

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**OPINI PENGUNJUNG TENTANG PELAYANAN DI FAMILY BOX
KARAOKE KELUARGA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Gelar S.I.Kom
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



JEFRI TUA PARULIAN SIANIPAR

NPM : 159110009
KONSENTRASI : HUMAS
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Jefri Tua Sianipar
NPM : 159110009
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Opini Pengunjung Tentang Pelayanan Di Family Box
Karaoke Keluarga

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam usulan penelitian ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk mengikuti ujian seminar.

Turut Menyetujui :
Ketua Program Studi

Pekanbaru, 7 April 2022
Pembimbing

(Dr.Fatmawati, S.IP.MM)

(Eko Hero, M.soc, Sc)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jefri Tua Parulian Sianipar
Tempat/Tanggal Lahir : Dayun, 02 Oktober 1996
NPM : 159110009
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Tlp : jln, kayu manis, Pahlawan kerja/ 081993600275
Judul Penelitian : Opini Pengunjung Tentang Pelayanan Di Family Box Karaoke Keluarga

Dengan ini mennyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Usulan Penelitian) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (Usulan Penelitian) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 3 Juni 2022
Yang Menyatakan,

Jefri Tua Parulian Sianipar

PERSEMBAHAN

Setiap coretan tinta yang mengisi kertas putih ini, setiap hentakan jari yang mengetik sampai karya ini selesai merupakan bentuk kasih sayang serta nikmat yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa pada umatnya

Tidaklah bisa di pungkiri bahwasanya kedua orang tua menjadi salah satu motivasi terbesar untuk menyelesaikan karya tulis ini sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga karena telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan kalian. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mamak dan bapak bahagia, karena ku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih.

Teman-teman, terimakasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini, serta semua pihak yang sudah membantu penyelesaian tugas akhir ini

Bapak dosen ku yang baik hati, izinkanlah saya menghantarkan ucapan terimakasih untuk bapak sebagai orang yang bersedia menghantarkan saya untuk mengantungi gelar sarjana.

Terimakasih juga untuk diri saya sendiri yang tetap mengerjakan karya tulis ini sampai selesai.

MOTTO

“Kalahkan diri sendiri”

(Jefri Tua Parulian Sianipar)



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-NYA yang selalu menyertai penulis selama pengerjaan skripsi dan memberikan kelancaran kepada penulis dengan judul **OPINI PENGUNJUNG TENTANG PELAYANAN DI FAMILY BOX KARAOKE KELUARGA**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban untuk memenuhi mata kuliah di akhir semester sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana.

Selain itu penulis juga hendak berterimakasih kepada beberapa pihak yang turut berpartisipasi dan mendukung penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, beberapa pihak tersebut diantaranya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberkati penulis selama menyelesaikan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Dr.Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
4. Eko Hero, M.soc, Sc selaku pembimbing pertama yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang membantu penulis berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan untuk penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Demikian penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna yang pasti tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan masukan, kritik, saran yang mendukung untuk kebaikan pada skripsi ini. Semoga hasil dari pada skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca Terima Kasih.

Pekanbaru, 3 Juni 2022

Jefri Tua Parulian Sianipar
159110009

DAFTAR ISI

Persetujuan Tim Pembimbing	ii
Persetujuan Tim Penguji.....	iii
Lembaran Pernyataan.....	iv
Persembahan	v
Motto	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Abstrak.....	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Fokus Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II: Tinjauan Pustaka	
A. Kajian Literatur	10
1. Komunikasi	10
2. Konsep Opini Pengunjung	28
3. Pelayanan	30
4. Family Box Karaoke Keluarga.....	33
B. Defenisi Operasional.....	41
1. Opini Pengunjung	41
2. Pelayanan	41
3. Family Box Karaoke Keluarga	41

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
--	----

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
C. Sumber Data	47
D. Subjek dan Objek Penelitian	47
1. Subjek	47
2. objek	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
G. Teknik Analisis Data	51

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian	53
B. Hasil Penelitian	54
1. Hasil Wawancara	56
2. Hasil Observasi	62
C. Pembahasan Penelitian	65

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

Daftar Pustaka	71
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Operasional Manajemen Family Box karaoke Keluarga	36
Tabel 2.2 Ruang Karaoke Keluarga	39
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	42
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	46
Tabel 4.1 Kegiatan Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kritik dan Saran 7



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

OPINI PENGUNJUNG TENTANG PELAYANAN DI FAMILY BOX KARAOKE KELUARGA

JEFRI TUA PARULIAN SIANIPAR
(15911009)

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan maraknya tempat karaoke keluarga di kota Pekanbaru salah satunya adalah Family Box. Tujuan dari penelitian ini dilakukan agar mengetahui opini pengunjung tentang pelayanan di family box karaoke keluarga. Pelayanan menjadi titik fokus didalam penelitian ini hal ini dikarenakan sebuah perusahaan berhasil salah satunya didorong dari sebuah pelayanan yang diberikan sebagai loyalitas yang dimediasi melalui kepercayaan pengunjung. Untuk tercapainya penelitian ini peneliti menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan melalui teknik pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam antara peneliti dengan keempat informan mengenai Opini Pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga dengan melalui tiga aspek yaitu Affect atau perasaan (emosi) informan mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan saat berkunjung ke *Family Box* tetapi permasalahan tersebut tidak perlu dibesar-besarkan karena ini merupakan jasa yang ditawarkan untuk khalayak pasti setiap pelayanan yang tidak baik akan diperbaiki, Behavior atau perilaku informan menerima perilaku pelayanan seperti penawaran room, larangan, arahan menuju room, arahan dalam penggunaan media pencarian lagu, Cognition atau pengertian (penalaran) informan mengakui bahwa mengenai pelayanan yang diberikan oleh *Family Box* secara keseluruhan telah mencapai pada apa yang mereka inginkan seperti diberi pelayanan dengan baik, harga yang relatif murah dan mereka juga memiliki harapan kedepannya dimana alangkah lebih baik jika *Family Box* berupaya menghilangkan stigma negatif mengenai karaoke keluarga yang pada kenyataannya masih dimanfaatkan sebagai wadah tindakan asusila, transaksi narkoba dan perbuatan yang tidak baik lainnya.

Kata Kunci : Opini, Pelayanan, Family Box

ABSTRACT

VISITORS OPINION ABOUT SERVICES AT FAMILY BOX KARAOKE FAMILY

**JEFRI TUA SIANIPAR
(NPM)**

This research is motivated by the rise of family karaoke places in the city of Pekanbaru, one of which is Family Box. The purpose of this study was to find out the opinion of visitors about the service at the family karaoke family box. Service is the focal point in this research because a successful company is driven by one of the services provided as loyalty mediated through visitor trust. To achieve this research, the researcher applies descriptive qualitative methods through data collection techniques through an in-depth interview process between researchers and the four informants regarding Visitor Opinions About Services at Family Karaoke Family Boxes through three aspects, namely Affect or feelings (emotions) of the informant experiencing an unpleasant experience. when visiting the Family Box but the problem does not need to be exaggerated because this is a service offered to the public for sure any service that is not good will be corrected, Behavior or the behavior of the informant accepts service behavior such as room offers, prohibitions, directions to the room, directions in use media search song, Cognition or understanding (reasoning) informants admit that regarding the services provided by Family Box as a whole have achieved what they want such as being given good service, relatively cheap prices and they also have hope in the future where it would be better if Family Box tried to eliminate the negative stigma about family karaoke which in fact is still being used as a forum for immoral acts, drug transactions and other bad deeds.

Keywords: Opinion, Service, Family Box

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor industri hiburan dinegara Indonesia sedang mengalami perkembangan pesat, baik tempat hiburan yang gratis untuk menikmatinya sampai dengan berbayar. Setiap tempat hiburan memiliki daya tarik tersendiri seperti pada ranah fasilitas yang disediakan dan pelayanan yang diberikan, hal ini kembali pada penikmat masing-masing. Salah satu faktor pendukung utama melonjaknya tempat hiburan adalah semakin berkembangnya teknologi saat ini, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya tempat karaoke yang menjadi salah satu pilihan untuk menghibur diri dan menyalurkan hobi.

Penyediaan tempat karaoke menimbulkan permasalahan baru karena sebagian orang memanfaatkan tempat tersebut sebagai tempat prostitusi, konsumsi alkohol dan sebagainya. Agar tetap bertahannya tempat hiburan karaoke tersebut maka, Konsep karaoke keluarga sengaja dipilih untuk menghilangkan stigma karaoke sebagai tempat maksiat dengan kebijakan yang secara konsisten mengembangkan *No Hostess* (tempat tanpa wanita yang menemani dalam *box* karaoke / pemandu lagu), *No Whiskey* (tempat tanpa

minum-minuman keras), *No Drug* (tempat tanpa obat-obatan) dan *No House Music* (tempat tanpa *house music*)¹.

Perlu diketahui menurut lansiran media online *malangtimes.com* pada tahun 2016 memberitakan bahwa, Masyarakat di negara Indonesia mulai mengenal bisnis karaoke keluarga sejak November 1992. Diawali oleh sebuah perusahaan dengan nama 'Happy Puppy' yang didirikan di Surabaya pada 14 November 1992. Di negara Indonesia karaoke mulai menjadi tren sejak 1998 silam. Apalagi sejak 2005 bisnis karaoke mulai menjadi salah satu tempat hiburan alternatif dikota-kota besar².

Sebagaimana telah diketahui bahwa tempat karaoke seperti rumah bernyanyi keluarga menyediakan *room private* yang difasilitasi *sound system* yang begitu memadai, monitor *Touchscreen* yang menyajikan lagu-lagu bervariasi, tidak hanya itu *room private* juga difasilitasi AC agar pengunjung merasa lebih nyaman, dan juga dilengkapi dengan lampu-lampu yang dinamis.

