

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari proses timbal balik sinyal-sinyal yang dipertukarkan untuk memberi informasi, instruksi, atau membujuk berdasarkan arti bersama dan dikondisikan oleh hubungan komunikator dan konteks sosial. Bukan hanya pemerintah yang memerlukan komunikasi, namun di dalam dunia bisnis, komunikasi telah menjadi satu alat penting untuk menjamin kesinambungan perusahaan. Untuk menghadapi kompetisi global yang semakin dashyat, setiap perusahaan berusaha untuk memperlengkapi organisasinya dengan praktisi humas yang handal.

Sebagaimana kita ketahui bahwa praktisi humas ini bekerja diberbagai lembaga seperti: bisnis, koperasi, yayasan, rumah sakit, sekolah, perguruan tinggi, lembaga keagamaan, pemerintahan. Untuk mencapai tujuan mereka, lembaga-lembaga ini harus membina hubungan yang efektif dengan beragam masyarakat seperti: karyawan, anggota, pelanggan, lembaga lainnya, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan.

Praktisi komunikasi mengemban beragam tugas sesuai dengan jenis perusahaan dimana dia bertugas, misalnya di sektor: (1) manufaktur, melayani dalam pembentukan citra merek dan promosi produk, (2) pemerintahan, memberikan jasanya dalam hal sosialisasi kebijakan, penyuluhan kepada masyarakat, program wajib belajar, imunisasi dll., (3) pariwisata, praktisi humas melayani sebagai konsultan tujuan wisata dan biro perjalanan, termasuk hotel dan hiburan dan (4) keagamaan, praktisi humas memberikan jasanya dalam bidang dakwah, kerukunan umat beragama.





Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang dahulu Institut Bisnis dan Informatika Indonesia pada tahun 2005 menambah empat program studi baru jenjang S1 yaitu : Sistem Informasi (SI), Teknik Informatika (TI), Ilmu Komunikasi (IlKom), dan Ilmu Administrasi Bisnis (IAB). Salah satunya Program Studi Ilmu Komunikasi yang sampai sekarang eksistensinya sudah tidak diragukan lagi.

Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan salah satu program studi yang ada di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan Bapak Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi. Selain itu beberapa Dosen Tetap yakni Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., M.A(Comms), Ibu Gloria Agustiningih, S.Sos., M.Si. dan Ibu Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.

Para mahasiswa yang memilih Program Studi Ilmu Komunikasi akan difokuskan untuk memilih salah satu dari dua konsentrasi yang ditawarkan, yaitu *Broadcasting* dan *Marketing Communication* dimana masing-masing konsentrasi tersebut memiliki keunggulannya masing-masing.

Dinamika dan cakupan dunia penyiaran (*broadcasting*) dan komunikasi pemasaran (*Integrated Marketing Communication*) yang sangat intensif dan luas dewasa ini membutuhkan banyak tenaga handal.

Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memberikan kesempatan yang luas bagi Anda yang ingin mengembangkan diri menjadi tenaga profesional dalam Ilmu komunikasi.

Broadcasting antara lain mempelajari: untuk keahlian televisi menguasai keahlian memproduksi sebuah program televisi maupun *talk show*, teknik editing, melakukan reportase dan penulisan skrip berita. Untuk Radio: Menguasai keahlian memproduksi program radio dan juga dapat melakukan reportase dengan baik.

Marketing Communication antara lain mempelajari: mempelajari langkah-langkah pemasaran dalam *Integrated Marketing Communication*, terutama dalam hal promosi melalui periklanan mulai dari penelitian di lapangan, pembuatan konsep periklanan, sampai pada perealisasi konsep tersebut menjadi *story board* maupun naskah iklan. Kemampuan untuk bekerja dalam *event* tertentu, menerapkan teknik-teknik *sales promotion*, menjadi *public relation* yang berkualifikasi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebarkan suka atau tidaknya kepada pihak lain.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebarkan suka atau tidaknya kepada pihak lain untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



menjalankan *direct marketing* dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada pun turut diasah dalam konsentrasi *Marketing Communication*.

Karena keeksistensian Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, pada tanggal 29 Juni 2013 akhirnya mendapatkan akreditasi B. Akhirnya selama hampir delapan tahun berdiri, Program Studi Ilmu Komunikasi bisa mendapatkan akreditasi.

Menurut Komite Akreditasi Nasional (2004, diakses pada 11 Oktober 2013). Akreditasi adalah sebuah pengakuan untuk kompetensi kredibilitas, kemandirian dan integritas dari Lembaga penilaian kesesuaian (LPK) dalam rangka melaksanakan kegiatan penilaian kesesuaian.

Definisi resmi dari ISO untuk akreditasi adalah “pengesahan pihak ketiga terkait dengan menunjukkan kompetensi Lembaga penilaian kesesuaian untuk melaksanakan tugas-tugas penilaian kesesuaian tertentu.” (ISO / IEC 17000:2004)

Pertanyaan permasalahannya adalah apakah akreditasi terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah diperoleh dapat meningkatkan persepsi mahasiswa terhadap kualitas Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Indonesia? . Untuk mengetahui persepsi kualitas meningkat atau menurun maka perlu dibandingkan persepsi kualitas sebelum dan setelah (dikondisikan) akreditasi.

Sedangkan dalam suatu kualitas jasa terdapat dimensi-dimensi yang menjadi tolak ukur dari kualitas suatu jasa. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi utama pada kualitas jasa, yaitu :

Gambar 1.1
Dimensi Kualitas Jasa



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti: “Persepsi Kualitas, Kepuasan dan Loyalitas sebagai Dampak Kesadaran akan Akreditasi terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie”

B. Rumusan Masalah

Adanya proses akreditasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, membuat timbulnya persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi terutama persepsi terhadap kualitasnya.

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memiliki persepsi kualitas sebagai dampak dari proses akreditasi (dikondisikan melalui *treatment*). Akreditasi juga akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Inilah masalah yang ingin dipelajari dalam penelitian ini.

C. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian terhadap “Persepsi Kualitas, Kepuasan dan Loyalitas sebagai Dampak Kesadaran akan Akreditasi terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie” ini, identifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana dampak kesadaran akan akreditasi terhadap persepsi kualitas ?
2. Bagaimana dampak kesadaran akan akreditasi terhadap kepuasan ?
3. Bagaimana dampak kesadaran akan akreditasi terhadap loyalitas ?



D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian terhadap “Persepsi Kualitas, Kepuasan dan Loyalitas sebagai Dampak Kesadaran akan Akreditasi terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie” ini, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dampak kesadaran akan akreditasi terhadap persepsi kualitas mahasiswa terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

2. Untuk mengetahui dampak kesadaran akan akreditasi terhadap kepuasan dan loyalitas terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Akademis

- Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya dampak kesadaran akan akreditasi terhadap persepsi kualitas, kepuasan dan loyalitas.
- Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- Dapat dipertimbangkan sebagai masukan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.