

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan lembaga penyiaran yang siarannya ditujukan untuk kepentingan negara yang bertugas sebagai televisi yang mengangkat citra bangsa melalui siarannya. Kelembagaan TVRI telah mengalami beberapa perubahan. Pada era reformasi kelembagaan TVRI berubah menjadi perusahaan jawatan (Perjan) dengan diterbitkannya peraturan pemerintah No. 36 tahun 2000. Kemudian diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 64 Tahun 2001 tentang pengalihan kedudukan, tugas dan kewenangan Menteri Keuangan pada perusahaan perseroan (Persero), perusahaan umum (Perum) dan perusahaan jawatan (Perjan) kepada Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara.

Namun pada tahun 2002 status TVRI mengalami perubahan seiring dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 9 Tahun 2002 tentang pengalihan bentuk perusahaan jawatan (Perjan) menjadi perusahaan perseroan (Persero). Dengan pengalihan bentuk tersebut maka Perusahaan jawatan (Perjan) Televisi Republik Indonesia dinyatakan bubar pada saat pendirian Perusahaan Perseroan (Persero) tersebut, dengan ketentuan bahwa segala hak dan kewajiban, kekayaan serta pegawai Perusahaan jawatan TVRI yang ada pada saat pembubarannya beralih kepada Perusahaan Perseroan (Persero) yang bersangkutan.

Pada tahun 2002 dengan persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia ditetapkan Undang Undang penyiaran yang baru yaitu Undang Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002. Melalui Undang Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Televisi Republik Indonesia (TVRI) ditetapkan sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara.

Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Menurut UU penyiaran No.32 tahun 2002 sumber pembiayaan lembaga penyiaran publik terutama berasal dari iuran pendapatan dan belanja daerah, anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah, serta sumbangan masyarakat (Sudibyo 2007:317).

Permasalahannya pendanaan yang dialokasikan dari dana APBN tidak memadai untuk biaya operasional, sementara bisnis jasa produksi dan penyiaran saat ini berkembang pesat dan terlebih setelah munculnya lembaga-lembaga penyiaran swasta dan rumah-rumah produksi yang sumber pembiayaannya diperoleh dari siaran iklan dana atau usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Pasal 19 UU Penyiaran No 32 Tahun 2002), regulasi ini membuka peluang bagi lembaga penyiaran publik, swasta baik lokal maupun nasional untuk berperan dalam industri penyiaran.

Lembaga penyiaran publik TVRI mungkin tidak akan bersaing dengan penyiaran swasta lain yang hanya untuk menarik pemirsa dalam jumlah tinggi,

tetapi harus tampil dengan kinerja dan kualitas pelayanan siaran yang baik sehingga diharapkan lembaga penyiaran publik TVRI tetap menjadi kebutuhan masyarakat sebagai lembaga penyiaran alternatif yang memberikan tontotan informasi, pendidikan dan hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Era globalisasi seperti saat sekarang ini dimana batas-batas negara tidak lagi mengikat, persaingan di dunia bisnis semakin tajam, ditambah lagi dengan masuknya era pasar bebas Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015. Perusahaan berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memajukan usahanya di masing-masing bidang dengan berbagai cara. Kebanyakan perusahaan yang berhasil mencapai tujuannya adalah perusahaan yang selalu berusaha untuk memberikan produk dan jasa pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Industri Penyiaran, suka tidak suka juga akan menghadapi persaingan yang ketat, baik produksi dan penyiaran program maupun produksi dan penyiaran berita. Karena itu TVRI sebagai lembaga yang memproduksi jasa penyiaran publik harus melakukan perubahan agar lebih efisien transparan, lebih mengedepankan pelayanan jika ingin tetap eksis sebagai lembaga penyiaran publik.

Seperti perusahaan jasa pada umumnya, Lembaga Penyiaran Publik TVRI juga menjalankan fungsinya dalam melayani publik atau mitra. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh publik atau mitra mengenai kepuasan yang dirasakan.