Dengan dentuman musik dan gerak tubuh yang ikut menikmati melahirkan rasa anatusian pengunjung dan bebas berekspresi didalam diri, maka rumah bernyanyi menjadi sasaran yang tepat untuk menjadikan sebagai

¹<https://www.beritasatu.com/hiburan/76121/karaoke-keluarga-hilangkan-stigma-tempat-maksiat> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

² <https://www.malangtimes.com/baca/15759/20161204/162522/inilah-sejarah-tentang-karaoke> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

wadah untuk menghilangkan kepenatan dan menyalurkan hobi didalam diri. melihat peluang yang menjanjikan pada kalangan artis juga berkecimpung dalam bisnis rumah bernyanyi seperti **Inul Daratista yang memiliki (Inul Vizta Family KTV), Rossa yang memiliki (Diva Karaoke), Syahrini yang memiliki (Princess Syahrini Karaoke), Lyra Virna yang memiliki (Lyrics Karaoke), Charly Van Hauten yang memiliki (Grand Charly VHT) dan masih banyak lagi brand karaoke dengan icon artis³.**

Rumah bernyanyi saat ini sudah tidak sulit ditemukan karena tempat hiburan tersebut sudah hampir ada disetiap sudut wilayah indonesia, salah satunya di kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru dikenal dengan julukan kota Madani yang menitik beratkan berbagai hal dengan keagamaan dan pendidikan hal ini disampaikan oleh Walikota Pekanbaru dan dilansir oleh *kompasiana.com* pada tahun 2017 silam⁴. Di kota pekanbaru juga mengalami perkembangan pesat dalam ranah hiburan rumah bernyanyi seperti Family Box Karaoke Keluarga, Koro-Koro, Inul Vizta Family KTV, NAV Karaoke Keluarga, Happy Puppy Karaoke Keluarga dan lain-lain. Agar fokusnya penelitian ini maka peneliti memilih satu tempat karaoke yaitu Family Box Karaoke Keluarga Jl. Tuanku Tambusai, Tengkerang Barat. Alasan peneliti berfokus pada Family Box Karaoke Keluarga karena tempat

³<https://www.brilio.net/selebritis/8-artis-ini-terjun-ke-bisnis-karaoke-siapa-yang-paling-sukses-160608p.html#> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

⁴<https://www.kompasiana.com/nasruddinsyahri/5a04a0579b1e67177616ad93/pekanbaru-kota-madani-kota-maksiat-sang-pemimpi> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

karaoke tersebut sudah memiliki beberapa cabang didaerah pekanbaru. Family Box Karaoke Keluarga juga dikenal menawarkan harga termurah dengan 25.000/Jam dengan fasilitas yang bagus maka dari itu Family Box Karoke Keluarga digandungi setiap kalangan.

Tak hanya harga murah yang menjadi perhatian tetapi yang terpenting dalam penyedia jasa adalah pelayanan. Pemilik karaoke beradu kreativitas untuk menarik pelanggan hal ini sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan keuntungan disebuah perusahaan yang dimulai dari memperhatikan pelayanan yang diberikan. Menurut hasil penelitian (Elrado, dkk. 2014:1) menjelaskan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan produk ataupun jasa berpengaruh dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan akan membentuk loyalitas yang dimediasi melalui kepuasan dan kepercayaan.

Ada beberapa hal yang menjadi usaha untuk memberi pelayanan terbaik dari pihak manajemen Family Box Karoke Keluarga seperti memberi senyuman, sapaan dengan ramah dan berbahasa santun yang diberikan oleh receptionist dan menjelaskan secara detail pilihan ruangan sesuai kebutuhan pengunjung, sehingga hal tersebut sebagai bentuk upaya agar pengunjung merasa dilayani dengan baik. Peneliti perlu menekankan bahwa Family Box Karaoke Keluarga tidak menyediakan Ladies Companion (LC) atau wanita yang dapat menemani

saat bernyanyi, hal ini sebagai upaya menghilangkan stigma negatif pada karaoke yang pada umumnya tempat karaoke dikenal sebagai perkumpulan aktivitas negatif, bahkan tidak sedikit terselip prostitusi didalamnya.

Pengunjung yang dimaksud didalam penelitian ini adalah pelanggan tetap dalam 1 bulan dua kali meluangkan waktu untuk berkunjung di Family Box Karaoke Keluarga dan setidaknya telah pernah mengunjungi sebanyak 5 kali sehingga pengunjung memang benar-benar paham mengenai pelayanan yang diberikan, pengunjung yang dimaksud didalam penelitian adalah kalangan dari mahasiswa, dimana peneliti juga melihat bahwa kalangan dari mahasiswa lebih banyak berkunjung dari pada dari kalangan pekerja dan sebagainya. Melihat latar belakang sebagai mahasiswa tidak dapat dipungkiri bahwa mereka belum mampu untuk menghasilkan uang sendiri dan masih bergantung dengan orang tua. Tempat karaoke memang bukan tempat hiburan yang mahal tetapi menjadi suatu ketertarikan sendiri bagi mereka untuk memilih family box sebagai tempat hiburan bernyanyi yang sangat terjangkau.

Keantusiasan masyarakat mengunjungi Family Box Karaoke Keluarga diperkuat dengan hasil penelitian (Marliza, 2015:11) yang memaparkan hasil bahwa mahasiswa begitu menggandrungi Family Box Karoke Keluarga karena mereka menganggap mengunjungi Family Box

Karaoke Keluarga sebagai tempat untuk menyalurkan bakat, sebagai tempat hiburan, sebagai media untuk mengekspresikan diri sebagai sarana bersilaturahmi. Dan ada beberapa hal yang menjadi faktor dikalangan masyarakat memutuskan Family Box Karaoke Keluarga sebagai tempat hiburan adalah karena ajakan teman, memiliki waktu luang dan biaya yang begitu terjangkau.

Pengunjung yang dimaksudkan didalam penelitian ini juga berada pada kalangan usia dewasa awal yaitu 18-40 tahun, menurut Elizabet Hurlock mengatakan bahwa masa ini dimana seseorang secara psikologis telah memiliki respon yang baik untuk membedakan benar atau salah nya pada suatu sikap pelayanan yang diberi, dan seseorang yang berada pada masa usia dewasa awal tengah berada dalam kelompok sosial dengan nilai-nilai yang telah disepakati (Safitri, 2017:37).

Berbicara mengenai pelayanan memang harus diperhatikan sedemikian rupa, ada beberapa hal contoh kasus yang sering terjadi di Family Box Karoke Keluarga yang muncul dari pendapat pengunjung seperti, karyawan masuk *room privacy* yang telah disewa tidak mengetok pintu dahulu sehingga pengunjung mengalami ketidaknyamanan bahkan sampai menimbulkan pertikaian antara pengunjung dan pekerja karena dianggap tidak beretika, komplain nya pengunjung mengenai produk air

minum dan snack yang ditawarkan juga relatif lebih mahal, fasilitas yang digunakan juga tidak semua normal sehingga beberapa pengunjung mengeluhkan *sound* yang digunakan mengeluarkan suara yang tidak bagus bahkan sampai pecah, fasilitas lain seperti AC juga masuk sebagai bagian yang dikomplainkan oleh pengunjung.

Tak hanya itu pengunjung juga mengeluhkan PPN yang dikenakan terlalu besar sampai dengan 10%, bahkan permasalahan keluhan pelayanan untuk pelanggan juga diperkuat oleh media online yaitu *riaubertuah.id* juga menyampaikan bahwa lahan parkir yang disediakan oleh Family Box Karoke Keluarga dikenakan biaya yang tidak sesuai dengan perda⁵. Permasalahan tersebut hasil dari protesnya melalui pandangan pribadi pengunjung yang datang ke Family Box Karaoke Keluarga. Permasalahan ini peneliti lihat secara langsung dan juga terdapat dari kritik dan saran dari pelanggan untuk pihak manajemen Family Box Karaoke Keluarga, seperti gambar dibawah ini

Gambar 1.1
Kritik dan Saran

⁵<https://riaubertuah.id/berita/harga-parkir-di-karaoke-family-box-jalan-nangka-tidak-sesuai-perda> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

Sampaikan...!!!
Kritik & Saran Anda
 Agar Kami Terus Berinovasi...

Nama : E ANDRA
 Room : 211
 Nope : [REDACTED]

Kritik : COVID SYSTEM KUPING JELAS

Saran : SEHARUSNYA DIKONDISIKAN DULU
 SEBELUM TAMU MASUK ROOM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
 Kami Menyerima Kritik & Saran yang Membangun

Sumber : Supervisor Family Box Karaoke Keluarga

Berikut beberapa permasalahan pelayanan yang ada di Family Box Karaoke Keluarga, Maka untuk mengetahui lebih lanjut peneliti ingin membahas dengan judul “Opini Pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga”.

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya keluhan dari pelanggan tentang pelayanan di family box karaoke keluarga
2. Adanya perilaku tidak sopan dari pekerja family box dalam memberikan pelayanan
3. Minim nya keamanan di family box karaoke keluarga
4. Opini Pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga

C. Rumusan Masalah

Bagaimana Opini Pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Opini pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga.

E. Manfaat Penelitian

- a. Secara Akademisi : Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah informasi bagi peneliti, dan bagi pihak lain dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif serta dapat dijadikan acuan penelitian lanjutan dalam Opini pengunjung tentang pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga.
- b. Secara Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai Opini pengunjung tentang pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga. Dan penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bagi mahasiswa atau pun masyarakat yang tertarik dengan topik ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi (Cherry, 1983 dalam Cangara, 2014: 20). Komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang berarti oleh seseorang kepada orang lain baik dengan maksud agar mengerti maupun berubah tingkah laku. Raymond S.Ross juga menyampaikan bahwa komunikasi adalah “Proses transaksional yang meliputi pemisahan dan pemilihan lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber” (Rohim, 2009:4).

Defenisi singkat yang dibuat oleh Harold D. Lasswell mengenai komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”. Sedangkan dalam cakupan yang lebih luas Steven mendefenisikan bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli. Apakah itu berasal dari seseorang ataupun dari lingkungan sekitarnya. Tak hanya itu,

Everett M. Rogers mendefinisikan bahwa komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Cangara, 2014:22-23). dari beberapa defenisi yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi yang saling mempengaruhi baik dalam konteks disengaja maupun tidak disengaja.

Disiplin ilmu komunikasi sudah ada sejak lebih dari 2000 tahun yang lalu. Semula, bidang ini berfokus hanya pada komunikasi publik. Aritoteles, seorang filsuf Yunani terkenal, percaya bahwa berbicara didepan umum efektif sangat penting bagi partisipasi warga negara dalam urusan sipil (Borchers, 2006) dalam (Wood, 2013: 12).

Hakikat Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk membentuk kesamaan makna. Komunikasi dapat tumbuh dan berkembang karena disokong oleh berbagai disiplin ilmu seperti psikologi, sosiologi, politik, ekonomi, mekanika dan lain sebagainya.

Dengan demikian, definisi atau pengertian komunikasi yang dinyatakan oleh para ahli pun sangat beragam karena dilatarbelakangi oleh kelimuan yang dimiliki. Hampir tidak ada definisi atau pengertian komunikasi yang benar-benar pakem atau komprehensif. Keberagaman definisi atau pengertian komunikasi yang dinyatakan oleh para ahli tersebut menunjukkan

bahwa komunikasi adalah konsep yang kaya makna. Adapun makna komunikasi yang tercermin dari definisi atau pengertian komunikasi tersebut dapat dibedakan menjadi 4 bagian, yaitu :

Komunikasi adalah proses sosial yang fundamental. Oleh sebab itu, ketika kita mempelajari komunikasi sejatinya kita mencoba untuk meneliti lebih dalam mengenai sesuatu yang menjadi pondasi bagi semua hubungan antar manusia serta perubahan sosial. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh para ahli dengan fokus penelitian pada aktifitas manusia serta hubungan pesan dengan perilaku.

Ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya, maka terjadilah suatu peristiwa. Peristiwa tersebut dinamakan peristiwa sosial. Interaksi sosial dapat terjadi hanya jika ada kontak dan komunikasi. Sebagai suatu fenomena, komunikasi dapat dipahami melalui bentuk komunikasi dan sifat komunikasi. Bentuk komunikasi meliputi komunikasi personal (komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal), komunikasi kelompok (komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar), serta komunikasi massa.

