikasi antar pribadi dari PT. Travelin Internasional Tour yang merupakan objek dengan klien yang akhirnya

berlanjut pada hubungan interpersonal yang meluas menjadi hubungan kerja sama bisnis. Hal ini tentu diperkuat dengan menggunakan Teori keseimbangan milik Fritz Heider yang memiliki titik focus bagaimana Teori ini berusaha menerangkan bagaimana individu-individu sebagai bagian dari struktur sosial misalnya sebagai suatu kelompok cenderung untuk menjalin hubungan satu sama lain.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Antarpribadi Manager Marketing Dalam Membina Hubungan Baik Dengan PT. Bhayu Cipta Dana Dalam Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Travelin Internasional Tour”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana Pendekatan Komunikasi Antarpribadi Manager Marketing Dalam Membina Hubungan Baik Dengan PT. Bhayu Cipta Dana Dalam Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Travelin Internasional Tour?”

1.3 Tujuan Penelitian

Latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk mengetahui Pendekatan Komunikasi Antarpribadi Manager Marketing Dalam Membina Hubungan Baik Dengan PT. Bhayu Cipta Dana Dalam Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Travelin Internasional Tour

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan di atas, manfaat yang diharapkan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi ilmu komunikasi dalam komunikasi antarpribadi.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Hasil riset ini bisa menaikkan pengetahuan dan pengalaman periset pada melakukan riset, serta bermanfaat pada penuhi sebagai persyaratan untuk mendapatkan title ahli jenjang 1

b) Bagi Universitas Nasional

Hasil riset diharapkan mampu membagikan guna selaku materi rujukan untuk riset berikutnya

c) Bagi PT. Travelin Internasional Tour

Hasil riset ini diharapkan sanggup membagikan guna untuk PT. Travelin Internasional Tour selaku masukan untuk

pembentukan dan pemeliharaan hubungan antar klien PT.
Travelin Internaional Tour

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan serta memperoleh gambaran pada skripsi ini, maka disusun urutan bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah dari penelitian ini dan rumusan masalah, kemudian tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana pendekatan komunikasi antarpribadi manager marketing dalam membina hubungan baik dengan PT. Bhayu Cipta Dana dalam pembelian tiket pesawat di PT. Travelin Internasional Tour terdapat manfaat penelitian dimana manfaat nya ada untuk akademisi dan praktis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang tinjauan pustaka. Yang mana dalam tinjauan pustaka ini berisi tentang penelitian terdahulu yang memiliki judul hampir berkaitan dengan penelitian yang akan di teliti oleh penulis, landasan teori dan konseptual serta penulis juga menjabarkan kerangka pemikiran mengenai penelitian yang akan dilakukan penulis.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Berisi tentang Metodologi Penelitian, dimana peneliti menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta lokasi dan jadwal penelitian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian yang berupa wawancara peneliti dengan subjek penelitian, dan pembahasan mengenai hasil penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran menjelaskan kesimpulan dari hasil dari kesimpulan dan saran dari penelitian penulis pada penelitian ini

