

**Consumer Relations PT. First Media Tbk Terkait Layanan Internet Bermasalah
di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading**

YUMNA NUR SHABRINA
Universitas Mercu Buana
Email: yumnans27@gmail.com

Abstract

PT First Media Tbk is an Indonesian public company listed on the Indonesia Stock Exchange. First Media provides internet services, cable television, and data communications. By providing good service to customers, it can impact on the sustainability of the company. Such problems that occur at PT. First Media Tbk. Based on online news www.detik.com, number of customers of PT First Media Tbk complained about their internet services that are often problematic. Therefore, the formulation of the problem in this research is how consumer relations in private companies regarding customer complaints of PT. First Media Tbk related to internet service problem, in Taman Janur Indah Housing, Kelapa Gading? The author uses consumer relations variables. The variable has six dimensions, namely consumer and educational information, unfair and deceptive practices, handling consumer complaints, technology and complaints, marketing and complaints, and corporate liaison. This research uses quantitative research using descriptive method. The author collected the data using questionnaires, with interval scales. The population of this research is First Media customer at Taman Janur Indah Estate, Kelapa Gading, North Jakarta as many as 63 people and has 63 samples. Sampling technique in this research is using the census technique and the central tendency used is mean. The type of validity uses in this research is construction validity. Based on the results of the research of the overall dimension in this research the average citizen of Taman Janur Indah the customer of PT. First Media Tbk assesses the technology uses in responding to customer complaints is good enough, nevertheless the citizen of Taman Janur Indah First Media customers also assess that First Media internet service is often get troubled at the Taman Janur Indah housing complex in February 2017. The conclusion of this research is PT. First Media Tbk has made a good connections to its customers through media technology such as establishing good relationships by responding and handling customer complaints through social media (facebook, twitter), e-mail, or through hotline services. The author recommends that First Media be able to provide fair and deceptive service in order to maintain the trust from customers and public towards the company.

Keywords: Consumer Relations, Customer Complaint, Technology and Complaint

A. PENDAHULUAN

Public relations adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan khalayaknya. Dalam sebuah perusahaan, khalayak atau publik merupakan sasaran utama yang sangat penting keberadaannya. Sebuah perusahaan pasti memiliki khalayak atau publik, salah satunya ialah konsumen. Konsumen adalah pemakai barang atau jasa. Sebagai publik atau khalayak dalam *public relations*, seorang praktisi PR harus membangun hubungan baik dengan konsumennya.

Consumer relations memainkan peran yang semakin penting dari masa-masa sebelumnya dalam praktik *public relations*. Teknik-teknik canggih harus diterapkan untuk memahami kebutuhan para konsumen, meminta komentar mereka, menarik perhatian mereka.

Consumer relations adalah jembatan antara perusahaan dengan konsumen. PT First Media Tbk merupakan perusahaan publik Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. First Media menyediakan jasa layanan internet, televisi kabel, dan komunikasi data. First media menyediakan beragam paket pelayanan yang ditawarkan, seperti paket Unlimited Internet, paket Combo (Wifi + Tv Kabel), dan lain sebagainya.

Berdasarkan berita online www.detik.com, sejumlah pelanggan PT First Media Tbk mengeluhkan keluhan mereka perihal layanan internet yang seringkali bermasalah. Pihak First Media menyatakan telah menanggapi dan menindak lanjuti keluhan-keluhan dari pelanggannya dengan cara menindaklanjuti keluhan pelanggan yang mengeluhkan keluhannya melalui hotline services, email ataupun melalui media sosial twitter dalam akun resminya @FirstMediaCares. Tetapi pihaknya seringkali menemui beberapa kendala dalam melakukan proses tindak lanjut keluhan dari pelanggan, salah satunya dalam menanggapi keluhan pelanggan yang kurang responsif. Pihak First Media melakukan tindak lanjut

kepada pelanggannya melalui telepon, tetapi pelanggan yang mengeluhkan keluhannya tersebut tidak menjawab panggilan telepon dari pihaknya yang ingin menindaklanjuti keluhan dari pelanggan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang penulis ambil adalah bagaimana *consumer relations* di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading?