Sedangkan sifat komunikasi meliputi komunikasi tatap muka (face to face), komunikasi bermedia (mediated), verbal (tulisan, lisan, tercetak) dan non verbal (kial, bergambar). Komunikasi adalah ilmu (*science*) karena ilmu komunikasi berkembang dengan menggunakan metode ilmiah. Para ilmuwan yang mengembangkan komunikasi sebagai ilmu menggunakan pendekatan

ilmiah berdasarkan latar belakang keilmuan yang dimiliki. Dalam bekerjanya, ilmu komunikasi selalu berlandaskan pada fakta, pertimbangan obyektif, asas analitik, sifat kuantitatif, logika deduktif-hipotetik dan logika induktif-generalisasi. Selain berkembang dengan menggunakan metode ilmiah, komunikasi juga memenuhi persyaratan sebagai suatu ilmu. Adapun syarat-syarat suatu ilmu adalah memiliki obyek formal dan obyek material yaitu memiliki bentuk pernyataan dan memiliki keragaman proposisi.

Sebagai suatu ilmu, komunikasi memiliki beberapa karakteristik, yaitu sistematis, universal, rasionalitas, obyektifitas, verifikasiabilitas dan communality. Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan tentunya memiliki tujuan. Tujuan komunikasi pada umumnya adalah untuk mengubah pengetahuan, sikap, opini, keterampilan serta perilaku. Agar terjadi komunikasi yang efektif maka komunikator harus memiliki kemampuan atau keterampilan berkomunikasi yang diperlukan. Tidak hanya bahasa verbal namun bahasa non verbal pun harus dikuasai. Kemampuan berkomunikasi atau communication skill sangat penting dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Keterampilan berkomunikasi dapat membantu kita untuk meningkatkan kemampuan dalam berpikir kritis, melakukan pemecahan masalah, mengatasi konflik, membangun sebuah tim, literasi media, dan public speaking. Berbagai macam kemampuan atau keterampilan komunikasi

inilah yang sangat berguna dalam rangka berinteraksi dengan orang lain maupun dalam dunia kerja (Mulyana, 2016:33-35).

Karakteristik Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik benang merah berupa karakteristik yang melekat pada komunikasi itu sendiri. Secara garis besar, komunikasi memiliki tiga karakteristik utama, yaitu :

a) **Komunikasi adalah manusia itu sendiri**

Istilah komunikasi yang digunakan selama ini merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh manusia. Dalam suatu proses komunikasi, yang menjadi komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan) adalah manusia.

b) **Komunikasi adalah sebuah proses**

Komunikasi merupakan proses yang berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan. Komunikasi merupakan proses transaksional yang terjadi antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan). Kualitas proses komunikasi tergantung pada partisipan yang terlibat di dalamnya termasuk saluran yang digunakan.

c) **Komunikasi bersifat simbolis**

Lambang biasa digunakan untuk mempresentasikan sesuatu, berbagai proses, berbagai ide, atau pun berbagai kejadian yang dapat membuat komunikasi menjadi mungkin. Lambang yang diolah menjadi informasi adalah yang dikirimkan dalam suatu proses komunikasi. Berhasil tidaknya informasi yang disampaikan tergantung pada komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan).

Fungsi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator yang bertujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap, opini, keterampilan dan perilaku komunikan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila dampak yang terjadi pada komunikan sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi memiliki fungsi-fungsi yang berguna untuk menunjang tujuan komunikasi.

Secara umum, komunikasi memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah :

1. **Menyiarkan informasi:** Komunikasi berfungsi untuk menyiarkan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan dengan harapan komunikan dapat mengambil keputusan yang tepat setelah menerima informasi yang disampaikan.

2. Mendidik: Komunikasi berfungsi mendidik apabila pesan yang diterima oleh komunikan berdampak pada peningkatan pengetahuan komunikan.
3. Menghibur: Komunikasi berfungsi menghibur manakala pesan yang disampaikan kepada komunikan ditujukan untuk rekreasi atau kesenangan bagi komunikan.
4. Mempengaruhi: Komunikasi berfungsi mempengaruhi komunikan manakala pesan yang disampaikan kepada komunikan memberikan efek yang diharapkan.

Proses Komunikasi

Ketika mendefinisikan komunikasi, perlu dipahami bahwa pengertian terminologi komunikasi tidaklah seragam dan berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut tergantung pada konteksnya.

Untuk memahami komunikasi sebagai suatu proses, kita harus menyadari bahwa komunikasi terdiri dari berbagai mekanisme ataupun fenomena yang dibentuk dari berbagai elemen yang saling terhubung satu dengan yang lainnya. Dimana kemudian, masing-masing elemen memberikan semacam output. Elemen-elemen inilah yang secara bersama-sama membentuk suatu proses.

Secara sederhana, dalam suatu proses komunikasi terdapat 3 (tiga) elemen yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Namun dalam suatu proses

komunikasi yang lebih luas, terdapat 6 (enam) elemen proses komunikasi. Elemen-elemen proses komunikasi tersebut adalah :

1. Sumber (Source)

Adalah dasar yang nantinya dipakai dalam proses penyampaian pesan. Yang dapat dijadikan sumber adalah orang, organisasi, atau bahan literatur dan lain sebagainya. Kredibilitas sumber benar-benar harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan nantinya juga memiliki validitas.

2. Komunikator (Communicator)

Adalah individu atau kelompok yang mengirim pesan. Komunikatorlah yang memulai terjadinya proses komunikasi. Kredibilitas komunikator juga perlu diperhatikan. Karena “siapa” lebih penting dari “apa” yang disampaikan. Misalnya, ketika akan berbicara mengenai penyakit mata maka dokter mata adalah pihak yang kredibel untuk menjelaskan mengenai penyakit mata. Intinya, komunikator disesuaikan dengan isi pesan.

3. Pesan (Message)

Pesan adalah elemen terpenting dalam suatu proses komunikasi. Pesan adalah informasi yang akan dikirim oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan dapat dilakukan secara langsung (face to face) maupun melalui media atau saluran tertentu. Pesan yang disampaikan secara langsung dapat berupa pesan yang sifatnya informatif, persuasif atau koersif.

Disebut informatif apabila pesan tersebut menyajikan berbagai keterangan yang didukung dengan fakta dan data yang valid. Pesan yang sifatnya informatif cenderung lebih mudah diterima oleh komunikan yang intelektual. Sedangkan, suatu pesan disebut persusif manakala pesan tersebut berisi ajakan atau bujukan untuk membangkitkan kesadaran komunikan. Terakhir, suatu pesan disebut koersif seandainya pesan tersebut bersifat memaksa yang disertai dengan sanksi.

4. Saluran (Channel)

Channel atau saluran adalah “jalan” dimana pesan tersebut akan dikirimkan dan biasanya dikenal dengan sebutan media. Dalam komunikasi terdapat dua media komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi yaitu media umum (telepon, radio CB, OHP dan lain-lain) dan media massa (pers, radio, film, televisi)

5. Komunikan (Receiver/Communicant/Communicatee)

Receiver/communicant/communicatee atau komunikan adalah target penyampaian pesan. Terdapat 3 macam komunikan yaitu orang per orang, kelompok, dan massa. Hal-hal yang harus diperhatikan tentang komunikan dalam suatu proses penyampaian pesan adalah keanggotaan kelompok, proses seleksi, dan kecenderungan.

Komunikasi terdiri dari orang per orang yang merupakan anggota dari kelompok tertentu yang terikat dengan segala macam pendirian yang dianut. Biasanya jika suatu pesan yang disampaikan berbenturan dengan pendirian yang dianut, maka akan terjadi penolakan. Orang cenderung untuk memilih sesuatu yang sesuai dengan pendirian yang dimiliki. Dengan demikian, pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan hendaknya disesuaikan dengan situasi serta kondisi komunikan.

Hal lain yang perlu mendapat perhatian adalah kerangka pengetahuan (frame of reference) dan cakupan pengalaman (field of experience) yang dimiliki oleh komunikan. Pesan yang dikemas dan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka pengetahuan serta cakupan pengalaman yang dimiliki oleh komunikan agar komunikasi yang dilancarkan menemui keberhasilan.

6. Efek (Effect)

Efek atau dampak komunikasi adalah dampak yang dihasilkan dari adanya proses komunikasi. Dampak ini bisa berupa terjadinya perubahan pengetahuan, sikap atau perilaku. Bila efek komunikasi sesuai dengan yang diharapkan maka komunikasi dapat dikatakan berhasil. Tetapi apabila tidak, maka komunikasi tersebut mengalami kegagalan. Pada umumnya, untuk menggambarkan suatu proses komunikasi digunakan sebuah model komunikasi agar mudah dipahami.

Tingkatan Proses Komunikasi

Menurut Dennis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (1987 : 6-7), tingkatan proses komunikasi merujuk pada tingkatan organisasi sosial dimana komunikasi tersebut terjadi. Setiap tingkatan meliputi berbagai permasalahan, serangkaian kenyataan dan teori masing-masing. Dalam masyarakat, terdapat enam tingkatan proses komunikasi, yaitu :

1) Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal atau intrapribadi atau self communication adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir. Dalam proses komunikasi intrapersonal, rangsangan yang berupa informasi diterima, diolah, disimpan, dan dihasilkan kembali. Proses pengolahan informasi ini dapat berdampak pada pengetahuan, pendapat maupun sikap.

2) Interpersonal

Pada komunikasi interpersonal, fokus perhatian sebagian besar ditujukan pada bentuk wacana, pola interaksi, wujud afiliasi, pengendalian dan hierarki, penentuan norma-norma, penetapan batas, pengaruh dan difusi. proses informasi dan pada hubungan timbal balik dengan lingkungan.

3) Intragroup atau Dalam Kelompok

Yang menjadi fokus perhatian komunikasi intragroup sama dengan komunikasi interpersonal yaitu pada bentuk wacana, pola interaksi, wujud afiliasi, pengendalian dan hierarki, penentuan norma-norma, penetapan batas, pengaruh dan difusi. proses informasi dan pada hubungan timbal balik dengan lingkungan.

4) Intergroup atau Antar Kelompok atau Asosiasi

Pada komunikasi intergroup, fokus perhatian dititikberakan pada keterlibatan secara sukarela, interaksi, kerjasama dan pembetulan norma-norma serta standar.



5) Organisasi atau Institusi

Pada komunikasi organisasi fokus perhatian dititikberatkan pada usaha mengendalikan dan melakukan efisiensi transmisi. adalah komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi.

6) Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu proses komunikasi yang lebih luas. Komunikasi massa dapat diidentifikasi melalui karakteristik yang khas dari institusionalnya.

