

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini kehidupan masyarakat sudah mengalami banyak perubahan pesat karena adanya kemajuan dalam bidang ilmu komunikasi dan teknologi. Perubahan ini mengakibatkan banyak masyarakat yang sudah mulai berpikir semakin kritis. Pola pikir masyarakat yang berubah ini dimungkinkan karena semakin hari masyarakat semakin cerdas dan sudah mengetahui apa hak dan kewajibannya sebagai warga. Pada akhirnya ditengah kondisi seperti ini masyarakat menuntut hadirnya pemerintah bisa dapat memenuhi tuntutan dari berbagai aspek kehidupan terutama dalam mendapatkan pelayanan sebaik mungkin dari pemerintah.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan melayani publik dengan berinteraksi secara langsung maupun tidak sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pelayanan yang baik merupakan hal penting untuk diterapkan di instansi manapun karena dalam memberikan pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pada masyarakat.

Pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat harus memiliki kualitas yang baik sehingga masyarakat mencapai kepuasan tersendiri. Pada kenyataanya kualitas pelayanan yang diberikan pemerintah masih sangat minim dan masih jauh dari harapan masyarakat. Banyak sekali terjadi kasus pelayanan yang buruk yang diterima masyarakat, tetapi banyak dari masyarakat yang enggan

melaporkan hal tersebut dikarenakan banyak masyarakat yang masih kurang paham tentang pelayanan yang seharusnya mereka terima sesuai dengan prosedur pemerintah.

Dalam praktinya Indonesia masih banyak memiliki persoalan terkait dengan aturan dan prosedur dalam penyelenggaraan mengenai pelayanan kepada masyarakat. Maka dari itu pemerintah memiliki tanggung jawab atas pelayanan publik yang dilaksanakan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pelayanan publik ini menjadi wadah untuk memenuhi kebutuhan setiap masyarakat yang mempunyai kepentingan dengan organisasi menurut aturan dasar dan prosedur yang telah ditetapkan. Dengan kondisi seperti ini akhirnya masyarakat menuntut BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk memberikan pelayanan secara professional sesuai dengan bidangnya masing-masing.

BUMN (Badan Usaha Milik Negara) merupakan badan usaha yang memiliki peran penting di Indonesia sebagai penyelenggara perekonomian masyarakat dalam menjalankan usahanya. BUMN memiliki peran yang sangat strategis dalam pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil atau koperasi. BUMN diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dunia usaha baik secara umum atau masyarakat pada khususnya maka dari itu dalam menjalankan usahanya BUMN diatur oleh pemerintah langsung.

Pelayanan yang pemerintah berikan agar tercipta pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu bagian dari capaian sasaran pemerintah agar terwujudnya masyarakat yang mandiri dan sejahtera. Pemerintah banyak memberikan

pelayanan publik tidak hanya dalam bentuk pengurusan administrasi melainkan dapat berupa pelayanan dasar berupa kesehatan, pendidikan, lingkungan, asuransi, dan ekonomi mikro yang merupakan bagian dari pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah.

Adanya perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan-perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. BUMN (Badan Usaha Milik Negara) harus memberikan kepuasan kepada masyarakat agar dapat memberikan citra yang baik dimata masyarakat. Namun satu hal yang belakangan ini sering dipermasalahkan dalam pelayanan yang diberikan pemerintah yaitu mengenai strategi komunikasi yang digunakan untuk memberikan pelayanan yang baik pada setiap masyarakat yang berkepentingan dengan organisasinya masih belum tercapai dengan penuh.

Masyarakat masih banyak mengeluh mengenai pelayanan tersebut sehingga banyak masyarakat yang merasa tidak puas dengan apa yang mereka dapatkan dari perusahaan. Hal ini dikuatkan oleh Kurniawan dan Najih yang mengatakan bahwa Indonesia memiliki permasalahan pelayanan publik, antara lain; Pertama rendahnya kualitas layanan, kedua rendahnya kualitas penyedia layanan, ketiga kurangnya kelompok rentan penyandang disabilitas dan masyarakat adat terkecil, keempat kurangnya mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa, dan kelima partisipasi ruang publik dalam pelaksanaan pelayanan¹.