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui penyebab pelanggan PT. First Media Tbk memberikan keluhan terhadap layanan internet yang bermasalah. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *consumer relations* di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

B. KAJIAN PUSTAKA

Consumer relations adalah jembatan antara perusahaan dengan konsumen. Ketika ongkos pengiriman barang bertambah secara tak terduga, ketika kualitas barang jelek, ketika jaminan tidak dihargai, ketika cabang lokal tidak responsif terhadap permintaan bantuan, ketika ada produk yang tidak aman, ketika iklan menyesatkan, ketika ada orang yang ingin memperbaiki masalahnya namun masalahnya tidak dapat diperbaiki, ketika ada informasi yang diinginkan, ketika ada hal yang benar dan salah. Ada *consumer relations* yang akan menjawabnya. Dengan memberikan jawaban yang terbaik. Perusahaan apa dan bagaimana mereka melakukannya dan berada dibawah pengawasan yang tidak seperti sebelumnya.

Consumer relations merupakan refleksi dari nilai-nilai korporasi tentang bisnis secara umum. Sudut pandang yang digunakan *consumer relations* bukanlah suatu hal yang baru. Perusahaan yang cerdas akan secara terus-menerus mendengarkan konsumennya dan akan melakukan tindakan berdasarkan apa yang mereka

dengar. Tujuan dari *consumer relations* adalah untuk meningkatkan hubungan dan komunikasi perusahaan dengan konsumen dengan cara menyelediki masalah konsumen dan menyampaikan hasilnya kepada manajemen.

Consumer relations yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah, informasi konsumen dan pendidikan, praktik yang tidak adil dan menipu, menangani keluhan konsumen, teknologi dan keluhan, pemasaran dan keluhan, dan penghubung perusahaan. Informasi Konsumen dan Pendidikan Prinsip utama dari advokasi konsumen adalah konsumen kekurangan informasi yang memadai pada saat membuat keputusan ketika membeli atau menggunakan jasa.

Kompleksitas sistem bisnis dan penyebaran produk berkontribusi terhadap kesulitan ini, namun banyak juga masalah yang dibuat oleh konsumen dalam hal penyalahgunaan pemeliharaan dan penggunaan produk yang tidak benar. Praktik yang tidak adil dan menipu merusak hubungan antara pembeli dan penjual terjadi ketika produk dan jasa yang dipromosikan menggunakan cara dan alat yang tidak adil dan menipu.

Banyak konsumen yang memiliki pengalaman buruk dengan produk secara umum, dimana mereka cenderung tidak mudah percaya serta curiga dengan klaim dan janji iklan yang diberikan. Praktisi *public relations* perlu berhati-hati dalam menghadapi konsumen. Penghubung perusahaan adalah peran aktif *consumer relations* dalam perusahaan adalah mengambil keputusan berbicara dengan konsumen.

In-House Ombudsman adalah tempat untuk menyeimbangkan kebutuhan konsumen yang sebenarnya, serta menuntut konsumen untuk aktif dan sebagai tujuan dari organisasi. Keterkaitan Konsep *Public relations* adalah hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen merupakan jembatan penghubung antara konsumen dan perusahaan (penyedia layanan) yang disebut dengan *consumer relations*. Dengan adanya *consumer relations*, merupakan kewajiban utama guna mencapai masa depan dan kesuksesan perusahaan.

Terdapat dua khalayak dari public relations yaitu khalayak internal dan khalayak eksternal. Dalam consumer relations khalayak yang terkait adalah khalayak eksternal yaitu konsumen.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan tersebut menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan pada penelitian consumer relations di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penulis menggunakan metode ini karena penelitian ini ingin menggambarkan suatu realitas yang terjadi. Penelitian ini hanya menggambarkan consumer relations di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading. Pada penelitian yang berjudul *consumer relations* di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

Penulis menggunakan survei dengan membagikan kuesioner guna memperoleh informasi dari keluhan pelanggan yang menggunakan layanan first media Jakarta. Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di kantor PT. First Media yang berada di Gedung Berita Satu Plaza, Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 35-36, Jakarta Selatan.

Unit analisis dalam penelitian *consumer relations* di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading, adalah individu, yaitu pelanggan

internet PT. First Media Tbk di Komplek Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Unit observasi yang dilakukan oleh penulis adalah kelompok yaitu kelompok pelanggan First Media yang mengeluhkan keluhannya kepada pihak First Media melalui email atau telepon, karena penulis ingin meneliti consumer relations di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan First Media di komplek perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading yang berjumlah 63 orang, dalam penelitian mengenai consumer relations di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah, di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel yang diambil dari seluruh jumlah populasi, sehingga penulis menentukan jumlah sampel dari keluhan pelanggan First Media, maka dapat disimpulkan populasi yang didapat untuk menjadi sampel adalah 63 orang pelanggan first media di komplek perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik sensus yaitu mengambil seluruh populasi menjadi sampel penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 63 orang. Penulis menyebarkan kuesioner kepada sampel menggunakan email dengan memberikan lampiran berupa link dari google form, telpon, dan menemui responden secara langsung.

Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup dengan memberikan alternatif jawaban dari yang sangat positif bernilai lima sampai yang sangat negatif bernilai satu. Alternatif jawaban dalam penelitian ini menggunakan skala interval yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (ragu-ragu), 4 (setuju), 5 (sangat setuju).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang bersumber dari website resmi yaitu www.firstmedia.com dan www.detik.com yang menjelaskan tentang program layanan yang disediakan oleh first media kepada pelanggannya mendapatkan keluhan langsung dari pelanggannya.

Untuk mengetahui presentase keluhan pelanggan, peneliti melakukan wawancara langsung dengan narasumber yaitu Ibu Lilies Surjono selaku Marketing Communication PT First Media Tbk dan Bapak Andi selaku Staff Komunikasi kantor cabang First Media Kelapa Gading, berita online seperti www.detik.com dan beberapa buku referensi yang terdapat dalam daftar pustaka.

Pada penelitian ini penulis menggunakan skala interval, dimana skala interval adalah skala yang menunjukkan bobot atau jarak atau interval yang sama.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat satu dimensi yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu dimensi teknologi dan keluhan karena hasil nilai rata-rata atau mean pada tabel atau diagram di atas memperlihatkan nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Dimensi ini memiliki dua indikator, yaitu keluhan konsumen dikirim langsung ke perusahaan dan keluhan konsumen disampaikan melalui teknologi.

Dalam dimensi teknologi dan keluhan, rata-rata responde menjawab setuju. Dalam dimensi teknologi dan keluhan ini rata-rata responden menjawab setuju bahwa pihak First Media menggunakan teknologi guna untuk memaksimalkan hubungannya dengan pelanggan, khususnya dalam menangani keluhan pelanggan.

Hasil penelitian mengenai dimensi teknologi dan keluhan menunjukkan bahwa pihak First Media menangani keluhan para pelanggannya melalui berbagai macam teknologi seperti melalui media sosial (facebook dan twitter) dan melalui

hotline services kantor pusat dan kantor cabang. Selain itu, keluhan pelanggan responden juga ditanggapi dengan baik oleh pihak First Media. Namun terdapat satu dimensi yang memiliki mean terendah yaitu dimensi praktik yang tidak adil dan menipu karena hasil nilai rata-rata atau mean pada tabel atau diagram di atas memperlihatkan nilai yang paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya. Dimensi ini memiliki dua indikator, yaitu produk dan layanan yang dipromosikan tidak adil dan menipu, dan pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa.

Dalam dimensi praktik yang tidak adil dan menipu, rata-rata responden menjawab kearah negatif. Dalam dimensi praktik yang tidak adil dan menipu ini rata-rata responden menjawab tidak setuju yang berarti responden merasa bahwa pihak First Media memberikan layanan yang tidak adil atau tidak sesuai kepada para pelanggannya. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yang mengarah ke arah negatif yakni pihak First Media tidak memberikan layanan yang sesuai dengan yang ditawarkan diawal pembelian kepada para responden.

Hal di atas menunjukkan bahwa First Media harus lebih memerhatikan layanan yang diberikan kepada para pelanggannya. Oleh karena itu, penting untuk memberikan layanan yang sesuai, agar para pelanggan tidak merasa tertipu.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian consumer relations di perusahaan swasta mengenai keluhan pelanggan PT. First Media Tbk terkait layanan internet bermasalah di perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading, pada Februari 2017, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Dimensi dengan nilai mean tertinggi yaitu teknologi dan keluhan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa PT. First Media Tbk sudah melakukan hubungan yang baik kepada pelanggannya melalui media teknologi seperti menjalin hubungan baik dengan menanggapi dan menangani keluhan

pelanggan melalui media sosial (facebook, twitter), e-mail, ataupun melalui *hotline services*.

2. Dimensi dengan nilai mean terendah yaitu praktik yang tidak adil dan menipu. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa PT. First Media Tbk belum memberikan praktik yang adil dan tidak menipu kepada para pelanggannya. Hal ini mengartikan bahwa First Media harus memberikan layanan yang sesuai dengan yang dipromosikan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang penulis berikan kepada *Marketing Communications*:

1. Penulis menyarankan agar PT. First Media Tbk dapat melakukan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dipromosikan kepada pelanggannya saat awal berlangganan
2. Penulis menyarankan kepada pihak First Media untuk selalu memberikan pelayanan dan menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan. Hal ini bertujuan untuk selalu tetap menjaga kepercayaan pelanggan dan publik lainnya terhadap First Media.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, Wahyu. 2010. Panduan SPSS 16.0, Yogyakarta: Gerailmu
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Manajemen Penelitian, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi), Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Buleang, Andi. 2004. Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer, Yogyakarta: Andi
- Dan Lattimore, et all. 2013. Public Relations The Professi & Practice, Singapore: McGraw Hill

- Elvinaro Ardianto. 2013. Handbook of Public Relations, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gulo, W. 2008. Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo
- Hermawan, Asep. 2007. Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif, Jakarta: Grasindo
- Irianto, Agus. 2006. Statistik Konsep Dasar & Aplikasi, Jakarta: Kencana
- Jefkins, Frank. 2003. Public Relations – Disempurnakan oleh Daniel Yadin, Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana
- Malhotra, Naresh. K. 2010. Marketing Research: Sixth Edition, New Jersey: Person Education
- Martono, Nanang. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Jakarta: Rajawali Press
- Morissan, M.A. 2008. Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Professional, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Neuman, W. Lawrence. 2011. Social Research Methods: Seventh Edition, Boston: Person Education
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial, Jakarta: Salemba Humanika
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sangadji, Mamang Etta. 2010. Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta: Refika Aditama
- Silalahi, Ulber. 2010. Metode Penelitian Sosial, Bandung: Refika Aditama
- Umar, Husein. 2008. Riset SDM dalam Organisasi, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Sujianto. E. A. 2007. Aplikasi Statistik dengan SPSS ntuk Pemula, Jakarta: Prestasi Pustaka
- Santoso Singgih. 2008. Panduan Lengkap Menguasai SPSS 11.5, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sumber lain.
- Visi dan Misi Perseroan <http://www.firstmedia.co.id/aboutus/slug:brand-vision>
- Internet First Media Sering Mati Beberapa Bulan Terakhir, <https://m.detik.com/news/suara-pembaca/d-3508005/internetfirstmedia-sering-mati-beberapa-bulan-terakhir>