Etimologi Komunikasi

Person, et.al (2000 : 10) dalam buku Human Communication, menyatakan bahwa komunikasi berasal dari kata “communicare” yang memiliki arti “untuk membuat kesamaan” atau “untuk berbagi”. Dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud tercapainya kesamaan makna. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat berupa bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal. Komunikasi sebagai bidang studi ilmu sosial harus memenuhi beberapa kriteria tertentu. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Departemen Komunikasi Univeritas Hawaii, kriteria yang dimaksud adalah berlandaskan teori, analisis kuantitatif atau empiris, dan memiliki tradisi yang diakui.

Pemahaman mengenai dasar komunikasi, teori komunikasi, struktur komunikasi serta perkembangan strategi komunikasi untuk tujuan sosial berikutnya sangat diperlukan guna membuktikan bahwa komunikasi adalah sebuah ilmu.

Ilmu komunikasi adalah ilmu sosial yang didalamnya mencakup komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, komunikasi antar budaya, dan lain-lain.

Manfaat Mempelajari Komunikasi

Komunikasi memegang peranan yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Karena itu mempelajari teori komunikasi maupun penerapannya sangatlah penting. Komunikasi yang efektif dapat membantu kita untuk mengatasi permasalahan yang kita hadapi dalam kehidupan profesional dan memperbaiki hubungan antar manusia. Para ahli meyakini bahwa akar dari berbagai permasalahan yang ada dalam kehidupan kita adalah karena buruknya komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah solusi untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut dan bahkan dapat mencegah permasalahan yang timbul. Untuk itu, kita sangat perlu mempelajari komunikasi secara komprehensif karena sangat bermanfaat bagi kehidupan kita.

Person, et.al dalam bukunya Human Communication (2000) menyatakan, setidaknya terdapat 7 (tujuh) manfaat yang akan kita peroleh dengan mempelajari komunikasi, yaitu :

a) Memperbaiki cara pandang terhadap diri sendiri

Mempelajari komunikasi membuat kita belajar untuk lebih mengenal diri sendiri. Proses pembelajaran ini dapat kita peroleh melalui komunikasi intrapersonal maupun berinteraksi dengan orang lain. Dengan mengetahui bagaimana komunikasi memberikan efek terhadap persepsi mengenai diri sendiri, dapat menuntun kita untuk lebih bisa menghargai diri sendiri.

Selain itu, mempelajari keterampilan berkomunikasi juga dapat memperbaiki cara pandang kita terhadap diri kita sendiri. Berbagai studi menunjukkan bahwa komunikasi yang secara efektif dilakukan dalam berbagai situasi dapat membantu pembentukan kepercayaan diri.

Dengan kata lain, keberhasilan kita dalam melakukan interaksi dengan orang lain dalam berbagai situasi sosial dan pencapaian kita dalam dunia professional akan dapat menuntun kita pada perasaan yang positif terhadap diri sendiri.

b) Memperbaiki cara pandang orang lain terhadap diri

Pada umumnya, setiap orang lebih menyukai berkomunikasi dengan orang lain yang dapat juga berkomunikasi dengan baik. Apabila kita

berkomunikasi dengan orang yang memiliki kompetensi, maka kita juga akan tergerak untuk meningkatkan kompetensi yang dimiliki. Semakin kita dipandang memiliki kompetensi yang mumpuni, maka orang lain pun akan datang untuk berinteraksi dengan kita.

c) Meningkatkan pengetahuan mengenai hubungan antar manusia

Komunikasi tidak hanya mempelajari tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan orang lain, tetapi juga tentang bagaimana kita membangun hubungan dengan orang lain dan jenis komunikasi yang sesuai dengan situasi yang ada. Melalui hubungan antar manusia seperti pertemanan, hubungan keluarga, dan hubungan dalam suatu komunitas, kita belajar tentang kepercayaan, kedekatan, dan hubungan timbal-balik.

d) Mengajarkan keterampilan yang penting dalam kehidupan

Mempelajari komunikasi adalah mempelajari berbagai macam keterampilan yang akan digunakan oleh setiap orang dalam satu fase dalam kehidupannya. Keterampilan itu adalah kemampuan dalam berpikir kritis, kemampuan dalam melakukan pemecahan masalah, kemampuan dalam mengatasi konflik, kemampuan dalam membangun sebuah tim, kemampuan dalam literasi media, dan public speaking.

e) Membantu kita untuk melatih kebebasan berpendapat yang dijamin konstitusi

Di beberapa negara demokrasi, tak terkecuali Indonesia, kebebasan memperoleh informasi, kebebasan berpendapat dan kebebasan berbicara di depan umum dijamin dan diatur oleh konstitusi. Dengan derasnya arus informasi yang ada, kita dapat mengetahui berbagai macam isu hangat yang sedang terjadi dan kita dapat membahasnya dengan orang lain. Tidak hanya itu, kita juga dapat mendiskusikannya dalam suatu forum terbuka atau pun melalui media massa. Kita juga dapat mengkritisi berbagai informasi atau pesan yang kita peroleh dari orang lain.

f) Membantu kita meraih kesuksesan secara professional

Sebagai seorang yang berlatar belakang pendidikan komunikasi, kita akan dapat meraih berbagai macam pekerjaan yang diinginkan. Beberapa profesi memerlukan keterampilan berkomunikasi misalnya public relation (oral communication).

g) Membantu kita untuk meningkatkan kemampuan berbahasa

Mempelajari bahasa asing atau bahasa daerah lokal dapat membantu kita berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda bahasa dan budaya. Apabila hal ini ditopang dengan pemahaman konsep-konsep komunikasi dasar dan menerapkannya dalam interaksi kita dengan orang lain yang berbeda bahasa dan budaya, maka kemampuan berbahasa kita dengan sendirinya dapat berkembang.

Fungsi Komunikasi

1) Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat(keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2) Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif merupakan komunikasi yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun kelompok, komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan emosi kita.

3) Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif, suatu komunikasi yang sering dilakukan pada upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut antropolog sebagai rites mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan,

siraman, pernikahan, ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi atau agama mereka.

4) **Komunikasi Instrumental**

Komunikasi instrumen mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut tersebut dapat disimpulkan membujuk. Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan mendengarkannya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui.

2. **Konsep Opini Pengunjung**

Opini juga diartikan oleh Abdullah (2001:14) dalam (Verawati&Aritha, 2021) sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan. Ketika seseorang beropini terhadap suatu permasalahan yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda, hal itu dikarenakan opini memiliki sifat subyektif yang artinya menurut pandangan pribadi masing-masing.

Menurut Dan Nimmo (Nasution, 1990:91) mengemukakan bahwa, “Opini adalah suatu respon yang aktif terhadap stimulus, suatu respon yang dikonstruksikan melalui interpretasi pribadi yang berkembang dari dan

menyumbang pada imej". Opini mencerminkan suatu organisasi yang kompleks terdiri dari tiga komponen, yakni keyakinan (belief), perasaan (attitude), dan ekspektasi (perception). Untuk memahami opini seseorang dengan publik, menurut Abelson (Ruslan, 2007: 66) bukanlah perkara mudah, karena berkaitan erat dengan:

- a. Kepercayaan mengenai sesuatu (belief)
- b. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (attitude)
- c. Persepsi (perception), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar dari berbagai faktor, yakni :
 1. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.
 2. Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat dan pandangannya.
 3. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat)
 4. Berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentukan Harris Darussalam, et al. Volume 2, No.1, Tahun 2016.

Agar mengetahui opini pengunjung peneliti akan melihat melalui proses pembentuk opini menurut (Kasali, 1994 : 26) dalam (Ferdina & Rijeki,

2014:6-7), terdapat tiga komponen pembentuk yang dikenal sebagai A-B-C of Attitude :

- a) Affect atau perasaan (emosi) Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk.
- b) Behavior atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak.
- c) Cognition atau pengertian (penalaran) Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Pengunjung adalah orang – orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara yang terdiri dari banyak orang dengan tujuan yang berbeda – beda

3. Pelayanan

Pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggikan kepuasan pelanggan hal ini menurut Sutopo dan Suryanto (2003) dalam (Fikri, Dkk.2016:121). Tak hanya itu defenisi pelayanan juga di cetus oleh Haksever (2000) dalam (Fikri, Dkk.2016:121) menyatakan bahwa jasa atau pelayanan

(*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis.

Tetapi pada kenyataannya dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat kesulitan yang dikemukakan oleh Tjiptono dalam dalam (Fikri, Dkk.2016:121) menyatakan bahwa sulitnya menilai kualitas pelayanan disebabkan karena ciri khas yang melekat pada produk jasa yang tidak sama dengan produk manufacturing, yaitu bahwa produk jasa pelayanan produksinya tidak dapat diproduksi dan disimpan seperti pada persediaan barang manufacturing. Pernyataan diatas juga diperkuat olehn Kotler (2001) dalam (Fikri, Dkk.2016:121) menyatakan bahwa, “Kesulitan lainnya juga akan muncul dalam menilai kualitas adalah pada persepsi pelanggan terhadap kualitas pelanggan”. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir pada persepsi pelanggan.

Karakteristik Pelayanan Normann (2002) dalam dalam (Fikri, Dkk. 2016:121) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut :

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba.
- b. Pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- c. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto (2006) dalam (Fikri, Dkk.2016:121) “Adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”. Kualitas pelayanan menurut Evans dan Lindsay (2000) dalam (Fikri, Dkk.2016:121), yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berikut ini merupakan indikator dalam kualitas pelayanan yang terdiri dari beberapa hal berikut, yaitu :

- 1) Bukti langsung (*Tangible*) Menurut Zeithaml (2000), *Tangible* adalah kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil”. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Menurut Kotler (2001), yang menyatakan bahwa *Tangible* yaitu menunjuk pada fasilitas fisik, peralatan personil dan media komunikasi (Fikri, Dkk.2016:121).
- 2) Keandalan (*Reliability*) Zeithaml (2000), *Reliability* adalah kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Kotler (2001) yang menyatakan *Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat waktu (Fikri, Dkk.2016:121).
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*) Menurut Zeithaml (2000), *Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Pernyataan

diatas juga diperkuat oleh Kotler (2001), yang menyatakan bahwa *Responsiveness* yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat (Fikri, Dkk.2016:121).

- 4) Jaminan (*Assurance*) Menurut Kotler (2001) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Rangkuti (2002), *Assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan (Fikri, Dkk.2016:121).
- 5) Empati (*Emphaty*) Menurut Kotler (2001), Empati yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Rangkuti (2002) yang menyatakan bahwa Empati yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi (Fikri, Dkk.2016:121).

