

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Praktisi Humas dalam sebuah lembaga baik swasta maupun pemerintahan dalam memajukan lembaga begitu terlihat peranannya, setidaknya ada beberapa hal yang menjadi tujuan Humas dalam sebuah organisasi, yaitu menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra (Neni, 43:2007). Keempat hal itulah yang menjadi tujuan utama dari seorang praktisi humas, namun yang harus dipahami adalah bukan hanya citra yang menjadi tujuan utama dari Humas, praktisi Humas pun harus memikirkan bagaimana caranya membuat sebuah strategi pelayanan yang prima terhadap publiknya sehingga akan berdampak positif terhadap organisasinya.

Selama menjalankan tugasnya dalam mewujudkan tujuan lembaga dibutuhkan sebuah proses yang panjang, juga diperlukan sebuah strategi yang sistematis dan terencana. Artinya bahwa seorang praktisi Humas dituntut untuk memiliki kemampuan manajerial yang baik serta memiliki kompetensi yang baik pula di bidang humas itu sendiri sehingga hal tersebut akan mempengaruhi terhadap tercapai atau tidaknya tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Seorang praktisi Humas juga harus pintar menganalisis dan memahami mengenai perilaku konsumen, tentang apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan, di samping itu harus mampu mengetahui variabel-variabel dari pelayanan prima yang nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Jaman sekarang, seorang humas diuntut untuk mampu menyesuaikan dengan perkembangan jaman terutama dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat. Unit-unit pelayanan sebuah lembaga yang dahulu hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan.

Unit layanan yang mampu melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan prima yang memiliki daya saing untuk mampu berbicara dalam bisnis jasa, hal tersebut dijadikan tolok ukur untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan dalam hal pelayanan terhadap pelanggan.

Suatu kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan, dengan kata lain adalah penting mendengarkan suara pelanggan kemudian membantunya untuk memformulasikan kebutuhannya. Kemampuan profesional para pemberi jasa diuji pada bagian ini, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan..

Perkembangan dunia jasa dewasa ini dikenal istilah pelayanan prima. Definisi pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar pelayanan tertentu. Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Kita dapat melihat untuk memberikan sebuah pelayanan yang prima kepada pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi bila beberapa hal yang tersebut di atas dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Begitupun dengan perusahaan jasa, saat ini seiring perkembangan jaman dan teknologi ada perubahan yang mendasar dalam perusahaan jasa. Dahulu pelayanan yang mengedepankan kualitas pelayanan prima itu hanya dilakukan oleh lembaga-lembaga yang sifatnya *profit oriented*, namun saat ini tidak hanya perusahaan yang seperti itu yang melakukan kegiatan pelayanan prima, beberapa lembaga pemerintah yang *nonprofit oriented* juga melakukan kegiatan pelayanan tersebut seperti yang dilakukan oleh perusahaan yang orientasinya keuntungan.

Museum Geologi adalah salah satu lembaga pemerintah yang melakukan itu. Museum yang terletak di Jalan Diponegoro no.57 Bandung ini menyadari bahwa pelayanan prima yang mengedepankan kualitas pengunjung merupakan sebuah kebutuhan yang senantiasa harus dipenuhi, walaupun sebenarnya Museum Geologi bukan museum yang sifatnya *profit oriented*, namun karena Museum Geologi menyadari bahwa masyarakat mulai menjadikan Museum Geologi sebagai wisata edukasi bagi pelajar, mahasiswa ataupun masyarakat umum ataupun asing maka Museum Geologi melakukan hal tersebut.

Kegiatan operasional Museum Geologi Bandung dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar pengunjung merasa puas dan tidak merasa kecewa. Peningkatan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung adalah pada bagian *security*, reservasi dan pemandu (*guide*). Hal tersebut disebabkan karena pengunjung memiliki frekuensi berinteraksi yang cukup tinggi dengan bagian tersebut, namun tidak hanya pada bagian tersebut ada bagian lain yang harus diperhatikan oleh Museum Geologi yaitu fasilitas penunjang berupa toilet yang bersih, tempat parkir ataupun fasilitas penunjang lainnya.