¹ Kurniawan dan Mokhammad Najih, Paradigma Kebijakan Pelayanan Publik, (Malang: Trans Publishing, 2018).

Dalam memberikan pelayanan PT ASABRI (persero) yang merupakan salah satu perusahaan BUMN berbentuk Perseroan Terbatas ini bergerak dibidang asuransi jiwa yang bersifat sosial. Untuk menghindari seperti hal-hal yang telah disebutkan diatas PT ASABRI terus memberikan pelayanan prima kepada seluruh peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri. Dalam upaya mencapai tujuan pelayanan prima, PT ASABRI dituntut untuk memenuhi kebutuhan peserta bukan hanya dari sumber-sumber informasi tetapi dari fasilitas-fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan teknologi yang dapat membantu proses pelayanan sehingga tercapainya kepuasan pada peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri.

Seperti menurut Mukarom Zaenal dan Wijaya Laksana, pelayanan prima merupakan istilah “excellent service” yang artinya pelayanan yang diberikan secara terbaik atau sangat baik². Disebut terbaik atau sangat baik dikarenakan pelayanannya mengikuti standar pelayanan yang berlaku yang dimiliki oleh instansi pemberi layanan. Dengan memberikan pelayanan prima kepada peserta anggota TNI, Polri, PMS/Kemhan PT ASABRI (persero) tidak lupa memperhatikan strategi komunikasi dalam memberikan pelayanan prima tersebut.

Strategi komunikasi merupakan cara proses komunikasi yang dimulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation), dan evaluasi (evaluation) demi mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi berjalan dengan baik apabila penempatan posisi seseorang tepat dalam komunikasinya dengan lawan komunikasinya, sehingga mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

² Mukarom Zaenal dan Wijaya Laksana, Manajemen Pelayanan Publik, (Bandung: CV Pustaka Setia 2018).

Strategi komunikasi yang digunakan untuk memberikan pelayanan prima kepada peserta merupakan suatu hal yang penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan terutama yang bergerak dibidang jasa agar perusahaan tetap eksis ditengah tumbuhnya industri-indusri pelayanan yang semakin kuat.

Maka dari itu upaya PT ASABRI dalam mempertahankan dan memberikan pelayanan prima kepada peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri merupakan suatu hal utama untuk mendapatkan pedapatan yang ditunggu oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Mengingat PT ASABRI sudah berdiri dengan lama dan diamanahkan untuk memberikan perlindungan bagi prajurit TNI, Anggota Polri dan PNS Kemhan melakukan berbagai cara agar terjadi peningkatan kunjungan peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri sehingga ASABRI tetap dapat memberikan pelayanan asuransi sosial yang menumbuhkan loyalitas pada peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri untuk kembali datang memanfaatkan asuransi tersebut karena sudah merasa tercapai keinginannya pada kualitas pelayanan yang diberikan ASABRI.

Namun berdasarkan penilaian beberapa peserta di website ASABRI ditemukan keluhan mengenai pelayanan yang diberikan seperti *customer service* ASABRI yang tidak bersikap seperti seharusnya, adanya antrian yang panjang, dan cara penanganan *customer service* dalam memberikan pelayanan.