4. Family Box Karaoke Keluarga

a. Awal Berdiri Family Box Karaoke Keluarga

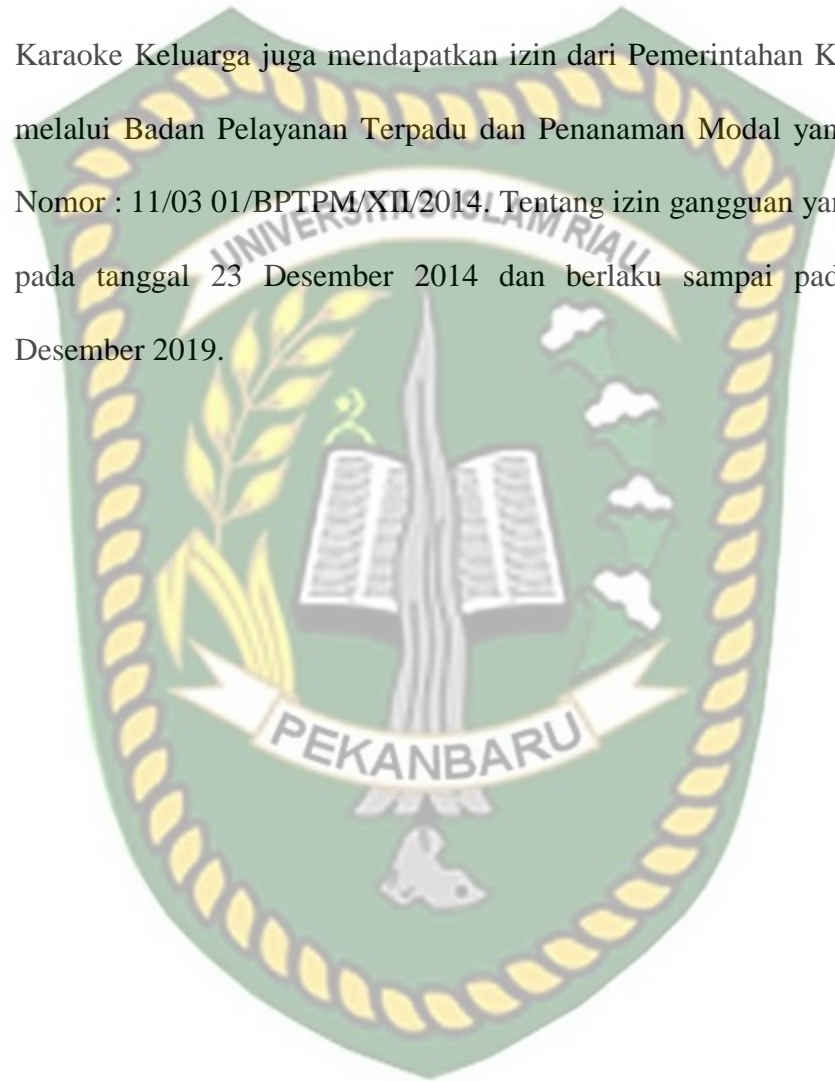
Perkembangan usaha tempat karaoke begitu berkembang pesat dikota Pekanbaru, tempat karaoke saat ini bertema keluarga agar menghilangkan stigma negatif ditempat karaoke yang sebelumnya dikenal sebagai tempat penyelenggara prostitusi karena tempat karaoke dahulunya telah menyediakan pemandu yang dikenal sebagai Lady Companion (LC). Saat ini tempat

karaoke berkonsep keluarga sudah menjamur diberbagai wilayah salah satunya adalah Family Box Karaoke Keluarga di Jl. Tuanku Tambusai. Beralamat yang begitu strategis dimana berada pada dipinggir jalan lintas menuju perkotaan, sehingga posisi lokasi tersebut mudah ditemukan.

Melihat peluang yang begitu menjanjikan dikota Pekanbaru yang saat itu masih sedikit tempat karaoke keluarga segala bentuk upaya yang dilakukan maka disinilah permulaan Family Box Karoke Keluarga didirikan oleh seorang pria keturunan etnis Tiong Hoa yang bernama nama asli Edy. Pada tahun 2014 Family Box Karaoke Keluarga resmi dibuka oleh Edy selaku pemilik dan yang mana menggelar acara pembukaan Family Box Karaoke Keluarga tersebut secara resmi yang dihadirkan oleh beberapa tamu undangan.

Telah resminya pembukaan Family Box Karaoke Keluarga tersebut mendapatkan respon positif dari masyarakat pekanbaru hal ini dilihat dari keantusiasan masyarakat berkunjung termasuk dari kalangan mahasiswa. Untuk saat ini ada beberapa cabang Family Box Karaoke Keluarga dikota pekanbaru yang terdiri dari, Jl. HR. Soebrantas/Panam, Jl. Tuanku Tambusai/Nangka, secara keseluruhan cabang Family Box Karaoke Keluarga dikota pekanbaru sebanyak 2 tempat. Keterangan informasi mengenai Family Box peneliti dapat melalui kegiatan wawancara dari salah satu karyawan Family Box yang menjabat Supervisor cabang Jl. Tuanku Tambusai/Nangka yaitu Agus Rohmat.

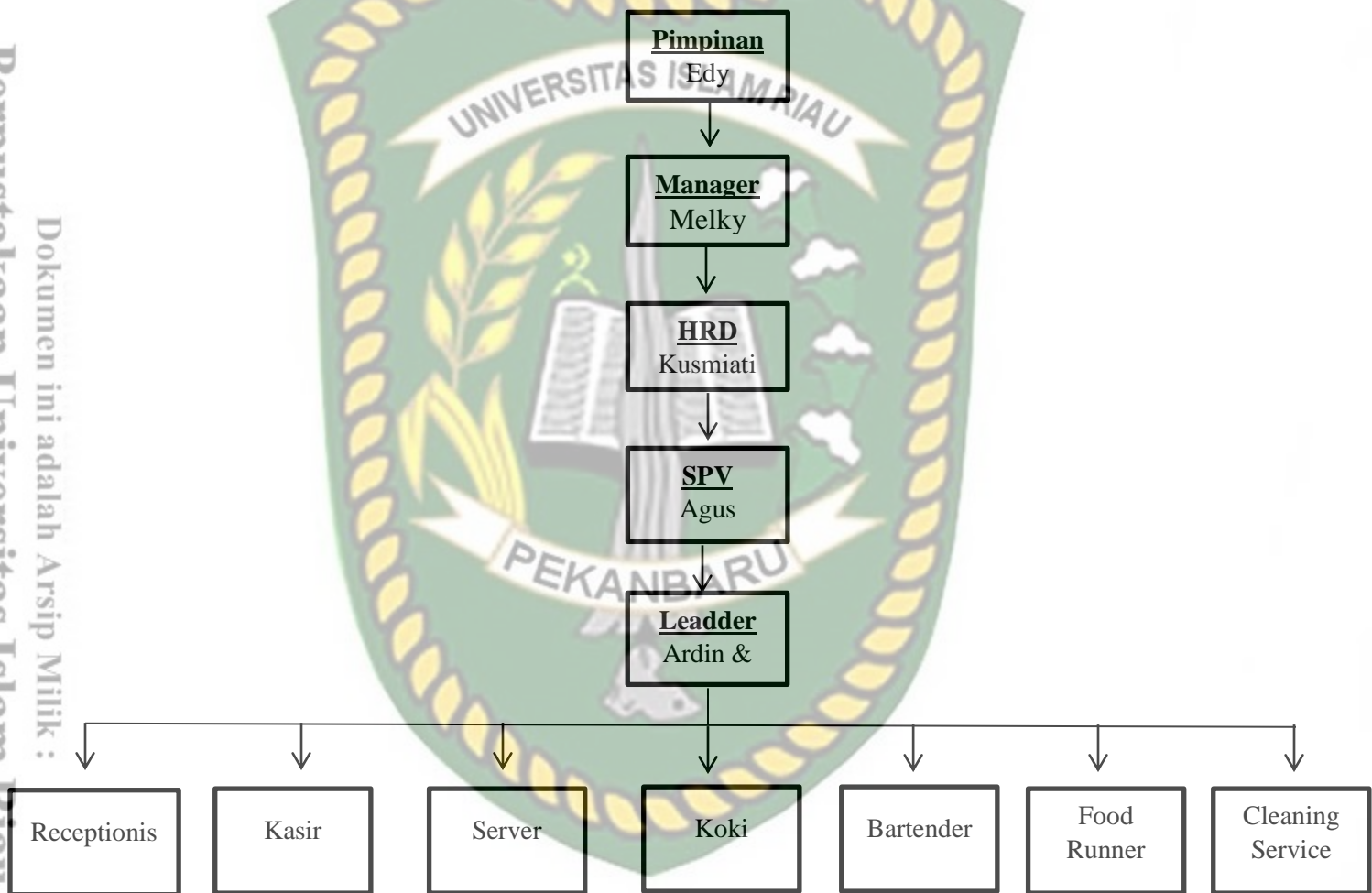
Tak hanya respon dari pengunjung, Family Box Karaoke Keluarga juga berdiri atas izin dari kepolisian yang tercantum dalam Nomor :SI/YANMIN-133/X/2019/DIT INTELKAM. Serta berdirinya Family Box Karaoke Keluarga juga mendapatkan izin dari Pemerintahan Kota Pekanbaru melalui Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal yang tertera pada Nomor : 11/03 01/BPTPM/XII/2014. Tentang izin gangguan yang dikeluarkan pada tanggal 23 Desember 2014 dan berlaku sampai pada tanggal 22 Desember 2019.



b. Struktur Manajemen Operasional

Box Karaoke Keluarga dikelola oleh beberapa orang yang dianggap memiliki potensi untuk menjalani usaha tersebut yaitu terdiri dari :

Tabel 2.1
Struktur Operasional Manajemen Family Box karaoke Keluarga



Agar operasional kerja berjalan dengan baik maka setiap team dibawah naungan Leader memiliki wewenang dan tanggung jawab masing-masing yaitu :

1. Receptionis merupakan seseorang yang bertugas sebagai menerima dan mendata pengunjung serta menawarkan segala produk yang dimiliki oleh Family Box Karaoke Keluarga.
2. Kasir merupakan seseorang yang mengisi posisi transaksi pembayaran antara pihak Family Box dan pengunjung yang telah menggunakan jasa dan pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga.
3. Server merupakan seseorang yang bertugas sebagai pengarah pengunjung ke *room* karaoke serta memberi pengetahuan dalam mempergunakan segala alat dan pemilihan lagu yang telah disediakan didalam *room* Family Box Karaoke Keluarga.
4. Koki merupakan seseorang yang bertugas untuk memasak dan menyajikan makanan yang dipesan oleh tamu atau pengunjung sesuai dengan makanan yang telah ditawarkan didalam *Book Menu* yang telah tersedia disetiap ruangan Family Box Karaoke Keluarga.
5. Bartender merupakan seseorang yang bertugas untuk menyajikan minuman yang telah dipesan oleh pengunjung atau tamu di Family Box Karaoke Keluarga.

6. Food Runner merupakan seseorang yang bertugas untuk mengantarkan makanan dan minuman yang telah dipesan oleh pengunjung atau tamu di Family Box Karaoke Keluarga.
7. Cleaning Service merupakan seseorang yang bertugas untuk menjaga serta membersihkan setiap sudut ruangan yang ada di Family Box Karaoke Keluarga.
8. Teknisi merupakan seseorang yang bertanggung jawab dan memiliki pengetahuan dibidang mesin dan elektro, hal ini untuk menangi segala kerusakan yang ada, berkaitan dengan permasalahan audio serta perangkat lainnya yang telah disediakan disetiap ruangan di Family Box Karaoke Keluarga.