Berbicara tentang museum yang ada di Indonesia khususnya di Bandung, museum yang berada dibawah kementerian ESDM ini memiliki keunggulan-keunggulan yang berbeda dengan museum lainnya di Bandung seperti museum Sri Baduga, Museum Konferensi Asia-Afrika ataupun museum lainnya seperti tersedianya

pemandu khusus bagi pengunjung, juga tersedianya teknologi modern di dalam museum, sehingga Museum Geologi Bandung tidak perlu lagi dipertanyakan eksistensinya. Bukti bahwa museum geologi diterima di hati masyarakat dan memiliki pelayanan prima yang cukup baik adalah dengan banyaknya prestasi-prestasi membanggakan yang diperoleh oleh museum geologi salah satu contohnya adalah museum pintar dan museum menyenangkan 2014, juga dengan banyaknya pengunjung museum yang mencapai 500 ribu orang pada tahun 2014.

Atas dasar itulah yang menjadi alasan penulis untuk meneliti kegiatan pelayanan prima di Museum Geologi Bandung. Penulis ingin mengetahui sejauh mana pelayanan prima Museum Geologi Bandung serta dampak meningkatkan loyalitas dan kepuasan para pengunjungnya.

1.2 Rumusan Penelitian

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Pelayanan Prima Museum Geologi Bandung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian dan rumusan masalah, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana Aspek Bukti Fisik Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ?
2. Bagaimana Aspek Keandalan Pegawai Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ?
3. Bagaimana Aspek Sikap Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ?
4. Bagaimana Aspek Penampilan Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ?

5. Bagaimana Aspek Perhatian Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dengan penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui Aspek Bukti Fisik pelayanan prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Untuk mengetahui Aspek Keandalan pelayanan prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Untuk mengetahui Aspek Sikap Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
4. Untuk mengetahui Aspek Penampilan Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
5. Untuk mengetahui Aspek Perhatian Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Aspek Teoritis
 - a. Bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan pengetahuan tentang pelaksanaan pelayanan prima di Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.
 - b. Menambah wawasan bagi penulis mengenai pelayanan prima di Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya.
2. Aspek Praktis
 - a. Memberikan masukan yang bermanfaat bagi Museum Geologi Bandung khususnya bidang Humas sebagai ujung tombak kegiatan kehumasan

- b. Berguna untuk pengembangan kemampuan dan penguasaan ilmu-ilmu yang pernah diperoleh peneliti secara akademis di Jurusan Ilmu Komunikasi prodi Hubungan Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam perkembangan dunia jasa dikenal dengan istilah pelayanan prima. Definisi pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.

Pelayanan prima adalah kemampuan maksimum seorang melalui sentuhan kemanusiaan dalam melayani atau berhubungan dengan orang lain. Pelayanan prima juga dapat berarti upaya maksimum yang mampu diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai suatu tingkat kepuasan tertentu.

Prinsip-prinsip pelayanan prima dalam (Barata, 31:2006) mencakup tiga aspek yang disebut 3A yaitu, kita harus menyajikan *attitude* (sikap), kita harus memberikan *attention* (perhatian), dan *action* (tindakan).

a. Konsep *Attitude* (Sikap)

Keberhasilan bisnis industri jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat didalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Jika kalian menjadi karyawan suatu perusahaan, sikap kalian akan menggambarkan perusahaan kalian. Kalian akan mewakili citra perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung. Pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama dalam berhubungan dengan orang-orang yang terlibat

dalam perusahaan tersebut. Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah:

- a) Sikap pelayanan prima berarti mempunyai rasa kebanggaan terhadap pekerjaan
- b) Memiliki pengabdian yang besar terhadap pekerjaan
- c) Senantiasa menjaga martabat dan nama baik perusahaan
- d) Sikap pelayanan prima adalah: “benar atau salah tetap perusahaan saya
“(right or wrong is my corporate)

Sedangkan pelayanan prima berdasarkan konsep *attitude* meliputi tiga prinsip:

