

KUALITAS LAYANAN FASILITAS OLAHRAGA 
THE VILLAS KELAPA GADING SQUARE, JAKARTA UTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama: Try Agustina

NIM: 1206015090

Peminatan: Humas



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Try Agustina

NIM : 1206015090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Humas

Judul : Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Agustus 2017

Yang Menyatakan



Try Agustina

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara

Nama : Try Agustina

NIM : 1206015090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Humas



Pembimbing I

Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Tanggal: 28 Juli 2017

Pembimbing II

Dr. Maryono Basuki, M.Si.

Tanggal: 27 Juli 2017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

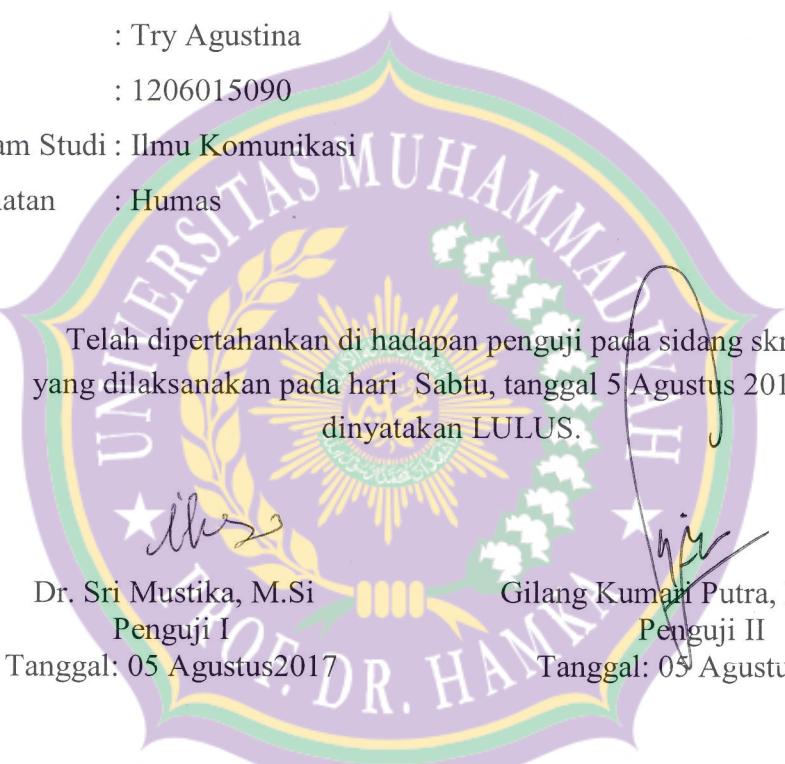
Judul Skripsi : Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara

Nama : Try Agustina

NIM : 1206015090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Humas



Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 5 Agustus 2017, dan dinyatakan LULUS.

Dr. Sri Mustika, M.Si
Penguji I

Tanggal: 05 Agustus2017

Gilang Kumari Putra, M.I.Kom
Penguji II

Tanggal: 05 Agustus2017

Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
Pembimbing I
Tanggal: 05 Agustus2017

Dr. Maryono Basuki, M.Si.
Pembimbing II
Tanggal: 05 Agustus2017

Mengetahui,
Dekan

Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul : Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara
Nama : Try Agustina
NIM : 1206015090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 96 + lv halaman + 16 tabel + 5 gambar + 30 lampiran + 32 bibliografi
Kata Kunci : Kualitas, Fasilitas Olahraga, The Villas.

The Villas Kelapa Gading Square ialah hunian perumahan di atas Mall of Indonesia dengan konsep *One Stop Living* yang memudahkan penghuni dalam segala aspek di dalam satu lingkungan, seperti berbelanja, sekolah, rumah sakit, akses jalan strategis, berolah raga dan fasilitas pendukung lainnya. Salah satu fasilitas olahraga seperti *Fitness center*, kolam renang, lapangan basket dan tenis didalam *club house area*. Rumusan masalah penelitian ini, adalah “Bagaimana Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara ??”

Paradigma penelitian adalah positivism dengan teori yang digunakan dalam penelitian adalah Teori Pelayanan Prima dengan konsep Sepuluh Faktor Penentu Kualitas Layanan Jasa menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1985: 41-50).

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah survei. Populasi penelitian adalah penghuni perumahan The Villas, pengguna fasilitas olahraga di The Villas. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas serta menganalisi data menggunakan statistik deskriptif.

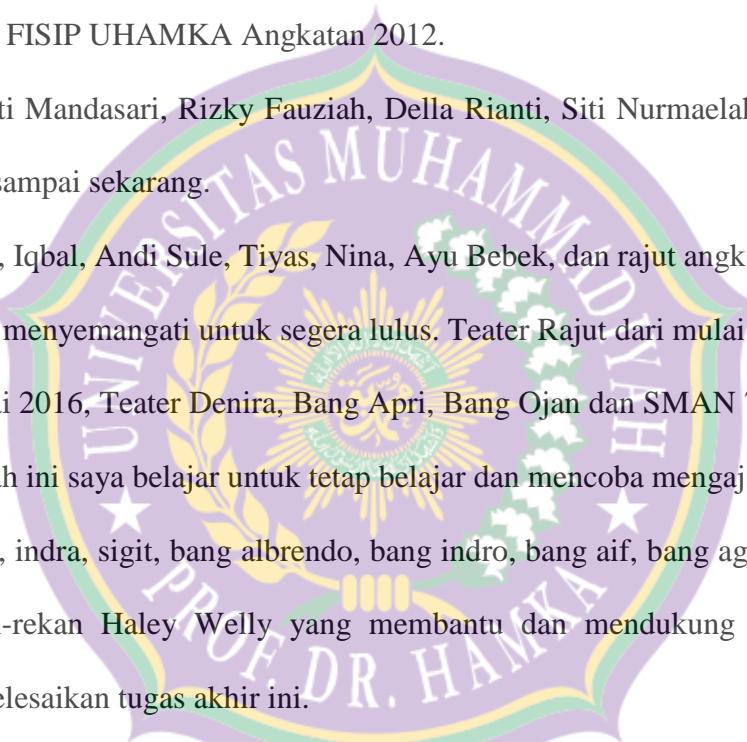
Hasil penelitian didapat dari skor distribusi frekuensi pada Fitness center di kategori tinggi kisaran 70,58-91,72 dengan skor item 3838 dan hasil jawaban netral cenderung buruk. Artinya petugas pelayanan harus melakukan perbaikan dalam pelayanan oleh petugas pelayanan fasilitas. Sementara distribusi frekuensi club house pada kategori tinggi yaitu 66,46-76,23 dengan skor item 4034 dan hasil jawaban terbanyak baik cenderung netral yang artinya pelayanan di club house sudah baik.

KATA PENGANTAR

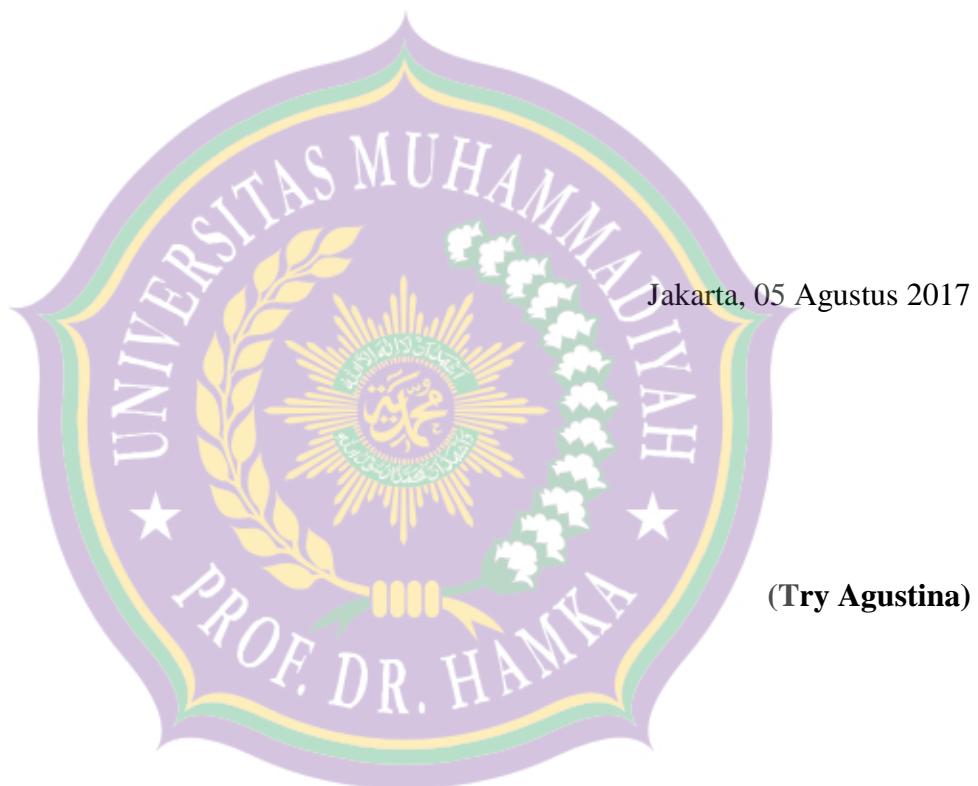
Puji Syukur ke hadirat Allah Swt, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi berjudul “Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara” ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga tercinta, Ayahanda Abdul Tamar Azis dan Ibunda Azizah, kakak-kakaku Nurmasari Tamar, Julianto Tamar dan saudara kembarku Try Agustini Tamar tersayang yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti.
2. Said Romadlan, S.Sos., M.Si. Dekan FISIP UHAMKA.
3. Dr. Sri Mustika, M.Si. Wakil Dekan FISIP UHAMKA.
4. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom. Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
5. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si. dosen pembimbing I yang telah memotivasi dan sabar membimbing penulis.

- 
6. Dr. Maryono Basuki, M.Si. dosen pembimbing II skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga.
 7. Drs. Daniel Fernandez, M.Si. dosen pembimbing akademik
 8. Cantik Dhentasha AP, Widiati Utami, Wita Januariny dan Syalsabillah sahabat baik penulis selama kuliah hingga lulus. Renaldy Iqramullah L dan Dilla Apriyani yang selalu membantu penulis untuk mengejar deadline dan teman-teman FISIP UHAMKA Angkatan 2012.
 9. Julianti Mandasari, Rizky Fauziah, Della Rianti, Siti Nurmaelah sahabat sejak kecil sampai sekarang.
 10. Ucup, Iqbal, Andi Sule, Tiyas, Nina, Ayu Bebek, dan rajut angkatan 2009 yang selalu menyemangati untuk segera lulus. Teater Rajut dari mulai angkatan 2010 sampai 2016, Teater Denira, Bang Apri, Bang Ojan dan SMAN 73 Jakarta, dari sekolah ini saya belajar untuk tetap belajar dan mencoba mengajar,
 11. sherly, indra, sitig, bang albrendo, bang indro, bang aif, bang agus, Iqbal, Reza Rekan-rekan Haley Welly yang membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
 12. POM The Villas Kelapa Gading Square, Bapak Agus, Ibu Yati dan para staff yang telah membantu proses penelitian dan mengijinkan penulis melakukan penelitian di The Villas.
 13. Seluruh penghuni pengguna fasilitas olahraga The Villas Kelapa Gading Square Jakarta Utara. Tanpa orang baik seperti kalian, mustahil penelitian ini dapat terwujud
 14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekeliruan, kesalahan ataupun segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pembatasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Signifikansi Penelitian.....	13
1.5.1. Signifikansi Akademis.....	13
1.5.2. Signifikansi Metodologis.....	13
1.5.3. Signifikansi Praktis	13
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	14
1.7. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II KERANGKA TEORI	16
2.1. Paradigma Positivisme	16
2.2. Hakikat Komunikasi	18
2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	18
2.2.2. Fungsi Komunikasi.....	19
2.2.3. Model Komunikasi	20
2.2.4. Konteks Komunikasi	22
2.3. Komunikasi Organisasi	25
2.4. Hubungan Masyarakat	27
2.4.1. Pengertian Humas.....	27
2.4.2. Tujuan Humas	28
2.4.3. Peran Humas.....	28
2.4.4. Tugas Humas	30
2.4.5. Humas Eksternal.....	33
2.5. Teori	34
2.5.1. Teori Pelayanan Prima	34
2.5.2. Pelayanan Prima bagi Pelanggan Eksternal	36
2.5.3. Konsep Pelayanan Prima.....	36
2.5.4. Tujuan dan Manfaat pelayanan Prima	38
2.6. Pelanggan	38
2.7. The Villas Kelapa Gading Square.....	39
2.8. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	41
2.8.1. Definisi Konsep	41

2.8.2. Operasionalisasi Konsep.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1. Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian	47
3.1.1. Pendekatan Penelitian	47
3.1.2. Jenis Penelitian.....	49
3.1.3. Metode Penelitian.....	50
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.2.1. Populasi	51
3.2.2. Sampel.....	52
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas "Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga Fitness Center di The Villas, Kelapa Gading Square"	54
3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas "Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga Club House di The Villas, Kelapa Gading Square"	57
3.5. Teknik Analisis Data.....	59
3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	60
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	60
3.6.2. Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	62
4.1.1. Deskripsi The Villas Agung Sedayu Group.....	62

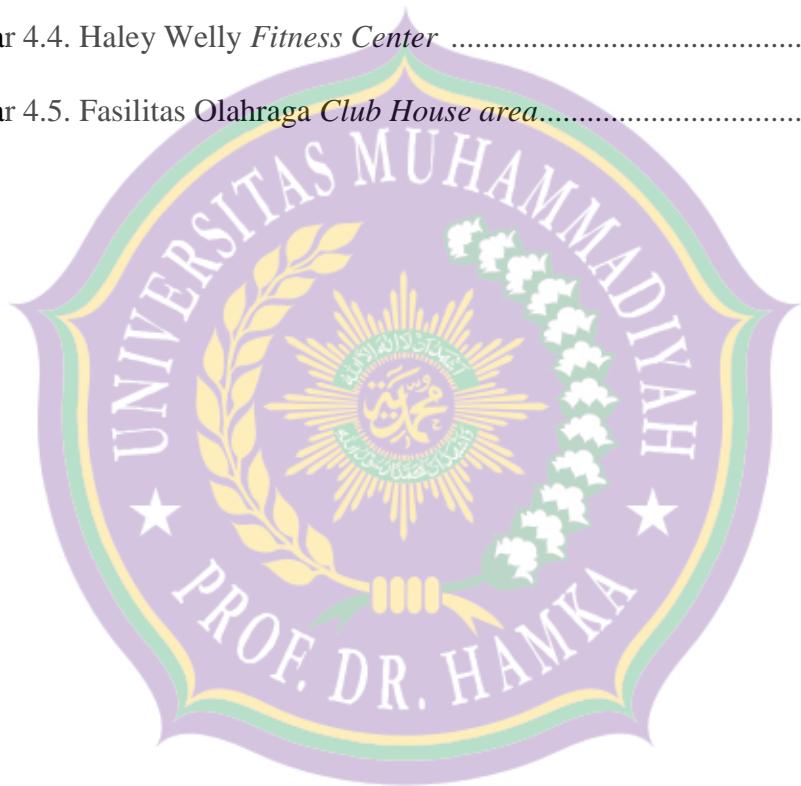
4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Agung Sedayu Group	64
4.1.3. Alamat The Villas Kelapa Gading Square	64
4.1.4. Logo The Villas.....	64
4.1.5. Logo Haley Welly	65
4.1.6. Struktur Organisasi Property of Management The Villas	65
4.1.7. Fasilitas Olahraga Fitness Center The Villas	66
4.1.8. Fasilitas Olahraga Club House The Villas	70
4.2. Hasil Penelitian	71
4.3. Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square	71
4.4. Pembahasan.....	81
4.5. Relevansi dengan Teori Pelayanan Prima.....	86
BAB V PENUTUP	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran-saran.....	90
5.2.1. Saran Akademis	90
5.2.2. Saran Metodologis	91
5.2.3. Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xxi
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Das Sein Das Sollen.....	7
Tabel 2.1. Definisi Konsep.....	42
Tabel 2.2. Operasionalisasi Konsep.....	44
Tabel 3.1. <i>Case Processing Summary Finess Center</i>	55
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas Fasilitas <i>Fitness Center</i>	55
Tabel 3.3. Uji Validitas Fasilitas <i>Fitness Center</i>	55
Tabel 3.4. <i>Case Processing Summary Club House</i>	57
Tabel 3.5. Uji Reliabilitas Fasilitas <i>Club House</i>	57
Tabel 3.6. Uji Validitas Fasilitas <i>Club House</i>	57
Tabel 3.7. Jadwal Penelitian.....	61
Tabel 4.2. Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga <i>Fitness Center</i> di The Villas Kelapa Gading Square	72
Tabel 4.3. Deskriptif Interval Kualitas <i>Fitness Center</i>	75
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Kualitas <i>Fitness Center</i>	75
Tabel 4.5. Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga <i>Club House</i> di The Villas Kelapa Gading Square	77
Tabel 4.6. Deskriptif Interval Kualitas <i>Club House</i>	79
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Kualitas <i>Club House</i>	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo The Villas.....	64
Gambar 4.2. Logo Haley Welly <i>Fitness Center</i>	65
Gambar 4.3. Struktur Organisasi <i>Property of Management</i>	65
Gambar 4.4. Haley Welly <i>Fitness Center</i>	69
Gambar 4.5. Fasilitas Olahraga <i>Club House area</i>	71



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kata Komunikasi atau *Communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari Bahasa latin “*Communis*” yang berarti ‘ Sama’, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2008: 46).

Komunikasi merupakan suatu unsur yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia. Karena sadar atau tidak komunikasi telah menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Komunikasi merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi manusia. Komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator) dengan orang lain (komunikan) secara langsung atau tatap muka (*face to face*) atau melalui media (*mediated*) dengan tujuan tertentu atau efek tertentu. Pikiran bisa merupakan ide, informasi, ajakan, himbauan, nasehat dan lain sebagainya (Effendy, 1997: 11).

Kegiatan komunikasi bisa berbentuk dalam non verbal (tanpa kata-kata) atau secara verbal (dengan kata-kata). Secara sederhana komunikasi dapat digambarkan sebagai percakapan antara dua orang, dan akan terjadi

komunikasi yang efektif bila terjadi terus menerus sehingga menimbulkan persamaan persepsi atau makna. Selain itu, komunikasi yang sering dilakukan adalah komunikasi kelompok seperti arus komunikasi yang ada di dalam suatu organisasi atau perusahaan (Effendy, 2002:17).

Komunikasi organisasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, komunikasi organisasi ada yang bersifat formal dan juga informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang terdapat didalam organisasi kebawah, komunikasi keatas dan komunikasi diagonal, sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi antara karyawan, selentingan atau *gossip*. Komunikasi organisasi sering kali melibatkan komunikasi yang diadik , komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. (Masmuh, 2008: 45). Komunikasi organisasi terjadi antara *Tenant Relations* yang menjadi penyambung atas pihak POM atau manajemen kepada pihak Penghuni atau pun sebaliknya. Komunikasi antara penghuni dengan manajemen biasanya terjadi intensif apabila penghuni menginginkan fasilitas yang dijanjikan berjalan dengan baik atau keluhan terhadap unit perumahan atau apartemen tersebut. Menjadi sebuah nilai tambah bahwa sebuah apartemen atau perumahan memiliki fasilitas dengan kualitas terbaik, supaya calon pembeli akan mempertimbangkan untuk lebih memilih unit apartemen atau perumahan tersebut.

Era globalisasi saat ini menuntut organisasi atau perusahaan untuk terus berinovasi dengan memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat secara professional dalam bidangnya masing-masing. Komunikasi kini telah

menyentuh segala aspek kehidupan manusia, contohnya dalam hal kebutuhan manusia itu sendiri. Kebutuhan manusia (*human needs*) adalah rasa yang timbul secara alami dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupan, Kebutuhan tersebut kemudian memunculkan keinginan manusia (*human wants*) untuk memperoleh suatu kebutuhan hidupnya, pada kenyataanya, untuk memperoleh berbagai macam alat pemuas kebutuhan tersebut ada yang diperoleh dengan upaya sendiri (mengadakan sendiri), diupayakan sendiri dengan bantuan pihak lain, atau memang harus diperoleh dari pihak lain karena keterbatasan kemampuan untuk menyediakan sendiri (Barata, 2003: 4).

Ketika alat pemuas kebutuhan berupa barang, Jasa atau fasilitas tidak dapat disediakan sendiri, tentu diperlukan jasa atau layanan (*service*) dari pihak lain yang mampu menyediakan alat pemuas kebutuhan tersebut, jadi sebagaimana dimaksudkan memerlukan keterlibatan pihak lain, dengan melalui prosedur dan proses tertentu sampai kebutuhan tersebut dapat dimanfaatkan (dikonsumsi) oleh pengguna fasilitas atau layanan (dikonsumsi). Pihak lain mengambil kesempatan untuk menyediakan alat pemuas kebutuhan adalah penyedia (*provider*) sedangkan pihak yang meminta dan menggunakan disebut pengguna (*user* atau *costumer*) (Barata, 2003: 4-5). Peranan *customer service*, *customer relations* atau orang yang bertugas melayani *customer* atau *tenant* selama menggunakan fasilitas menjadi sesuatu yang penting dalam menentukan kualitas jasa. Menurut Elhaitammy (1990: 39) *service of excellence* merupakan suatu sikap atau tat

acara pihak *customer service* (pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan.

Dalam konsep *service of excellence* terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu : Kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, jika salah satu unsurnya kurang maka pelayanan yang diberikan menjadi tidak unggul. Maka dari itu, pihak *customer service* harus memiliki tingkat keterampilan tertentu, keandalan, berpenampilan baik dan rapi (*good performance*), bersikap ramah serta mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan pelanggan yang baik (*good relationship*). Semua itu dapat dilakukan dengan memperlihatkan gairah kerja dan etos kerja yang tinggi, dan menunjukkan sikap selalu siap untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap para pelanggannya (Ruslan, 2007: 280).

Peran *Public relations* sangat penting dalam membina hubungan baik dengan pelanggan guna memberikan pelayanan prima untuk mencapai suatu kepuasan terhadap pelanggan. Upaya pelaksanaan pelayanan prima berkaitan dengan perkembangan komunikasi yang efektif ke dalam dan ke luar perusahaan atau organisasi, *Public Relations* merupakan instrumen efektif untuk mengembangkan pelayanan prima, upaya pelaksanaan pelayanan prima berkaitan erat dengan pengembangan komunikasi yang efektif ke dalam dan ke luar organisasi (Barata: 2003: 201).

Pada umumnya suatu Kawasan Perumahan atau Apartemen yang sudah berpenghuni lebih dari 80% dapat dikatakan bahwa kawasan tersebut

sudah terisi penuh dengan penghuni atau laku terjual. Apalagi perumahan dengan lengkapnya layanan fasilitas memiliki nilai lebih karena memudahkan penghuni dalam melakukan kegiatan sehari-hari serta menjadi alat kelengkapan pemuas kebutuhan penghuni terhadap kelancaran aktivitas sehari-hari para penghuni tersebut.

Layanan fasilitas seperti fasilitas olahraga dapat dimanfaatkan penghuni sebagai alat pemuas kebutuhannya dapat dikatakan alat pemuas kebutuhan tersebut telah memuaskan para penghuni apabila pemakaian Layanan Fasilitas tersebut lebih dari 60% pemakaian, dan jika penghuni tidak merasa puas akan Layanan Fasilitas tersebut maka penggunaan fasilitas kurang dari 20% pemakaian Layanan Fasilitas tersebut.

Pemakaian Layanan Fasilitas yang memiliki jarak yang besar dapat mengukur tingkat kualitas dari layanan fasilitas olahraga, dikarenakan realitas dan harapan terhadap alat pemuas kebutuhan yang tidak seimbang dapat mengukur kualitas layanan fasilitas pada suatu perumahan di suatu kawasan.

Dari penjelasan di atas peneliti akan melakukan penelitian mengenai Kepuasan Penghuni Unit Perumahan The Villas Kelapa Gading Square terhadap Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara. Peneliti menilai bahwa fasilitas pendukung dan Sumber daya pendukung memberikan dampak besar bagi pelayanan jasa ataupun barang yang dihadirkan organisasi atau perusahaan agar pelanggan atau klien mendapat kepuasan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Begitu pula dengan fasilitas yang dibangun di perumahan atau apartemen seperti halnya unit perumahan The Villas Kelapa Gading Square di Jakarta Utara, haruslah memberikan inovasi baru. Konsep *One stop Living* yang ditawarkan pada unit perumahan ini adalah konsep dimana penghuni yang tinggal di suatu lokasi tak hanya tinggal di tempat tersebut tapi dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga dalam satu tempat saja, artinya bukan hanya kebutuhan primer, sekunder dan bahkan tersier bisa terpenuhi.

The Villas adalah Unit Perumahan di dalam kawasan Kelapa Gading Square, di kawasan ini terdapat Pusat Perbelanjaan Mall of Indonesia, kawasan rukan bisnis Kelapa Gading Square, beberapa apartemen seperti apartemen *Frenchwalk*; *Gading Ressort Ressidence*; *Gading River View* serta unit perumahan pertama dan satu-satunya yang terletak di atas sebuah mall. The Villas memiliki keunikan dari Perumahan lain karena letaknya yang selain di kawasan *elite* Jakarta Utara dan satu-satunya hunian perumahan di atas mall.

The Villas merupakan cerminan dari konsep Agung Sedayu Property karena memiliki konsep *One Stop Living Concept*, yang memberikan fasilitas kepada penghuni untuk bisa melakukan berbagai macam aktivitas dan memperoleh kebutuhan primer, sekunder sampai tersier dalam satu lokasi saja tanpa harus keluar wilayah tersebut, ini menguntungkan konsumen dalam hal ini penghuni The Villas Kelapa Gading Square, karena kemacetan ibukota dan aktivitas yang padat membuat penghuni menghabiskan banyak waktu dijalan. Namun sekarang

hampir semua kebutuhan penghuni dapat terpenuhi di satu lokasi tempat tinggal mereka.

The Villas memiliki fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola untuk memudahkan kegiatan sehari-hari seperti pengamanan *security* 24 jam dan pengelolaan pihak *engineering* dalam menangani masalah teknis rumah tangga seperti masalah listrik, penanganan kebocoran dan kerusakan di dalam rumah dan petugas kebersihan untuk menjaga kebersihan area lingkungan The Villas. Ada pula layanan sarana olahraga milik The Villas yang dapat dinikmati secara gratis oleh para penghuni The Villas seperti jogging track, lapangan basket, *fitness center* dan kolam renang. Seluruh layanan fasilitas olahraga tersebut adalah alat pemuas kebutuhan bagi para penghuni (konsumen). Banyaknya layanan fasilitas olahraga yang menunjang kebutuhan kesehatan penghuni pun turut menjadi andil besar sebagai alat pemuas kebutuhan para penghuni. Kesehatan sangatlah penting bagi kehidupan manusia, masyarakat modern masa kini sudah cukup sadar akan pentingnya kesehatan dengan berolahraga.

Tabel 1.1. Das Sein dan Das Sollen

<i>Das Sein</i>	<i>Das Sollen</i>
Petugas pelayanan di Fitness Center baik <i>Gym assistance</i> dan <i>gym attendance</i> sudah terlatih dan mendapat sertifikat serta berpengalaman dalam hal pelatihan dan pengenalan alat fitness dan keamanan berlatih di fitness center.	<i>Competence</i> yaitu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik tentang produk jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.
Tidak semua fasilitas olahraga dijaga oleh <i>receptionis</i> atau memiliki penjaga. Hanya seperti di <i>fitness center</i> dan di <i>club house</i> saja. Dan	<i>Access</i> yaitu kemudahan untuk menghubungi dan dijumpai, seperti lokasi, fasilitas, dan

yang menjaga di <i>club house</i> pun hanya <i>security</i> dan harus menjaga 3 fasilitas sekaligus seperti <i>Swimming pool</i> , lapangan basket dan taman bermain anak kecil.	informasi produk layanan jasa mudah diakses pelanggan.
Karena kurangnya <i>customer relations</i> atau <i>receptionist</i> yang menjaga tiap fasilitas dan hanya <i>security</i> yang menjaga hamper seluruh fasilitas, jadi jika ada tenant yang meminta bantuan untuk membuka Lapangan basket, menyalakan lampu dan akses ke <i>club house</i> harus meminta pertolongan ke <i>security Club house</i> saja.	<i>Responsiveness</i> yaitu kesigapan dalam merespon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggan.

Sumber (Zeinthaml, Berry, dan Parasuraman (1985: 41-45), dalam Ruslan (2007: 282-284) dan ulasan hasil pengolahan peneliti)

Layanan fasilitas olahraga di The Villas di rasa cukup untuk memenuhi harapan para penghuni dalam pemenuhan kepuasan terhadap fasilitas kesehatan, apalagi diberikan secara gratis, namun tingkat pemakaian layanan fasilitas kesehatan tersebut di rasa kurang dimanfaatkan oleh para penghuni, seperti halnya *jogging track* tercatat periode Agustus-September hanya ada pemakaian aktif sebanyak 27 kali pengguna jogging track sebagai sarana olahraga, sedangkan untuk *Fitness center* tidak pernah mencapai pengujung selama kurang lebih 6 bulan terakhir sampain tahun 2016 akhir.

Semua Fasilitas tersebut dikelola oleh *Tenant Relations Officer* yang pada dasarnya bekerja sebagai penghubung antara penghuni dengan manajemen pengelola pusat Kelapa Gading Square. Fungsi dasar hubungan masyarakat (Humas) bukan untuk menampilkan pandangan organisasi atau

seni untuk sikap publik, tetapi juga melakukan rekonsiliasi atau penyesuaian terhadap kepentingan publik seperti aspek pribadi organisasi maupun perilaku perusahaan yang punya signifikansi sosial (Cutlip,Center, 2009: 3).

Humas eksernal adalah segenap kegiatan humas yang diarahkan pada khlayak diluar perusahaan, perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya. Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik ekstern secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikasi (publik) sehingga timbul rasa tertarik (Anggoro, 2002: 17)

Jadi fungsi humas dalam hal ini *Tenant Relations* membantu pihak manajemen atau organisasi melakukan penyesuaian terhadap lingkungan manajemen beroperasi dalam penelitian ini adalah The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara. *Tenant Relations* menekankan kepada pentingnya tindakan perbaikan yang dilakukan organisasi disamping usaha untuk berkomunikasi, maka Tenant Relations tidak hanya mengelola Fasilitas yang ada namun juga berkomunikasi dengan para penghuni untuk dalam rangka evaluasi diri, supaya dapat terus berinovasi dan memberikan kepuasan terhadap penghuni dalam memberikan jasa yang terbaik. *Tenant Relations* juga sebagai penanggung jawab atas fasilitas dapat memberikan masukan terhadap kekurangan terhadap fasilitas agar menjadi lebih baik

serta mempromosikan atau mengimbau penghuni dalam menggunakan layanan fasilitas olahraga yang ada di The Villas.

Sebelum penelitian ini dilakukan terdapat beberapa penelitian sejenis yang dilakukan peneliti lain, diantaranya adalah:

1. Dalam skripsi Dwi Ratna Sari, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA 2011 yang berjudul “ Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan *Customer Service* di *Laundry 5'a Second* Pondok Indah , Jakarta Selatan”. Penelitian ini menggunakan paradigm positivism dengan teori kepuasan pelanggan dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif, dengan metode Survey dan Jenis penelitian Deskriptif,. Penelitian ini menunjukan kepuasan pelanggan PT Grita Artha Kreamindo pada *Customer Service 5'a Second*. Kepuasan pelanggan PT. Grita Artha Kreamindo berpengaruh pada loyalitas pengguna jasa *laundry*.
2. Dalam skripsi Jhulianfika Irrianda mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka. tahun (2015) yang berjudul “Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Penyewaan Mobil PT. Mitra Phinastika Mustika (MPM) Rent Bumi Serpong Damai, Tangerang Selatan, Banten”. Penelitian ini menggunakan Paradigma Positivisme dan Teori Kepuasan Pelanggan, penelitian ini menunjukan bahwa respon emosional

pelanggan lebih rendah dari harapan pelanggan PT. MPM Rent Bumi Serpong Damai Tangerang Selatan.

3. Dalam skripsi Yogi Antafano, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA 2011 yang berjudul: “Kepuasan Pelanggan Surat Kabar TopSkor Kartika Ciledug Tangerang Banten terhadap Isi Berita Olahraga Sepakbola”. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan surat kabar Topskor Kartika Ciledug Tangerang, Banten terhadap isi berita olahraga sepakbola adalah puas. GS (Motif atau harapan) tidak signifikan dengan GO (Kepuasan), yang artinya GS-GO dengan kata lain responden puas.

Berdasarkan penelusuran referensi ke tiga penelitian tersebut, maka dapat dilihat hubungannya dengan peneliti yaitu para peneliti terdahulu juga meneliti kualitas pelayanan, paradigm positivisme, dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang diteliti oleh peneliti terdahulu adalah dua variabel, dan untuk penelitian ini adalah satu variabel, teori yang peneliti gunakan adalah teori pelayanan prima (*service excellent*) dan konsep layanan prima untuk menentukan kualitas layanan jasa buka teori kepuasan pelanggan seperti penelitian terdahulu. Alasan peneliti ingin melakukan penelitian Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara. Sehingga peneliti mengetahui kualitas layanan dari petugas

fasilitas olahraga yang tersedia di perumahan The Villas Kelapa Gading Square.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka peneliti memfokuskan rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara ?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka membatasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas
2. Layanan Fasilitas Olahraga
3. The Villas Kelapa Gading Square.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ditemukan di atas maka tujuan penelitian, yang penulis teliti adalah “Untuk mengetahui Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square Jakarta Utara.”

1.5. Signifikansi Penelitian

Signifikansi/manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan keilmuan di bidang komunikasi, terutama gambaran komunikasi oleh organisasi melalui 10 konsep pelayanan prima . Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis selanjutnya.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap penelitian kuantitatif dan dapat diterapkan dalam metode penelitian baru, khususnya penelitian sejenis selanjutnya dengan objek penelitian yang berbeda.

1.5.3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan masukan bagi Building Management The Villas Kelapa Gading Square dalam memberikan masukan atau mengembangkan dalam penggunaan layanan fasilitas olahraga yang ada di The Villas Jakarta.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dibatasi pada variabel Kualitas Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square Jakarta Utara sehingga hal-hal yang tidak berkaitan dalam penelitian ini tidak akan dibahas.

Penelitian ini juga terbatas pada Pengumpulan data para penghuni karena pihak POM hanya membolehkan penyebaran angket survey kepada penghuni yang sedang menggunakan fasilitas saja, jadi penyebaran angket dibatasi oleh pengguna aktif layanan fasilitas an tidak diperbolehkan melakukan penyebaran angket dari unit perumahan, jadi melakukan penyebaran angket survey kepada penghuni yang sedang melakukan aktivitas di Layanan Fasilitas Olahraga di The Villas Kelapa Gading Square, Jakarta Utara.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun proposal skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam tiga (3) bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

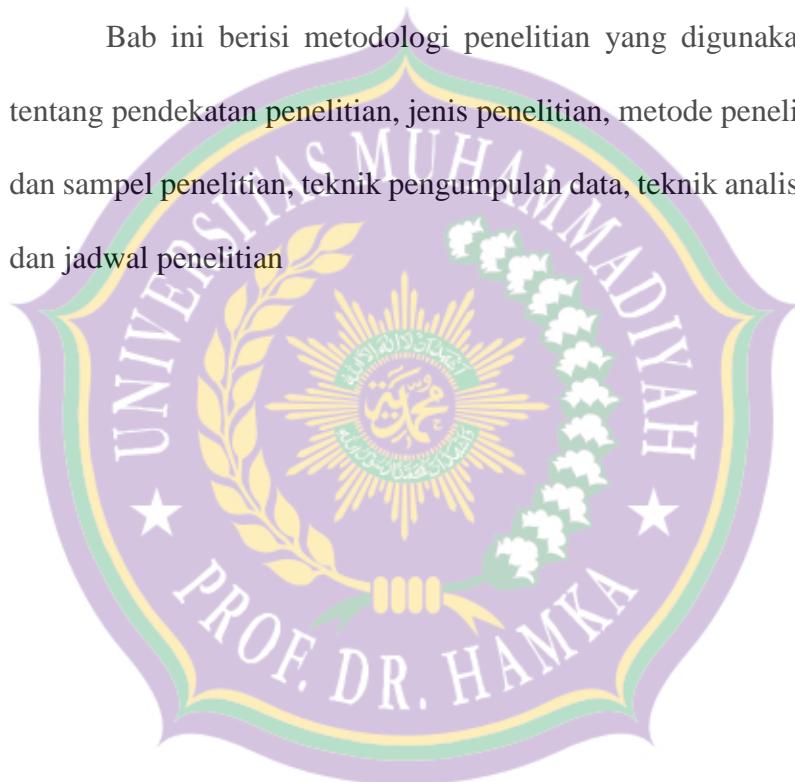
Dalam bab ini, penulis menerangkan pendahuluan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini akan dijabarkan tentang paradigma positivisme, hakikat komunikasi, Humas, Komunikasi Organisasi, Teori Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan, Jasa, Pelanggan, Kepuasan, The Villas, Hipotesis penelitian, dan Definisi konsep serta Operasionalisasi konsep.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Anggoro, Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Cetakan Ketiga. Jakarta : Kencana.

Ardianto, Elvinaro & Lukiat Komala. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.Rajagrafindo.

Cutlip, Scott.m., Center Allen.H, dan Broom, Glen.M. 2009. *Effective Public Relatinos (edisi Kesembilan)*. Jakarta : Kencana.

Damastuti, Rini. 2007. *Etika PR dan E-PR*. Yogyakarta: Gava Media.

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____.2003. Ilmu Komunikasi. ; Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bhakti

_____.2007. Komunikasi Teori dan Praktek. Jakarta:Grasindo Rosdakarya.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Grunig, J and Grunig, L. 1992. Models of Public Relations and communication. Lawrence Erlbaum Inc.

Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall Int'l.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Lukman, Sampara. 1999. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIALAN Press.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.

Rumianti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia

Masmuh, Abdulah. (2008). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Malang.

Moenir. 1998. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara/

Morgan, Rebecca L. (2001), *Calming Upset Customers*, Crip Publications, Inc.

Mulyana, Deddy. (2010). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasution, MN. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja rafindo Persada.

Sugianto, Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto. Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Tjiptono. Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi.

West, Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi, edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Zeithaml, Valerie A, and Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing*. New York: McGraw Hill Inc, Int'l Edition.

Sumber Lain:

1. <http://www.agungsedayu.com/> di akses tanggal 20 Agustus 2016 pukul 15:00 Wib.
2. http://www.agungsedayu.com/?commercial_site=kelapa-gading-square diakses pada 13 Maret 2017, pukul 15:30 WIB
3. http://www.agungsedayu.com/?page_id=87 diakses pada 13 Maret 2017, pukul 15:35 WIB
4. http://www.agungsedayu.com/?page_id=90 diakses pada 13 Maret 2017, pukul 15:44 WIB
5. <http://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/viewFile/> di akses tangga 10 November 2016 pukul 19:20 Wib.
6. <http://dokument.tips/documents/hakikat-dan-pengertian-pelayanan-prima.html> di akses tanggal 10 November 2016 pukul 20:00 wib
7. <http://www.idgetfit.com/2015/12/mengenal-30-alat-fitness-dan-kegunaanya.html?m=1> di akses tanggal 26 Juli 2017 pukul 15:00 wib
8. Skripsi Jhulanfika Irrianda Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka, (2015) dengan judul “Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Penyewaan Mobil PT. Mitra Phinastika Mustika (MPM) Rent Bumi Serpong Damai, Tangerang Selatan, Banten.
9. Skripsi skripsi Dwi Ratna Sari, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA 2011 yang berjudul “

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan *Customer Service* di *Laundry 5'a Second* Pondok Indah , Jakarta Selatan”.

10. skripsi yogi Antafano, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA 2011 yang berjudul: “Kepuasan Pelanggan Surat Kabar TopSkor Kartika Ciledug Tangerang Banten terhadap Isi Berita Olahraga Sepakbola”.

11. Monthly Report Haley Welly The Villas Kelapa Gading Square.