Perusahaan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan atau

konsumen. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan sangatlah diperlukan. Ada lima unsur yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan (Gerson, 2001: 18). *Pertama*, kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas. *Kedua*, kualitas layanan. Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. *Ketiga*, adalah emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila ia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tertentu. *Keempat*, adalah harga. Produk atau jasa yang memiliki kualitas sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. *Kelima*, adalah biaya. Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya yang tidak berlebihan atas suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Persaingan yang semakin ketat, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*.

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa berkualitas dengan harga bersaing. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa



puas. Terciptanya pelanggan yang puas memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1995: 24).

Komunikasi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan pencitraan (*image*) atas suatu merek tertentu. Selain itu dengan komunikasi pemasaran dapat mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Sehingga konsumen mengenal produk/jasa yang ditawarkan, dengan begitu dapat merangsang terjadinya penjualan.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini komunikasi pemasaran lebih dikenal dengan komunikasi pemasaran terpadu, yang artinya suatu konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah dari suatu rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi misalnya, iklan media cetak-elektronik, respon langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat (*public relations*) dan menggabungkan berbagai disiplin tersebut guna memberikan kejelasan, konsistensi serta dampak komunikasi yang maksimal.

*Marketing Public Relations* sebagai alat komunikasi pemasaran yang memadukan pelaksanaan program dan strategi pemasaran (*Marketing Strategi Implementation*) dengan aktivitas program kerja PR (*Work Program of Public Relations*), terdapat tiga strategi penting yang dapat dilakukan yaitu strategi mendorong (*push strategy*), strategi menarik (*pull strategy*), strategi

mempengaruhi (*pass strategy*).

Menurut Gerson, yang diterjemahkan oleh Widyaningrum (2001 : 3), salah satu upaya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, baik perusahaan barang atau jasa adalah dengan memuaskan pelanggan atau mitra. Pelanggan atau mitra yang puas akan melakukan bisnis lebih banyak dan lebih sering dengan membeli atau bertransaksi. Mereka juga akan merekomendasikan anda atau organisasi anda kepada kerabat dan teman-temannya. Semakin puas seorang pelanggan, semakin banyak uang yang akan dibelanjakan atau ditransaksikannya. Bila barang atau jasa yang anda tawarkan terjual lebih banyak maka keuntunganpun semakin besar.

Semakin banyak produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin beragam, akibatnya kekuatan tawar menawar semakin besar. Hak-hak konsumen pun mulai mendapatkan perhatian yang besar, diantaranya hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari produsen atau penyedia produk maupun jasa. Layanan yang baik berakibat pada kepuasan konsumen, sehingga konsumen bersedia atau tertarik untuk melakukan transaksi kembali dengan perusahaan.

Di samping itu, manusia merupakan sumber daya paling penting dalam usaha organisasi mencapai keberhasilan. SDM ini menunjang organisasi dengan karya, bakat, kreativitas, dorongan dan kinerja. Betapapun sempurnanya aspek teknologi dan ekonomi tanpa aspek manusia sulit kiranya tujuan-tujuan organisasi dapat tercapai. Setiap organisasi dipengaruhi oleh perilaku organisasi yang merupakan pencerminan dari perilaku dan sikap para pelaku yang terdapat dalam organisasi tersebut demi mencapai tujuannya.

Oleh karena itu, keberhasilan untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi tergantung dari perilaku dan sikap orang-orang dalam mensinergikan berbagai sumber daya, termasuk sumber daya manusia, peralatan, ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan perkataan lain, keberhasilan mencapai tujuan tergantung kepada keandalan, kemampuan, dan kinerja karyawan yang mengoperasikan unit-unit kerja yang terdapat dalam organisasi bersangkutan.

Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Nasional penyarannya berada di ibukota Negara Republik Indonesia, di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik lokal (UU No, 32 Tahun 2002). TVRI Sumatera Barat merupakan Stasiun Televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Sumatera Barat. Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Sumatera Barat sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang berada di daerah tentu saja tidak terlepas dari berbagai permasalahan.

Agar dapat berada dalam pola-pola persaingan media dan bisa bertahan dalam menjalankan tugas sesuai Peraturan Pemerintah No. 13 Tahun 2005 sebagai Televisi Publik (Memberikan pelayanan informasi, pendidikan, dan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia). LPP TVRI Stasiun Sumatera Barat harus memaksimalkan kinerja dengan memberikan acara-acara yang menarik dan harus mampu meningkatkan mutu penyiaran, baik acara yang bersifat berita maupun non

berita, sesuai dengan misi yang diemban yaitu mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengisi kemerdekaan.

TVRI Sumatera Barat me-relay 92% acara pada TVRI Nasional dan sisanya TVRI Sumbar membuat program khusus Sumatera Barat seperti adanya program Berita Ranah Minang dan lain-lainnya. Menjaga kualitas produk jasa penyiaran, dan kualitas layanan terhadap mitra adalah hal yang menjadi keharusan bagi lembaga penyiaran untuk dapat meningkatkan kepuasan mitranya. Pemantauan dan pengukuran kepuasan dari pelanggan sangat penting bagi sebuah Lembaga Penyiaran, dengan ini dapat memberikan umpan balik (*feedback*) dan masukan bagi keperluan pengembangan dan sebagai implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan/mitra.

Masalah serius yang dihadapi oleh Lembaga Penyiaran TVRI Sumatera Barat akhir-akhir ini adalah masalah kualitas produksi dan penyiaran, keterbatasan jangkauan siaran, peralihan sistem pemancaran siaran dari VHF ke UHF, kondisi peralatan, serta sarana dan prasarana studio yang secara tidak langsung berdampak terhadap kualitas layanan dan kepuasan mitra.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumatera Barat, dari lima satuan transmisi yang dimiliki oleh TVRI Sumatera Barat yang berlokasi di daerah Pandai Sikek (Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam), Gompong (Kota Kota dan Kabupaten Solok), Taeh Bukik (Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota), Lintau (Kab. Tanah Datar) dan Bukit Sarai (Kota Padang, Kota Pariaman, dan Kabupaten Padang Pariaman), hanya satu satuan transmisi yang tergolong berjalan maksimal yaitu transmisi Bukit Sarai. Sementara empat transmisi yang lainnya tidak berjalan secara maksimal.



Permasalahan yang dihadapi oleh Lembaga Penyiaran Publik TVRI, tidak hanya sampai disini saja. Berbagai persoalan juga sedang dihadapi oleh TVRI Sumatera Barat, tercatat sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 terjadi penurunan yang tajam terhadap jumlah pengguna jasa TVRI Sumatera Barat. Menurut data yang peneliti peroleh dari Lembaga Penyiaran Publik TVRI tercatat sejak tahun 2013 TVRI memiliki mitra sebanyak 111 Mitra, tahun 2014 sebanyak 79 mitra, tahun 2015 sebanyak 76 Mitra, tahun 2016 sebanyak 69 Mitra dan tahun 2017 sebanyak 67 mitra. Terjadinya penurunan mitra pengguna jasa TVRI ini dapat menjadi indikasi bahwasanya para mitra merasa tidak puas dengan kualitas layanan LPP TVRI Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki *sense of interest* untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam berkaitan dengan Efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mitra lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan Efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas layanan dengan kepuasan mitra lembaga penyiaran Publik TVRI Sumatera Barat.

## **C. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan Efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mitra

lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat

## 2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui distribusi frekwensi Efektivitas komunikasi organisasi lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat
- b. Mengetahui distribusi frekwensi kualitas layanan lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat
- c. Mengetahui distribusi frekwensi kepuasan mitra lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat
- d. Mengetahui hubungan Efektivitas komunikasi organisasi dengan kepuasan mitra penyiaran publik TVRI
- e. Mengetahui hubungan kualitas layanan dengan kepuasan Mitra penyiaran publik TVRI Sumatera Barat

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat Menambah kekayaan khasanah pengetahuan tentang Efektivitas komunikasi organisasi dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan mitra pada jasa penyiaran, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya di bidang yang sama di masa mendatang.

### 2. Bagi Lembaga Penyiaran Publik TVRI

Diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengambil keputusan untuk memahami lebih lanjut tentang Efektivitas Komunikasi Organisasi, Kualitas layanan, dan Kepuasan mitra TVRI Sumatera Barat yang dapat digunakan sebagai dasar dalam membuat kebijakan.

### 3. Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan meningkatkan pemahaman tentang hubungan Efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mitra TVRI.