Banyak nya posisi serta tanggung jawab yang harus dipenuhi didalam Family Box Karaoke Keluarga, maka merangkul karyawan sebanyak 28 orang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung agar memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik⁶.

c. Fasilitas

Fasilitas yang ada di Family Box sungguh sangat modern, sebagai karaoke keluarga tentu saja Family Box memfasilitasi usahanya dengan memberikan kualitas audio yang terbaik untuk memanjakan dan memuaskan hobi konsumen dalam bernyanyi. Ditunjang dengan teknologi canggih untuk

⁶ Wawancara langsung dengan Supervisor cabang Harapan Raya, Agus Rohmat (29Tahun). April 2019.

memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dapat menyanyikan lagu-lagu favorit terbaru. Family Box Karaoke Keluarga sangat difasilitasi dengan kualitas audio yang begitu modren agar pengunjung merasa puas dengan segala fasilitas yang disediakan, dan juga Family Box Karaoke Keluarga menyediakan Layar LCD yang tochsreen sehingga pengunjung mudah berselancar mencari lagu yang diminati. Beriku ini merupakan fasilitas pendukung yang ada di tiap ruangan yaitu terdiri dari TV, Tochsreen, sistem perekam suara, tampilan 3D, Ac, Microfon, sofa, meja. Ruangan yang tersedia di Family Box Karaoke keluarga sebanyak 28 *Room* yang telah disediakan sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Tabel 2.2
Ruangan Karaoke Keluarga

Type Room	Senin-Minggu Happy Hours	Senin-Minggu Buisness Hours
Standar	25	40
Executive	30	50
Delux	40	70
Suite	50	90
President Suite	70	120

Sumber : Manajemen Family Box Karaoke Keluarga, 2022

Selain itu Family Box juga menyediakan ruangan Musholla untuk pengunjung yang ingin melaksanakan sholat disana. Family Box menyadari masyarakat Riau khususnya Kota Pekanbaru adalah masyarakat religius yang sebagian gemar bernyanyi. Karena itu berhak untuk mendapatkan sarana

hiburan bernyanyi yang bebas dari simbol-simbol hiburan malam. Family Box sebagai salah satu pemegang Prinsip Karaoke Keluarga yang bersih, mempunyai slogan NO Whisky, NO Drug, and NO Vandalism dalam operasionalnya. Apalagi tidak butuh budget terlalu besar untuk berkaraoke di Family Box. Anda bisa memilih harga mulai dari Rp 20.000 – Rp 150.000 per jam. Atau jika Anda ingin jadi member cukup dengan Rp 100.000 Anda akan mendapat berbagai tambahan fasilitas lainnya.



B. Defenisi Operasional

1. Opini Pengunjung

Opini pengunjung adalah suatu respon yang aktif terhadap stimulus yang ada pada pengunjung, yang dikonstruksikan melalui interpretasi pribadi yang berkembang dan berpengaruh pada imej perusahaan.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah usaha dari manajemen perusahaan dalam bentuk apa saja yang mempertinggikan kepuasan pelanggan baik dalam penawaran jasa yang diberikan serta etika karyawan yang melayani.

3. Family Box Karaoke Keluarga

Family Box Karaoke Keluarga merupakan wadah hiburan yang disediakan untuk meluangkan bakat bernyanyi yang ada didalam diri, didalam penelitian ini Family Box Karaoke Keluarga berfokus pada cabang Jl. Tuanku Tambusa/Nangka.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti untuk memperkuat kajian peneliti yang ada, sehingga aspek yang belum ada dipenelitian terdahulu dapat dilakukan didalam penelitiaan ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama/Vol, Tahun Penelitian/ Universitas	Judul	Masalah	Hasil
1	Christin Eddison / VOL 3. NO.1, 2015 / Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya	Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Corporate Identity ARTOTEL Surabaya	Bagaimana Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Corporate Identity ARTOTEL Surabaya ?	Hasil didalam penelitian ini menjabarkan bahwa opini masyarakat Surabaya mengenai corporate identity ARTOTEL Surabaya cenderung netral. Netral disini bukan berarti responden tidak memihak setuju atau tidak setuju, mereka memberikan tanggapan positif bagi sebagian corporate identity, dan sebagian lagi mereka beri tanggapan negatif.
2	Lasmery Rm Girsang / Jurnal Oratio Directa, Vol. 1, No.1/Januari 2018, Universitas Hasanuddin	Kajian Opini Perempuan Pasca Relokasi (Studi Pada Perempuan Kalijodo Di Rusun Pulogebang)	Bagaimana Kajian Opini Perempuan Pasca Relokasi (Studi Pada Perempuan Kalijodo Di Rusun Pulogebang) ?	Opini perempuan yang terdampak dari program penertiban pemukiman (relokasi) kawasan Kalijodo (Jakarta Barat) menguatkan Teori Kelompok Bungkam. Para perempuan belum terlalu 'berani' (frontal) menyikapi program atau kebijakan yang diterapkan yang belum sesuai dengan aspirasi warga perempuan. Disamping hal tersebut, kaum perempuan yang menjadi kelompok minoritas juga masih harus tunduk (menyesuaikan) dengan kebijakan yang ditetapkan pengelola (kelompok mayoritas).

3	Aminah / Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 4 Nomor 2018 / Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teuku Umar	Peran Media Sosial “Facebook” Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Menjelang Pemilihan Umum Legislatif 2019 Di Kabupaten Aceh Jaya	Bagaimana Peran Media “Facebook” Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Menjelang Pemilihan Umum Legeslatif 2019 Di Kabupaten Aceh Jaya ?	Penggunaan media sosial Facebook sangat efektif untuk diterapkan oleh setiap calon anggota legislatif. Hal ini dikarenakan hampir seluruh lapisan masyarakat menggunakan mediaa Facebook pada saat ini. Selain itu, penggunaan media sosial Facebook juga sangat menghematkan biaya untuk melakukan kampanye. Hal ini terlihat bahwa untuk percetakan spanduk ataupun baliho membutuhkan biaya hingga ratusan ribu bahkan jutaan rupiah. Namun dengan pemanfaatan penggunaan media Facebook mampu memperkecil biaya untuk berkampanye dan dapat
---	--	---	--	---

Terdapat beberapa hal yang menjadi perbandingan antara penelitian terdahulu dan peneliti yaitu terdiri dari persamaan dan perbedaan :

1. Perbandingan peneliti dengan penelitian Christin Eddison. 2015. Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Corporate Identity ARTOTEL Surabaya. Persamaan penelitian Christian Eddison dengan peneliti yaitu sama-sama ingin melihat opini masyarakat dalam kajian ilmu komunikasi, tetapi dalam penelitian ini dan penelitian Christian Eddison juga memiliki perbedaan yaitu peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan Christian Eddison menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2. Perbandingan peneliti dengan penelitian Lasmery Rm Girsang. 2018. Kajian Opini Perempuan Pasca Relokasi (Studi Pada Perempuan Kalijodo Di Rusun Pulogebang). Persamaan penelitian Lasmery Rm Girsang dengan peneliti yaitu sama-sama membahas opini dalam ranah ilmu komunikasi dengan metode kualitatif, tetapi yang menjadi perbedaan antara peneliti dengan

Lasmery Rm Girsang yaitu penelitian Lasmery Rm Girsang membahas dnegan permasalahan mengenai perempuan pasca relokasi (studi pada perempuan kalijodo di rusun pulogebang) sedangkan peneliti membahas mengenai opini pengunjung tentang pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga

3. Perbandingan peneliti dengan penelitian Aminah. 2018. Peran Media Sosial “Facebook” Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Menjelang Pemilihan Umum Legislatif 2019 Di Kabupaten Aceh Jaya. Terdapat persamaan penelitian Aminah dan peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai persoalan opini dengan metode kualitatif, sedangkan yang menjadi perbedaannya adalah Aminah membahas dalam persoalan dalam kancah politi sedangkan peneliti membahas dalam dunia hiburan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2014 : 1).

Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010).

Dan penelitian ini melalui pendekatan deskriptif artinya dimana peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dengan berupa kata-kata, gambar dan bukan dengan angka-angka. Data tersebut berupa naskah wawancara, catatan lapangan,

foto, *videotape*, dokumentasi pribadi, catatan atau memo dan juga dokumentasi resmi lainnya (Moleong, 2010:11).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi adalah tempat berlangsung nya penelitian dilakukan yaitu Family Box Karaoke Keluarga yang beralamat di Jl. Tuanku Tambusai/Nangka, Kota Pekanbaru.

2. Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama penelitian dilaksanakan. Tetapi lamanya penelitian akan tergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian. Selain itu juga akan tergantung cakupan penelitian, dan bagaimana penelitian mengatur waktu yang digunakan

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu/Bulan Tahun 2022					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
a	Pembuatan Proposal	✓	✓				
b	Seminar Proposal			✓			
c	Perbaikan Proposal			✓			
d	Pengumpulan Data				✓		
e	Pengolahan Data					✓	
f	Penulisan dan Pebaikan Skripsi					✓	
g	Sidang						✓

C. Jenis Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama, data primer yang dimaksud didalam penelitian ini adalah berasal dari hasil wawancara secara langsung yang dilakukan peneliti kepada informan yang telah dipilih, hal tersebut agar mengetahui.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua yaitu melalui observasi dan dokumentasi yang berasal dari informan yang telah peneliti pilih sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan (Kriyantono, 2006:41).

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam kegiatan penelitian ini, subjek adalah seseorang yang menjadi sumber informasi atau dianggap sebagai informan karena berkompeten dan mempunyai relevansi dengan penelitian. Pemilihan informan didalam penelitian ini melalui teknik purposive yaitu orang-orang yang berada disekitar lingkungan peneliti akan diseleksi terlebih dahulu melalui syarat yang telah peneliti tentukan. Adapun beberapa hal yang kriteria didalam penelitian ini yaitu :

- a. Pengunjung dalam rentang usia 18-40 tahun yang berada pada tahap dewasa awal.

- b. Pengunjung merupakan pelanggan tetap yang setidaknya 1 bulan 2 kali sebagai durasi meluangkan waktu untuk mengunjungi Family Box Karaoke Keluarga (Marliza, 2015:10).
- c. Pengunjung sebagai pelanggan setia setidaknya 5 kali telah berkunjung di Family Box Karoke Keluarga.

Maka dari kriteria yang telah ditetapkan, ada 5 pengunjung yang memenuhi kriteria informan yang telah ditetapkan 5 pengunjung tersebut merupakan pengunjung aktif dan bersedia dijadikan sebagai informan. Pengunjung yang terpilih dianggap layak untuk memberi informasi mengenai opini pengunjung tentang pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga.

2. Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Didalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu “Opini pengunjung tentang pelayanan di Family Box Karoke Keluarga”.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah metode pengumpulan data yaitu teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.

Djaman Satori dan Aan Komariah (2011), Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah ialah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Didalam penelitian ini terdapat 3 langkah yang diterapkan sebagai teknik pengumpulan data, yaitu terdiri dari :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan interaksi sosial yang informal antara seorang peneliti dan informannya (Afrizal, 2016:137) sedangkan menurut Lincoln dan Guba (1985:266) dalam (Moleong, 2014: 186) menjelaskan bahwa wawancara merupakan kegiatan percakapan yang pada maksud tertentu. Dan wawancara yang dilakukan didalam penelitian ini kepada 5 informan yang telah memenuhi kriteria peneliti tetapkan. Wawancara didalam penelitian ini dengan cara melakukan sesi tanya jawab antara informan dan peneliti secara tatap muka dan mendalam.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melalui proses pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung (Satori & Komariah, 2014:104). Pengamatan yang akan peneliti lakukan dengan secara langsung melihat dan mengikuti segala kegiatan pengunjung selama berada di Family Box Karaoke Keluarga.

3. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono,2014:82) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Didalam penelitian dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dan hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen, teknik pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari non insani, dan dokumentasi terdiri dari dokumen dan rekaman.

F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Pengecekan untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi, karena menurut Moleong (2004:330) Triangulasi adalah suatu pendekatan analisa data yang mensintesa data dari berbagai sumber. Wiersma mengemukakan triangulasi dalam kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dapat disimpulkan bahwa triangulasi merupakan suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan metode ganda. Menurut (Gunawan, 2014:219) triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. didalam penelitian ini teknik analisis data yang peneliti terapkan adalah menggunakan analisis Miles and Huberman yang melalui tahapan-tahapan :

- a. Reduksi data dimana data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan semakin lama peneliti dilapangan maka jumlah data yang diperoleh akan semakin banyak, komplek dan rumit. Untuk itu peneliti perlu segera melakukan analisis data dengan menggunakan reduksi data. Perlu dipahami bahwa mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Maka data yang peneliti dapat dilapangan setelah dilakukan reduksi data dengan demikian akan memberikan gambaran yang lebih jelas

dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya apabila diperlukan.

- b. Penyajian Data, Setelah data telah direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam hal ini menurut Miles and Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.
- c. *Conclusion Drawing / Verification*, melakukan analisis data menurut Miles and Huberman adalah didalam penelitian kualitatif kesimpulan yang disusun dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sejak awal (Sugiyono, 2014:92-99).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian

usaha tempat karaoke begitu berkembang pesat dikota Pekanbaru, tempat karaoke saat ini bertema keluarga agar menghilangkan stigma negatif ditempat karaoke yang sebelumnya dikenal sebagai tempat penyelenggara prostitusi karena tempat karaoke dahulunya telah menyediakan pemandu yang dikenal sebagai *Lady Companion* (LC). Salah satu karaoke yang berkonsep keluarga adalah Family Box yang didirikan oleh seorang pria keturunan etnis Tiong Hoa yang bernama asli Edy. Pada tahun 2014 Family Box Karaoke Keluarga resmi dibuka oleh Edy selaku pemilik dan yang mana menggelar acara pembukaan Family Box Karaoke Keluarga tersebut secara resmi yang dihadiri oleh beberapa tamu undangan.

Telah resminya pembukaan Family Box Karaoke Keluarga tersebut mendapatkan respon positif dari masyarakat pekanbaru hal ini dilihat dari keantusiasan masyarakat berkunjung termasuk dari kalangan mahasiswa. Untuk saat ini ada beberapa cabang Family Box Karaoke Keluarga dikota pekanbaru yang terdiri dari, Jl. HR. Soebrantas/Panam, Jl. Tuanku Tambusai/Nangka, jika ditotal secara keseluruhan cabang Family Box Karaoke Keluarga dikota pekanbaru sebanyak 2 tempat. Keterangan informasi mengenai Family Box peneliti dapat melalui kegiatan wawancara dari salah satu karyawan Family Box

yang menjabat Supervisor yaitu Agus Rohmat. Beralamat yang begitu strategis dimana berada pada dipinggir jalan lintas menuju perkotaan, sehingga posisi lokasi tersebut mudah ditemukan. Tak hanya respon dari pengunjung, Family Box Karaoke Keluarga juga berdiri atas izin dari kepolisian yang tercantum dalam Nomor :SI/YANMIN-133/x/2019/DIT INTELKAM. Serta berdirinya Family Box Karaoke Keluarga juga mendapatkan Izin dari Pemerintah Kota Pekanbaru melalui Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal yang tertera pada Nomor: 11/03 01/BPTPM/XII/2014 dan berlaku sampai pada tanggal 22 Desember 2019.

B. Hasil Penelitian

Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui proses wawancara dan observasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana temuan yang didapatkan akan diperkuat dari berbagai referensi. Sebelum membahas lebih jauh maka sebelumnya peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu secara umum identitas subjek, yang terdiri dari sebagai berikut :

1. Nama : Syahputra MD
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 21 Tahun
 Alamat : Jl. Inpres

2. Nama : Budi
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 21 Tahun
 Alamat : Jl. Lumba-lumba, Harapan raya

3. Nama : Muhammad Asraf

Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 20 Tahun
Alamat : Jl. Pahlawan Kerja

4. Nama : Putri Andini
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 25 Tahun
Alamat : Jl. Durian

Agar mengetahui opini pengunjung peneliti akan melihat melalui proses pembentuk opini menurut (Kasali, 1994 : 26) dalam (Ferdina & Rijeki, 2014:6-7), terdapat tiga komponen pembentuk yang dikenal sebagai A-B-C of Attitude :

Affect atau perasaan (emosi) Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk.

Behavior atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak.

Cognition atau pengertian (penalaran) Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya.

1. Hasil Wawancara

- a) Affect atau perasaan (emosi) Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk. Berkaitan dengan aspek perasaan dapat diartikan bahwa membahas mengenai respon emosional tentang sebuah keadaan, perasaan terbentuk dari sebuah keadaan yang terjadi dari lingkungan sekitar dan masuk kedalam pikiran dan benak manusia. Maka berkaitan dengan perasaan peneliti menanyakan apa yang anda rasakan setelah mendapatkan pengalaman dari pelayanan sat anda berkunjung di *Family Box* Pekanbaru, berikut jawaban dari Syahputra MD, yaitu :

“Perasaan ya santai aja tapi puas juga, sesuai lah dengan harga kalau ada kekurangan dalam pelayanan itu ya bukan masalah ya bagi saya, tapi semua kita tau lah kalau soal fasilitas memang sekarang ini udah kurang update, Cuma harga nya murah kalau menurut saya pekerja nya baik-baik tapi fasilitas lagu nya aja yang perlu diupdate” wawancara 25 Mei 2022

Berkaitan dengan pertanyaan diatas peneliti juga menanyakan hal tersebut dengan Informan kedua yaitu Budi yang memberi jawaban yang tidak jauh berbeda, yaitu :

“perasaan ya senang-senang aja karena kesini memang untuk senang senang kan, kalau harga menurut saya ya sesuai lah karena kan memang tempat hiburan gitu memang mahal di bioskop aja juga gitu kan ? ya kalau dibandingkan dengan jus diluar sana 10 ribu terus di family box jadi 20 sampai 30 ribu ya wajar lah mereka kan ada tempat yang dibayar sewa nya terus ada target market mereka juga untuk kalangan apa kalau dibanding-bandingkan sama jus diluar sana ya menurut saya ya gak sebanding sih kita

disini untuk cari hiburan ya wajar kalau mahal tinggal balik lagi kediri aja sanggup beli atau engga” wawancara 18 Mei 2022

Berkaitan dengan pertanyaan diatas peneliti juga menanyakan hal tersebut dengan Informan ketiga yaitu Muhammad Asraf yang memberikan jawaban sebagai berikut :

“merasa puas aja, memang kemarikan untuk menghiburkan diri jadi senang bang dengan pelayanan nya pun saya pun senang sopan ramah, harga yang ditawarkan pun sesuai tapi makanan nya mahal kan cari lah alternatif lain biar bisa minum bisa makan juga didalam tapi ya menurut saya kalau cuma sejam didalam yauda lah ditahan tahan aja dari pada kena denda kan kalau ketahuan” wawancara 23 Mei 2022

Pertanyaan diatas juga peneliti berikan oleh informan keempat yaitu Putri Andini, dan ia memberikan jawaban sebagai berikut :

“kalau perasaan ya senang kan menghibur diri kesini, kalau soal pelayanan itukan sejalan aja kalau menurut aku kesal sih tapi sebentar gak sampai gimana-gimana maksudnya gak sampai aku marahin pekerja nya balik gitu kan malu juga diliat orang ramai ya semoga lebih diperbaiki lagi bagus lah bg menurt saya asik asik aja kok” wawancara 20 Mei 2022

Berdasarkan bagian Affect atau perasaan peneliti menemukan bahwa keseluruhan informan merasakan senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, informan mengakui bahwa permasalahan tersebut tidak mesti dibesar-besarkan walaupun itu berdampak sama kenyamanan pengunjung.

b) Behavior atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak. Berikut peneliti menjabarkan hasil dari proses tanya jawab dengan informan mengenai kejadian, sebagai berikut yang peneliti tanyakan oleh Syahputra MD Saat anda berkunjung ke *Family Box*, pelayanan apa saja yang didapatkan maka ia menjawab sebagai berikut :

“kalau awal masuk ya dijejlesain dan ditawarkan room yang mana disesuaikan dengan pengunjung tamu terus kalau ada promo dijelasin juga terus dijelasin apa saja yang tidak diperbolehkan selama diruangan seperti bawa jajan atau minum dari luar dan dijelas mereka juga menjelaskan juga dapat voucher itu syarat dan ketentuannya apa aja kalau mau keruangan diarahin terus ditawarkan mau pesan apa makan minum ditanyain bisa menggunakan alat diruangan atau enggak kalau gak tau pasti diajarin juga yauda itu aja paling nanti kalau 15 menit mau habis baru pekerjajanya datang lagi oh ada yang permisi ada yang enggak ada yang main nyelonong masuk aja tapi yaudalah kan gak ngapain ngapain juga jadi ngapain takut” wawancara 25 Mei 2022.

Berkaitan dengan pertanyaan diatas peneliti juga menanyakan hal tersebut dengan Informan kedua yaitu Budi yang memberi jawaban yang tidak jauh berbeda Saat anda berkunjung ke Family Box, pelayanan apa saja yang Anda dapatkan

“dari awal masuk, ada satpam bukain pintu, ada resepsionis yang ngejelasin kalau karaoke sejam berapa harganya kan setiap hari tu beda-beda ya, *weekend* beda dengan hari biasa terus ada dapat voucher juga terus dikasih tau lah mana yang gak tau biar gak salah kan nanti salah-salah denda pula kan terus diarahin keruangan yaudah nanti kalau mau abis waktunya tinggal bayar” wawancara 18 Mei 2022

Mengenai pelayanan apa saja yang didapatkan maka, Informan ketiga yaitu Muhammad Asraf yang memberikan jawaban sebagai berikut :

“kalau receptionis nya ramah menurut saya, ditawarkan mau pilih room yang mana terus dijelasin kalau ada dapat voucher gitu ada batasan nya terus diarahin juga sampai keruangan dan ada peringatan gak boleh bawa makan minum dari luar tapi kami tetap beberapa kali kami bawa cuma disimpan paling kalau kawan cewek dia yang suka iseng kayak gitu kalau lagu lagunya sekarang ini kurang update menurut saya, banyak lagu viral tapi tidak dalam daftar pencarian di screen itu” wawancara 23 Mei 2022.