- a) Melayani pelanggan berdasarkan penampilan yang sopan dan rapi.
- b) Melayani pelanggan dengan berfikiran positif, sehat dan logis.
- c) Melayani pelanggan dengan sikap menghargai.

b. Konsep *Attention* (Perhatian)

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/jasa yang kita tawarkan, segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya. Hal-hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian adalah sebagai berikut:

- a) Mengucapkan salam pembuka pembicaraan.
- b) Menanyakan apa saja keinginan pelanggan.
- c) Mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan.
- d) Melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah

Sedangkan pelayanan prima berdasarkan konsep *attention* (perhatian) meliputi tiga prinsip:

- a) Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan.
- b) Mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan.
- c) Mencurahkan perhatian penuh kepada para pelanggan.

c. Konsep Action (Tindakan)

Pada konsep perhatian, pelanggan menunjukkan minat untuk membeli produk yang kita tawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah menjatuhkan pilihan untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual-beli. Bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep tindakan adalah sebagai berikut:

- a) Segera mencatat pesanan pelanggan.
- b) Menegaskan kembali kebutuhan/pesanan pelanggan.
- c) Menyelesaikan transaksi pembayaran pesanan pelanggan.
- d) Mewujudkan kebutuhan para pelanggan.
- e) Mengucapkan terimakasih diiringi harapan pelanggan akan kembali lagi.

Dalam memberikan layanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada variable pelayanan prima yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Menurut Barata (2004;31) pelayanan prima terdiri enam unsur pokok, antara lain:

1. Kemampuan (*Ability*), adalah dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi

yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan public relations sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan.

2. Sikap (*attitude*), adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan.
3. Penampilan (*Appearance*), adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik maupun yang bersifat non fisik yang mampu mereflesikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
4. Perhatian (*Attention*), adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritikan.
5. Tindakan (*action*), adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada para pelanggan.
6. Tanggungjawab (*Accounttability*), adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Sedangkan Parasuraman, Berry dan Zeitheml (Irawan, 57:2002) juga menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *service quality* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Untuk lebih menjelaskan pembahasan mengenai dimensi *SerQual* (*service quality*) maka dibawah ini dijabarkan secara mendetail mengenai kelima dimensi konsep *SerQual*, antara lain:

1. *Tangible* (hal-hal yang terlihat)

Adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah sebagai berikut:

- a. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan:
 - i. Kondisi gedung
 - ii. Kondisi saran penunjang kegiatan sehari-hari
- b. Penampilan dalam perusahaan:
 - i. kondisi kebersihan
 - ii. suasana dalam gedung
 - iii. sirkulasi udara
 - iv. pencahayaan dalam ruangan
 - v. jumlah loket yang tersedia

- vi. poster, spanduk atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari

2. *Reliability* (kehandalan)

Dalam unsur ini, perusahaan dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan atau kegagalan, dengan kata lain produk atau jasa harus selalu baik dan terawat. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa tertipu, selain itu perusahaan harus menepati janji kepada pelanggan. Indikator yang dapat diukur dari *reliability* adalah sebagai berikut:

- a. memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Restoran cepat saji menggunakan jam pengukuran sebagai komitmen untuk melayani pelanggan dengan pelayanan cepat. Bila satu menit telah berlalu dan pelanggan belum menerima menu pesanan, maka pihak restoran akan memberikan bonus menu lain. Para pegawai juga harus memperhatikan janji spesifik pada pelanggan. Unsur lain yang juga paling penting dalam hal cepat tanggap ini adalah pegawai selalu siap membantu pelanggan. Adapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator yang dapat diukur dari *responsiveness* adalah sebagai berikut:

- a. karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.

c. Keinginan untuk membantu pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, pegawai dalam sebuah perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang masing-masing. faktor keamanan, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila mencoba menipu pelanggan, selain itu pegawai juga harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang.