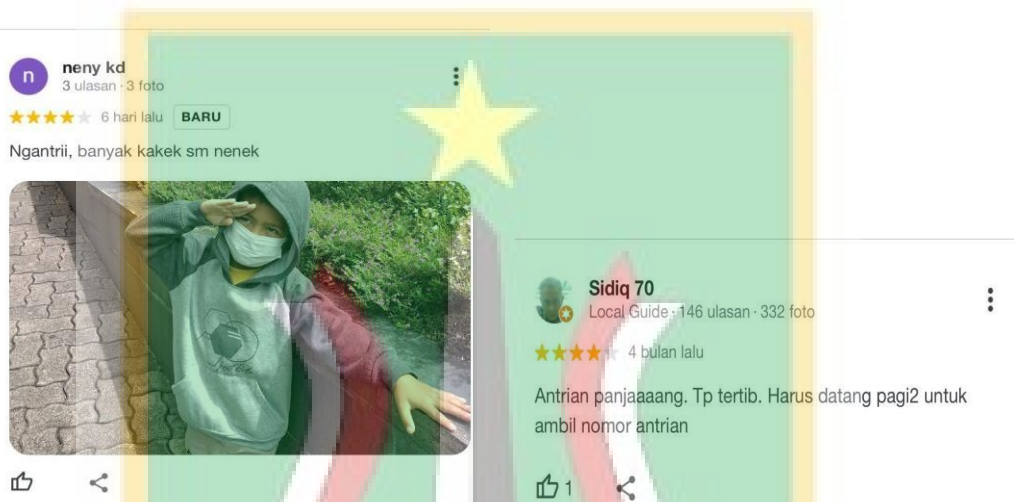
Gambar 1.1 Ulasan di Webstie ASABRI

Berdasarkan ulasan di internet mengenai pelayanan di PT ASABRI pada tahun 2022 yang diposting oleh Hendry Gmail tepatnya 4 bulan yang lalu ia mengeluhkan adanya pegawai yang sombong dan tidak bersikap seharusnya kepada peserta. Ulasan yang diberikan hendry tersebut mendapat dua likes dari pengunjung website³.

Gambar 1.2 ulasan diwebsite ASABRI

³ <https://g.co/kgs/Efjd8n> Diakses pada tanggal 29 November 2022

Berdasarkan ulasan diatas dengan akun bernama Bos Tanaman dan Flight Respect Growth Taekwondo pada tahun 2022 tepatnya pada beberapa bulan yang lalu memberikan penilaian bahwa susahnya menghubungi ASABRI dimana tugas tersebut merupakan salah tugas customer service dalam memberikan pelayanan kepada peserta⁴.



Gambar 1.3 ulasan diwebsite ASABRI

Berdasarkan ulasan yang diposting oleh pemilik akun Neny KD dan Sidiq 70 pada tahun 2022 tepatnya pada seminggu yang lalu dan beberapa bulan yang lalu ini masing-masing mengeluhkan adanya antrian yang panjang di ASABRI.

Dari beberapa keluhan diatas untuk mencapai pelayanan yang baik adalah adanya strategi komunikasi yang tersusun dilakukan oleh *customer service*. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting dalam faktor pendukung utama pelayanan sebuah perusahaan. Kemampuan berkomunikasi yang dilakukan oleh *customer service* harus mendasari upaya pemecahan masalah, mempermudah pemberian bantuan baik dalam pelayanan medik maupun

⁴ <https://g.co/kgs/Efjd8n> Diakses pada tanggal 29 November 2022

psikologi. Sama halnya dengan di ASABRI profesi *customer service* merupakan faktor pendukung utama pelayanan prima yang dilaksanakan untuk mengekspresikan peran dan fungsinya.

Customer service harus mampu memberikan pelayanan yang bersikap baik dan berkesan pada peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri, terutama dalam hal efisien waktu dan keakuratan informasi.

Customer service yang terlatih professional seharusnya tidak mencampuri masalah pribadinya dengan masalah pekerjaannya. *Customer service* harus memiliki sikap menghargai peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri dengan sikap yang santun dan ramah disertai dengan tutur kata yang baik dan memberikan senyuman karena senyum merupakan salah satu cara mengekspresikan keramahan kepada peserta. Menghargai merupakan sikap memaanusiakan peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri sebagai orang paling penting bagi kelangsungan hubungan antara organisasi atau perusahaan dengan mereka.



Gambar 1.4

Gambar diatas merupakan keadaan dari antrian peserta dari PT ASABRI..
Terkait dengan strategi komunikasi oleh pihak *customer service* ASABRI dalam

memberikan pelayanan prima kepada peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri tentunya diperlukan keahlian tersendiri oleh para komunikator agar meminimalisir antrian yang panjang serta penyampaian pesan kepada masyarakat dapat dipastikan bahwa peserta mengerti dan paham dengan apa yang disampaikan oleh *customer service*.

Selain sikap penerimaan peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri terhadap pesan yang diberikan dapat terus terjalin dengan baik guna mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak *customer service* dari proses strategi komunikasi tersebut. Sesuai survey peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri masih banyak meminta ASABRI untuk memberikan pelayanan terbaik. Dalam hal ini merupakan suatu tanda bahwa ASABRI masih kurang maksimal utamanya dalam hal komunikasi antara *customer service* dengan peserta Prajurit TNI dan Anggota Polri serta PNS Kemhan/Polri.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk membahas hal ini lebih lanjut dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Prima Bagi Peserta PT ASABRI (Persero)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus masalah diatas, penelitian ini dapat dirumuskan sebagai rumusan masalah adalah : Bagaimana strategi

komunikasi customer service dalam memberikan pelayanan prima bagi peserta PT ASABRI (Persero)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi komunikasi customer service dalam memberikan pelayanan prima bagi peserta PT ASABRI (Persero).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan mengenai Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Prima Bagi Peserta PT ASABRI (Persero) ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat dari pengembangan teori akademis seperti penulisan jurnal, atau penelitian lanjutan.

Sedangkan manfaat praktis merupakan manfaat yang hasil penelitiannya dapat dirasakan oleh masyarakat, instansi, atau bagian terkait yang dapat digunakan sebagaimana mestinya.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berfungsi untuk menambah pengetahuan tentang metode strategi komunikasi customer service dalam memberikan pelayanan prima bagi peserta PT ASABRI (Persero) dan menambah refrensi serta wawasan ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini berfungsi untuk :

1. Dapat meningkatkan pemahaman tentang strategi komunikasi customer service dalam memberikan pelayanan prima bagi peserta PT ASABRI (Persero).
2. Dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan strategi komunikasi customer service dalam memberikan pelayanan bagi peserta PT ASABRI (Persero).

1.5 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun dalam upaya memudahkan peneliti dalam mengelompokkan serta menguraikan tahapan dalam pembuatan penelitian ini, penelitian ini nantinya akan disusun secara rinci dan. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berisi penjelasan mengenai fenomena yang terjadi, serta penguraian konteks dimana penelitian tersebut dilakukan

B. Rumusan Masalah

Berisi penjelasan mengenai masalah yang terjadi dari fenomena yang diteliti

C. Tujuan Penelitian

Berisi penjabaran mengenai masalah yang ditemukan, serta kontribusi dari dilakukannya penelitian tersebut

D. Manfaat Penelitian

Berisi penjabaran manfaat – manfaat dari dilakukannya penelitian tersebut

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian yang berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

B. Pengertian Dari Kajian Perpustakaan

Landasan teori konsep yang berisi tentang teori kredibilitas komunikator, teori strategi komunikasi, *customer service*, pelayanan prima.

C. Kerangka Berpikir

Dalam bab ini penulis konsep dari kerangka berpikir mengenai pola komunikasi antapribadi Orang Tua dalam membangun rasa percaya diri pada remaja

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai pendekatan penelitian, penentuan informan. Teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta lokasi dan jadwal selama penelitian dilakukan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab tersebut peneliti menuliskan mengenai gambaran hasil observasi langsung peneliti di PT ASABRI(persero) sejarah PT ASABRI, visi dan misi, landasan brand, struktur organisasi, mekanismen kerja perusahaan.

B. Pembahasan

Pada bab tersebut peneliti melakukan Analisa mendalam mengenai Strategi Komunikasi Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Prima Bagi Peserta PT ASABRI (persero) cabang Jakarta, serta temuan data yang peneliti peroleh selama penelitian berlangsung

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan secara singkat mengenai temuan dan hasil penelitian yang didapatkan

B. Saran

Pada bab ini peneliti memberikan saran secara teoritis dan dan saran secara praktis dari peneliti terhadap masalah yang terjadi dalam objek penelitian tersebut.