

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin cepat telah membawa banyak perubahan di berbagai bidang. Setiap organisasi publik maupun bisnis dituntut beradaptasi dengan lingkungan yang semakin tidak menentu. Organisasi harus selalu melakukan inovasi agar dapat meningkatkan layanan di berbagai aspek baik produk barang maupun jasa dan salah satu upayanya adalah dengan menjaga hubungan dengan konsumen (*customer relationship management*). Agar bisa bersaing, organisasi bisnis harus mengenal pesaingnya, mengenali diri sendiri, dan tentunya harus mengenal pelanggannya. Untuk mengenal lebih dekat dengan pelanggan, berbagai upaya dilakukan oleh organisasi. Salah satunya adalah selalu berbagi dan memberikan informasi dengan memanfaatkan jaringan sosial media, Jejaring sosial dimanfaatkan bukan hanya sebagai tempat menemukan teman lama, saling sapa, bertukar video, foto, dan tulisan. Penggunaanya bisa bergabung membentuk grup dengan kesamaan minat dan berdiskusi tentang suatu topik secara interaktif, menjadi sarana untuk mengetahui lebih jauh kebutuhan konsumen. Jejaring sosial itu ibarat komunikasi *word of mouth* tidak menimbulkan konsekuensi biaya tetap tetapi bisa menimbulkan efek stimulasi penjualan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Keller, Kevin. Lane, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Terj. Bob Sabran, (Semarang: Erlangga, 2009),h.20.

Perkembangan teknologi tersebut, bukan hanya tergambar dari jumlah pengguna internet yang mencapai sedikitnya 50 juta pengguna dari 136 juta usia produktif penduduk dan 41 juta pemilik akun facebook, melainkan fakta baru yang menyebutkan media sosial mengubah langkah strategi layanan pelanggan. Saat ini perusahaan yang menggunakan media sosial semakin banyak. Namun, tantangan terbesar yang dihadapi para penanggung jawab komunikasi pemasaran saat ini adalah menentukan strategi komunikasinya dalam lingkungan dan lanskap media yang berubah.

Dalam hal *new media*, media *online* termasuk media sosial digunakan sebagai media *cyberspace* yang menghubungkan antara satu individu dengan individu lain dan juga satu individu dengan masyarakat luar yang berada di seluruh dunia. Berlangsungnya hubungan antara individu tersebut tentu saja dihubungkan dengan penggunaan jaringan internet. New media hadir dengan membawa perubahan terhadap pola komunikasi setiap individu mulai dari yang konvensional hingga komunikasi modern. Salah satu contohnya dapat dilihat dalam pengiriman pesan bagi individu ataupun organisasi. Pengiriman pesan konvensional dilakukan melalui pemanfaatan jasa kurir atau via pos, sedangkan dengan media komunikasi modern dapat memanfaatkan jaringan internet melalui email. Saat ini, penggunaan media online tersebut tidak hanya digunakan bagi kalangan individu. Tetapi, banyak digunakan oleh kalangan profesional, organisasi ataupun instansi-instansi untuk melakukan hubungan

dengan publiknya. Baik kepada publik internal perusahaan, organisasi atau instansi yang bersangkutan maupun publik eksternal mereka.<sup>1</sup>

Perguruan tinggi sebagai organisasi nirlaba dituntut agar dapat memberikan layanan jasa pendidikan yang berkualitas bagi mahasiswa sehingga bisa mendapat pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Pentingnya perbaikan sistem kualitas pada perguruan tinggi secara berkelanjutan harus berorientasi pelanggan, dengan fokus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mekanisme yang ada. Ini merupakan strategi lembaga agar bisa bersaing dengan para kompetitornya. Dengan keberagaman kondisi mahasiswa yang tersebar dan mempunyai latar belakang yang heterogen, tentunya membutuhkan upaya yang keras dari perguruan tinggi agar dapat meningkatkan kualitas layanan registrasi, pembelian dan pengiriman bahan ajar, bantuan belajar bagi mahasiswa, ujian akhir semester, dan layanan akademik lainnya.<sup>2</sup>

Fakultas Tarbiyah dan ilmu keguruan (FTIK) merupakan fakultas yang lebih awal dibentuk dari fakultas lainnya yang ada di IAIN Kendari. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) merupakan fakultas selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas layanannya dengan harapan agar dapat memberi layanan yang dapat dirasakan baik oleh setiap mahasiswa.

Untuk dapat lebih mendekatkan diri dengan mahasiswa sebagai pelanggan, fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan (FTIK) IAIN Kendari

---

<sup>1</sup>*Ibid*, h.25.

<sup>2</sup>Rusady Ruslan., *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2005),h.12.

menggunakan media digital untuk layanan *online* antara lain dengan memanfaatkan jejaring sosial, Harapannya dengan layanan yang diberikan dapat memberikan informasi bagi mahasiswa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan layanan operasional, baik layanan administrasi maupun informasi akademik. Jejaring sosial yang dimanfaatkan oleh FTIK IAIN Kendari salah satunya adalah facebook. Untuk mendukung layanan online yang diberikan pada mahasiswa langsung pada sasarannya, maka dibuatlah akun Facebook dengan nama TU FTIK IAIN KENDARI. Awal mula pembentukan akun facebook ini adalah bertujuan sebagai media share informasi-informasi yang ada yang bukan hanya kepada mahasiswa dan para dosen tetapi juga berimplikasi pada pada banyak orang yang melihat dan membaca informasi tersebut. Diharapkan dengan layanan online berbasis jejaring sosial ini dapat menjadi media untuk saling sharing antara mahasiswa FTIK Dan juga sebagai media untuk penanganan keluhan yang ada pada pelayanan administrasi TU FTIK selain itu, hal ini juga memberikan kemudahan dalam berkomunikasi kepada mahasiswa dan dosen maupun alumni FTIK.<sup>1</sup>

Oleh karena itu, dibentuklah akun media sosial facebook tersebut yang dibuat langsung oleh Kabag TU FTIK Iain Kendari. Dengan harapan bahwa Hal-hal yang menjadi permasalahan dalam proses layanan jasa seperti keluhan mahasiswa dan yang berkaitan dengan komunikasi yang seharusnya dua arah yang disesuaikan dengan waktu dan kesempatan masing-masing individu, Tidak adanya media khusus untuk selalu mengupdate berita atau melayani

---

<sup>1</sup>Amari, Kabag TU FTIK, *Wawancara*, Kendari, 15 februari 2018.

mahasiswa yang bertanya, juga merupakan masalah yang seharusnya diperhatikan karena jejaring sosial ini bisa menjadi media yang efektif bagi layanan administrasi dan secara tidak langsung bisa sebagai media promosi Fakultas.

Faktor lain juga perlu diperhatikan adalah penanganan keluhan dari mahasiswa yang bisa disampaikan secara langsung dari admin akun facebook yang berfungsi sebagai *customer service*. Kecepatan penanganan, keramahan, serta kemudahan prosedur akan membuat pelanggan semakin senang terhadap pelayanan.

Proses penanganan keluhan yang dimaksud peneliti dalam hal ini menyangkut hal-hal yang disampaikan mahasiswa terkait keluhan yang diberikan dan keluhan tersebut direspon oleh pihak yang bersangkutan seperti contoh pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.1 Respon Dalam Penanganan Keluhan Mahasiswa FTIK  
(Sumber : facebook.com /TU FTIK Iain Kendari)

*Customer service* berbasis medsos yang diberikan oleh Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) IAIN Kendari dapat diartikan sebagai sebuah proses penanganan keluhan melalui media sosial yang dilakukan kepada Dosen maupun Mahasiswa. Penanganan keluhan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberi kebebasan pada mahasiswa, dosen maupun staf dalam menyampaikan kritik dan saran yang dapat menjadi faktor pembentuk hubungan baik antara pihak manajemen dan sasaran manajemen tersebut. Dalam hal ini, komplain yang diberikan dapat berupa hal-hal yang menyangkut tentang ketidaksesuaian antara harapan yang dimiliki oleh pihak-pihak terkait dengan apa yang didapatkan oleh mereka. Komplain tersebut dapat diberikan melalui media yang telah disediakan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) IAIN Kendari yaitu dapat melalui akun Facebook dapat dikatakan juga sebagai sebuah perkembangan fasilitas pada Facebook dan memungkinkan antar individu yang memiliki minat atau kepentingan sama untuk dapat saling bertukar informasi. Akun tersebut digunakan sebagai media diskusi yang lebih efektif.

Efektifnya penggunaan akun facebook dapat dilihat sebab admin akun Facebook mampu mengolah dan mengatur banyak individu yang tersebut ingin mendapatkan informasi yang sama dan dalam waktu yang lebih cepat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih pada penangan keluhan di Facebook, peneliti melihat bagaimana proses yang dilakukan oleh Bapak Amari (Kabag FTIK) dalam memberikan informasi dan melakukan *handling complaint* pada Mahasiswa, dosen ataupun alumni FTIK. Juga melihat

bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap penanganan keluhan berbasis media facebook tersebut dalam hal pelayanan administrasi, akademik, sebagai media informasi dan lain sebagainya. Dengan melihat efektifitas dan efisiensi pelayanan.

Berangkat dari latar belakang tersebut Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu mengenai “*Customer Service* Berbasis Media sosial *Facebook* (Studi Efektifitas Dan Efisiensi Pelayanan Administrasi TU FTIK IAIN Kendari)”

#### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah mengenai *Customer Service* Berbasis Medsos Facebook (Studi Efektifitas Dan Efisiensi Pelayanan Administrasi TU FTIK IAIN Kendari )”

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses *customerservice* berbasis *facebook* di TU FTIK IAIN Kendari?
2. Bagaimana kualitas *customer service* melalui facebook (Efektifitas dan Efisiensi) di TU FTIK IAIN Kendari?

#### **D. Tujuan**

Berdasarkan Rumusan masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses *customerservice* berbasis *facebook* di tu FTIK IAIN kendari.
2. Untuk mengetahui kualitas *customer service* melalui facebook (Efektifitas dan Efisiensi) di TU FTIK IAIN Kendari.

#### **E. Manfaat**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

- a. Menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Pelayanan administrasi melalui facebook.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan “*CustomerService* Berbasis Media Sosial *Facebook* (Studi Efektifitas Dan Efisiensi Pelayanan Administrasi TU FTIK IAIN Kendari” Dengan membuat unit komplain yang secara hipotek akan menampung komplain-komplain kaitannya dengan pelayanan akan memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

##### 2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data atau informasi tentang persoalan yang menimbulkan munculnya komplain (keluhan) dari mahasiswa khususnya di fakultas tarbiyah.



- b. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai pengelolaan komplain (keluhan) mahasiswa
- c. Memberikan gambaran mengenai usaha yang dilakukan Kabag TU FTIK untuk mengatasi hambatan dalam mengelola komplain (keluhan).
- d. Selain itu, data yang akurat dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan oleh FTIK IAIN Kendari untuk memperbaiki kinerja dan mutu pelayanan kepada pelanggan sebagai penerima layanan (mahasiswa).

#### **F. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman penafsiran judul dalam penelitian ini, maka penulis akan memberikan penjelasan dan penegasan istilah judul sebagai berikut:

##### 1. *Customer Service* Berbasis Media Sosial *Facebook*

*Customer Service* dalam penelitian ini Adalah suatu kegiatan penanganan keluhan yang berlangsung di akun media sosial facebook TU FTIK , dimana pada kegiatan ini *customer service* memiliki peran penting sebagai penghubung TU dengan mahasiswa dan termasuk menerima keluhan/masalah dalam mencari jalan keluar yang dihadapi oleh mahasiswa yang mengajukan pertanyaan melalui facebook.

##### 2. Kualitas *customer service* melalui facebook (Efektifitas dan Efisiensi).

Kualitas pelayanan adalah merupakan gambaran dari sebuah proses dimana untuk melihat efektifitas dan efisiensi dari *customer service*

berbasis media sosial facebook sebagai penghubung dalam memberikan informasi kepada mahasiswa terkait berbagai persoalan akademik dan sebagai tolak ukur untuk melihat efektifnya proses penanganan keluhan yang berlangsung di media sosial *facebook*.