Dalam hal ini perilaku karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Selain kedua faktor yang telah dijelaskan diatas, ada indikator dari pengukuran assurance seperti yang terdapat dibawah ini:

- a. karyawan memberitahu konsumen, tentang pelayanan apa yang dibutuhkan konsumen dan apa yang harus dikerjakan.
- b. Sikap karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukan terjamin.

5. *Empathy* (empati)

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap karyawan atau pegawai perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik lewat telepon maupun bertemu langsung. Pegawai juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan seperti orang tua yang cerewet.

Elemen-elemen kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas, harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut menimbulkan kesenjangan

antara perusahaan dan pelanggan karena perbedaan persepsi tentang wujud pelayanan yang diberikan mengalami perbedaan dengan harapan pelanggan.

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk karyawan memerhatikan pelanggannya. Untuk menghasilkan orientasi kualitas pelayanan, karyawan harus merasa seperti hal-hal berikut ini:

- a. Setiap pelanggan adalah orang yang penting dalam bisnis.
- b. Pelanggan tidak bergantung pada produsen, tetapi produsen yang bergantung pada pelanggan.
- c. Pelanggan tidak mengganggu kerja karyawan justru pelanggan memberi karyawan pekerjaan.
- d. Pelanggan adalah manusia memiliki perasaan dan emosi.
- e. Pelanggan adalah bagian dari bisnis perusahaan, bukan pihak luar.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Museum Geologi Bandung yang terletak di jalan Diponegoro No. 57 Bandung, Jawa Barat.

1.7.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena menggambarkan strategi Pelayanan Prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjungnya. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian.

1.7.3 Jenis Data Penelitian

Jenis data adalah data-data yang digunakan oleh peneliti berupa fakta atau angka. Data-data tersebut diperoleh dari sumber-sumber yang peneliti anggap sesuai dan relevan dengan rumusan masalah. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang

pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris, baik penelitian kualitatif maupun kuantitatif memiliki desain yang sama namun yang membedakan adalah kemampuan peneliti itu sendiri. Penulis menggunakan penelitian kualitatif untuk menjawab dan menguraikan pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

1. Data mengenai Aspek Bukti Fisik pelayanan prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Data mengenai Aspek Keandalan pelayanan prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Data mengenai Aspek Sikap Pelayanan prima Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
4. Data mengenai Aspek Penampilan Pegawai Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
5. Data mengenai Aspek Perhatian Museum Geologi Bandung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang datanya diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak terkait yang memiliki wewenang terkait judul penelitian, seperti Kepala Museum, Bagian Pelayanan Publik dan Humas, dll. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari berbagai literature yang sesuai dengan tema penelitian. Dalam hal ini majalah, dokumen-dokumen dan lain-lain yang terkait dengan focus penelitian.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah segala keterangan atau informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera, dengan metode ini maka peneliti dapat ikut terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati atau dapat dikatakan ikut serta sebagai pemain agar memperoleh data yang sebenarnya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip dari lembaga yang diteliti berupa catatan, majalah, buku dan lain-lain.

3. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode untuk memperoleh data dengan bertanya secara langsung kepada responden dengan menggunakan kuisioner yang telah dirancang dan dipersiapkan. Metode ini sangat membantu peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi serta dapat dijadikan pembandingan dengan pendapat lainnya agar mendapatkan kebenaran yang lebih valid. Wawancara dibagi menjadi beberapa jenis yaitu, wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tak berstruktur. Penelitian tersebut penulis menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yang artinya wawancara dilaksanakan lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul. Analisis data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema, maka dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu observasi dan wawancara. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah penyusunan dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Tahapan akhir pada analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data serta mengambil kesimpulan.

Analisis data dilakukan dengan lima cara:

- 1) Klasifikasi dan kategorisasi data
- 2) Reduksi data, adalah pengertian ulang dari semua data dan uraian yang terarah sistemik
- 3) Display data, adalah paparan data disertai analisis awal
- 4) Mencari hubungan data dengan teori-teori studi kepustakaan
- 5) Kesimpulan dan verifikasi, data yang sudah dikumpulkan kemudian dijadikan sebuah laporan tertulis.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG