
HUBUNGAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MITRA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK (LPP) TVRI SUMATERA BARAT

Adlen¹, Jendrius² & Wakidul Kohar³

¹Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas

^{2,3}Dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas

Email: adlenpu.tvrisumbar@gmail.com

Abstract

The success of an organization can be measured by the level of satisfaction felt by partners/clients. Basically, many factors that influence the level of satisfaction of partners/clients include the effectiveness of communication and service quality. In the past few years TVRI Sumatra has experienced a decline in the number of customers. This may be caused by the effectiveness of communication and poor service quality. This type of research is quantitative using analytic descriptive design. Sampling was determined by the total sampling technique on TVRI West Sumatra Public Broadcasting Partners, which amounted to 67 respondents. Data collection tools using questionnaires and observations. Data analysis using Chi-square. The results showed that there was a significant relationship between the effectiveness of organizational communication with Partner Satisfaction with a P value of 0,000 ($P < 0.05$) OR 7,500 (95% CI = (2,533-22,204), and there was a significant relationship between service quality and satisfaction partners with a SE value of a value of OR 37,500 (95% CI = (7,509-187,284).

Keywords: *Effectiveness of Organizational Communication, Service Quality, Partner Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

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.

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.

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.

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.

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. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan Efektivitas komunikasi organisasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mitra lembaga penyiaran publik TVRI Sumatera Barat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang efektivitas Komunikasi Organisasi, Kualitas Layanan dan kepuasan konsumen/mitra telah banyak dilakukan oleh para peneliti, antara lain seperti yang dilakukan oleh Erna Mustikasari (2016) dengan judul penelitian Hubungan Efektivitas Komunikasi Organisasi, Kepuasan Komunikasi dan Motivasi kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Universitas Sebelas Maret. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas

komunikasi organisasi, kepuasan komunikasi dan motivasi kerja mempengaruhi terhadap kinerja pegawai yang ada di Universitas Sebelas Maret.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurafni Tanjung Efektivitas Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Andini Pekanbaru kesimpulan bahwa keefektifan komunikasi organisasi terhadapkepuasan kerja karyawan di Rumah Sakit Andini tergolong masih cukup efektif. Karenaterbukti dengan persentase angket yang disebarakan dengan rata-rata 68,05% terletak pada66%-75% berdasarkan jumlah angket yang disebarakan sebanyak 34 ekslemplar dengan34 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2003) dengan judul penelitian Hubungan Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dan Persepsi Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Di Show Room Motor Nasha Yogyakarta hasil penelitiannya adalah ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dengan Kepuasan Nasabah serta ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dan Persepsi Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama dengan Kepuasan Nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung Indra dan Tri Gunarsih (2008) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar hasil penelitiannya adalah (a) variabel bebas *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible* secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, (b) variable bebas *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible* secara bersama-samaberpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan debitur di PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar, dan (c) Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk kredit perorangan sebesar 0,898. Ini menunjukkan sebesar 89,8% variabel *reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible* mampu mempengaruhi variable kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan

sebesar 11,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai koefisien determinasi (R^2) kredit kelompok sebesar 0,820 artinya sebesar 82,0% variabel *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan sebesar 18,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Lembaga Penyiaran TVRI Sumatera Barat. Penelitian ini termasuk penelitian *ex-post facto*. Penelitian *ex-post facto* adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian melihat kebelakang untuk mengetahui faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut (Sugiono, 2014:7).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mitra Lembaga Penyiaran Publik TVRI sumbar pada tahun 2017/2018 yang berjumlah 67 institusi swasta dan pemerintah. Adapun sampel yang diambil adalah sebanyak 67 mitra atau seluruh populasi dengan alasan karena relatif kecil. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, pembagian kuesioner dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan uji *Chi-square*.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam organisasi atau perusahaan komunikasi merupakan peranan yang penting karena tanpa adanya komunikasi, kegiatan organisasi tidak akan berjalan dengan lancar. Maka dengan adanya komunikasi dalam suatu organisasi dapat mengetahui suatu kepribadian masing-masing, baik terhadap pimpinan maupun karyawan yang terkadang mempunyai suatu persepsi, keinginan dan kebutuhan yang berbeda. Maka perlu bagi atasan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan karyawan dan juga sesama karyawan agar adanya rasa nyaman bagi karyawan untuk bekerja dan menimbulkan kepuasan dalam bekerja. Oleh karena itu, komunikasi

merupakan peralatan manajemen untuk mencapai tujuan dan dapat menciptakan kerjasama yang efektif dan dapat meningkatkan produktifitas kerja (Handoko, 2003:212).

Komunikasi efektif merupakan hal yang sangat penting bagi semua organisasi, oleh karena itu para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka akan terjadi (Muhammad, 2007:1).

Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain hanyalah untuk membentuk saling pengertian (*manual understanding*). Komunikasi yang baik oleh pimpinan kepada bawahannya dapat menjadikan suatu motivasi bawahan untuk lebih berpartisipasi terhadap pekerjaannya, juga saling memberikan informasi tentang sesuatu yang menyangkut kepentingan bersama yang akan menambah dukungan untuk tetap bekerja dengan baik, sehingga karyawan mendapatkan kepuasan kerja.

Menurut Jhon D. Millet dalam Sutarto, bahwa Organisasi merupakan sebagai proses pembentukan bagi macammacam badan usaha, suatu kerangka yang akan memberikan pembagian aktivitas yang dilakukan dan untuk pengaturan aktivitas-aktivitas ini dalam suatu kerangka yang menunjukkan kepentingan tingkatan mereka dan hubungan fungsional. Maka, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tanpa adanya hambatan-hambatan yang berarti dengan melakukan pembenahan sistem administrasi yang tepat dengan segala aktivitas sesuai dengan yang direncanakan dan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya (Sutarto, 1998: 25).

Dalam suatu perusahaan atau organisasi jalinlah suatu hubungan yang baik dalam berkomunikasi yang dapat meningkatkan kemampuan untuk mengatasi kesalahpahaman, agar suatu visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan dapat tercapai dengan maksimal. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pada perusahaan atau organisasi suatu komunikasi sangat penting dalam dunia kerja karena dapat meningkatkan kinerja karyawan dan menimbulkan kepuasan kerja karyawan. Dalam organisasi atau perusahaan

pimpinan harus mampu mengkomunikasikan tujuan organisasi tersebut kepada bawahan agar keinginan organisasi bisa tercapai.

Dengan berkomunikasi dan berinteraksi, pimpinan dapat langsung melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. Biasanya karyawan yang puas dengan apa yang diperolehnya dari perusahaan, maka karyawan akan memberikan lebih dari apa yang diharapkan dan ia akan terus berusaha memperbaiki kinerjanya. Sebaliknya karyawan yang kepuasan kerjanya rendah, cenderung melihat pekerjaan sebagai hal yang menjenuhkan dan membosankan, sehingga ia bekerja dengan terpaksa dan asal-asalan. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan karyawan kepada mitra.

Berdasarkan analisis dan temuan data dilapangan berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh Lembaga Penyiaran TVRI Sumatera Barat berkaitan dengan masalah kualitas layanan adalah masalah kualitas produksi dan penyiaran, keterbatasan jangkauan siaran, peralihan sistem pemancaran siaran dari VHF ke UHF, kondisi peralatan, serta sarana dan prasarana studio.

Berdasarkan Data LPP 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.

Dengan tidak berfungsi secara maksimal empat transmisi yang dimiliki oleh LPP TVRI Sumatera Barat maka TVRI tidak dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap mitra. Masalah ini secara tidak langsung merugikan terhadap mitra yang berdampak terhadap kepuasan mitra LPP TVRI Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara efektivitas komunikasi organisasi dengan Kepuasan Mitra dengan nilai *P value* sebesar 0,000 ($P < 0,05$) OR 7,500 (CI 95% = (2,533-22,204), dan ada

hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan mitra di LPP TVRI Sumatera Barat dengan nilai *P value* sebesar OR 37,500 (CI 95%= (7,509-187,284). Dari hasil penelitian diharapkan kepada Lembaga Penyiaran Publik TVRI Sumatera Barat untuk meningkatkan Efektivitas komunikasi dan kualitas layanan agar dapat meningkatkan kepuasan terhadap mitranya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) ada hubungan yang signifikan antara efektivitas komunikasi dengan kepuasan mitra di LPP TVRI Sumatera Barat, (2) ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan mitra di LPP TVRI Sumatera Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendi, Onong Uchjana. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Handoko, T Hani. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyana, Deddy. (2004). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda.
- Malayu, Hasibuan. (2002). *Manajemen Sumber Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, Arni. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rivai, Veithzal. (2003). *Kepemimpinandan Prilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sutarto. (1998). *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Sudijono, Anas. (2007). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Stephen, Robbins. (2008). *Prinsip-Prinsip Prilaku Osganisasi*. Jakarta: PT. Macan Jaya Cemerlang.
- Tubs, Stewart, Sylvia Moss. (2000). *Human Communication (Prinsip-Prinsip Dasar)*. Bandung: Rosda Karya.
- Widjaja, H. A. W. (2000). *Ilmu Komunikasi (Pengantar Studi)*. Jakarta: Rineka Cipta.