Dan Pertanyaan diatas juga peneliti berikan oleh informan keempat yaitu Putri Andini dan ia memberikan jawaban sebagai berikut :

“biasa aja sama kayak tempat karaoke yang lain juga, normal-normal aja kalau menurut aku mereka bakal nawarin semua yang mereka jual lah pesan minum apa makan apa, iya diajarin juga cara pemakaian barang-barang selama diruangan kalau untuk pekerja sesuai tapi kalau untuk anak sekolah kemahalan kayak nya soalnya kan mereka belum cari uang sendiri tu, kalau menurut aku pelayanan nya sudah sesuai oh iya cuma ni mau kasih catatan aja

kalau orang bayar pakai voucher itu tetap harus dilayani dengan bagus lah jangan ada pembedaan kadang receptionis nya jadi tiba-tiba jutek kalau dikasih potongan voucher itu aja sih” wawancara 20 Mei 2022

Mengenai behavior atau perilaku merupakan menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Berdasarkan dari hasil wawncara yang dilakukan keempat informan mereka berpendapat bahwa tindakan dari crew atau pun staf dalam memberikan pelayanan sudah sesuai dengan peraturan dan ketentuan perusahaan dalam melayani tamu. Mengenai aspek behavior atau perilaku peneliti juga menanyakan apakah informan pernah dialayani tidak baik, berikut jawaban dari Syahputra MD :

“Dilayani gak baik itu ya tidak selalu datang kemari dapat perlakuan demikian cuma ya tidak selalu dapat, kalau jasa itu kan tiap hari nya akan ada evaluasi jadi menurut saya kesalahan kemarin yang semoga diperbaiki, kalau disaya pernah mesan nasi goreng tapi ada rambut nya nah yang kayak gitu kan gak selalu ada tapi untuk kita yang pernah dapat kecewa dong pasti nya ” wawancara 25 Mei 2022.

Mengenai apakah pernah mendapatkan pelayanan yang tidak baik, Budi juga menjawab pertanyaan diatas sebagai berikut :

“kalau dilayani gak baik itu belum ada bg, kayak dijutekin atau apa tapi kalau menurut akan peraturannya sih yang gak boleh bawa makanan dari luar sedangkan disitu mahal kan gak sesuai gak masuk akal gitu sprite kecil harganya sepuluh ribu, air mineral dua belas ribu ya mungkin karena ini tempat hiburan tetapi bagi orang pekerja ya cocok cuma untuk mahasiswa ya boleh lah pihak pengelola untuk mempertimbangkan lebih lanjut” wawancara 18 Mei 2022

Berkaitan dengan pertanyaan diatas peneliti juga menanyakan hal tersebut dengan Informan ketiga yaitu Muhammad Asraf yang memberikan jawaban sebagai berikut :

“gak pernah bg, oke oke aja kok sesuai lah udah murah dapat pelayanan bagus dan kalau pun kami pakai voucher gitu kan ya pelayanan nya juga sama gak ada beda nya. tapi lagu nya aja yang perlu diperbaruhi” wawancara 23 Mei 2022.

Pertanyaan diatas juga peneliti berikan oleh informan keempat yaitu Putri Andini, dan ia memberikan jawaban sebagai berikut :

“berdasarkan pengalaman aku pernah, itu yang pakai voucher sering banget yang aku perhatikan mbak receptionis nya kalau pakai potongan voucher pasti gak ramah, orang jadi malas kalau pakai voucher padahal itu voucher kan mereka yang keluarin” wawancara 20 Mei 2022

Berdasarkan poin behavior atau perilaku opini terbentuk secara berbeda-beda untuk melihat pelayanan di family box karaoke keluarga, dimana mereka mengakui berdasarkan pengalaman yang ada mereka menerima segala baik atau buruk nya pelayanan yang diberikan melalui pengalaman tidak dilayani dengan baik jika memakai voucher, fasilitas lagu tidak update, makanan yang tidak higienis, makanan dan minuman relatif mahal

- c) Cognition atau pengertian (penalaran) Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. maka peneliti menanyakan mengenai apakah pelayanan yang diberikan oleh *Family Box* sudah sesuai dengan harapan anda, maka Syahputra MD sebagai Informan pertama memberikan jawaban sebagai berikut :

“sesuai sama harapan apalagi aku kan sering ya kemari, walaupun ada yang tidak sesuai kayak kurang beretika dan sebagainya aku rasa gak menjadi penghambat untuk gak balik lagi lagian pekerjaanya kan udah banyak yang ganti juga biasalah bisa diperbaiki dan ditegur lagian aku yakin gak semua kok dapat pelayanan gak baik kayak kesan pertama aku tapi semakin kemari ya semakin bagus aja, kalau aku karena udah nyaman dan murah juga jadi kalau soal tidak beretika kan kita sebagai pelanggan punya mulut untuk negur, dan aku yakin kalau top managemen nya bagus pasti mempertahankan bahkan meningkatkan pelayanan nya” wawancara 25 Mei 2022.

Berkaitan dengan pertanyaan diatas, peneliti juga menanyakan dengan informan selanjutnya yaitu Budi, dan ia jawab sebagai berikut :

“sesuai, semua udah oke kok dan kalau mau ditingkatkan ya lebih baik lagi kayak harga makanan nya diturunkan gitu biar masuk akal tapi gak apa juga kok mahal atau murah itu kan relatif sesuai kesanggupan aja oh iya biasanyakan karaoke ini citra nya gak baik karena banyak memanfaatkan untuk tempat kencan, boleh deh saya kasih saran untuk itu agar memperbaiki citra dari *Family Box* juga” wawancara 18 Mei 2022

Berkaitan dengan pertanyaan diatas juga peneliti tanyakan kembali ke Muhammad Asraf dan ia menanyakan sebagai berikut :

“kalau menurut saya ya sudah sesuai dengan ekspektasi pelayanannya bagus, lagu-lagunya bisa dilengkapi lagi apalagi new normal seperti ini kan orang sangat butuh hiburan” wawancara 23 Mei 2022.

Berkaitan dengan pertanyaan diatas juga peneliti tanyakan kembali ke Putri Andini, dan menjawab sebagai berikut :

“kalau untuk pelayanannya boleh lah, semuanya oke paling yang saya sarani aja itu kalau untuk pelayanan voucher lebih yang disamakan aja gausa dibeda bedakan saya yakin kok yang berkunjung disini karena mereka ada uang kalau voucher yang digunai dianggap tidak memiliki uang ya untuk apa dikasi, voucher itu dari mereka juga kita gunain tapi kalau pelayanan yang dikasi itu kayak gitu pasti pelanggan pun malu dan takut-takut gunainnya” wawancara 20 Mei 2022

Berdasarkan penilaian dari informan maka peneliti mengetahui bahwa hal-hal yang berkaitan dengan penilaian pengunjung saat berkunjung ke *Family Box* secara keseluruhan bahwa pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pengunjung, tetapi mereka memiliki harapan untuk kedepannya lebih ditingkatkan lagi jauh lebih baik mengenai pelayanan dan melakukan upaya untuk mengatasi permasalahan pacaran di room karaoke *Family Box* agar citra karaoke *Family Box* tidak tercemar karena sampai sekarang ini diketahui masih banyak ditemui bahwa room yang di order untuk dijadikan sebagai tempat perbuatan asusila yang melanggar nilai-nilai etika kesopanan serta makanan dan

minuman untuk mempertimbangkan harganya dan menjaga kebersihan sajian makanan dan minuman nya.

2. Hasil Observasi

Pada sub bab observasi peneliti mengamati pelayanan apa saja yang diberikan oleh pihak *Family Box* untuk pelanggan, berikut penemuan data yang ada dilapangan peneliti sampaikan pada sub bab observasi sebagai berikut:

Tabel 4.1
Kegiatan Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga

No	Kegiatan Pelayanan di <i>Family Box</i>	Deskripsi
1	 <p>Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022</p>	<p>Berdasarkan gambar diatas peneliti mengetahui bahwa memang pekerja atau staf <i>Family Box</i> memang sesuai apa yang disampaikan oleh pengunjung seperti mengarahkan dalam penggunaan layar sentuh untuk memilih lagu dan mengganti saringan microfon setiap pengunjung masuk, berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan maka peneliti mengetahui <i>Family box</i> tidak hanya memperhatikan pelayanan dalam menggunakan elektronik yang telah disediakan tetapi juga menjaga kebersihan seperti untuk kenyamanan pelanggan.</p>

2		<p>Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan maka dapat diketahui bahwa receptionis di <i>Family Box</i> telah dengan rama tamah melayani pelanggan hal tersebut peneliti lihat langsung saat pelanggan ingin mengorder room, bahwa receptionis begitu dengan detail menjelaskan apa-apa saja yang ditawarkan dan hal-hal apa saja yang dilarang seperti membawa makanan dan minuman dari luar, transaksi narkoba dan melakukan perbuatan tindakan asusila.</p>
3		<p>Maka, dari hasil observasi yang peneliti lakukan maka peneliti mengetahui bahwa pekerja <i>Family Box</i> mengembalikan uang pelanggan dengan sikap yang begitu sopan dan santun tidak lupa mengucapkan terimakasih dan mengajak pelanggan tersebut untuk jangan lupa untuk kembali lagi. Maka apa yang peneliti dapatkan diproses observasi memperkuat jawaban dari proses wawancara yang peneliti lakukan. Dan memang benar bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen <i>Family Box</i> sudah standar peraturan yang berlaku. Bahkan teguran yang diberikan pelanggan untuk pihak <i>Family Box</i> langsung memperingati pekerja nya agar memberi pelayanan yang lebih baik lagi, apalagi mereka menimbang bahwa perusahaan yang mereka kelola adalah dalam bentuk jasa, maka dari itu pelayanan harus lebih utama.</p>

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

4



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, memang bear bahwa pihak *Family Box* melakukan tagihan pembayaran dengan sopan permisi sebelum mengetuk pintu room pelanggan dan menggunakan bahasa yang baik untuk mengingatkan sisa waktu. Memang pernah pelanggan merasa tidak senang saat di beritahu oleh pihak pekerja mengenai peringatan habisnya waktu didalam room tersebut tetapi pihak manajemen berusaha mengevaluasi agar pelanggan tidak tersinggung saat pekerja memberi peringatan, hal ini agar didalam memberikan pelayanan pihak *Family Box* mengutamakan kepuasan pelanggan agar kembali lagi berkunjung.

C. Pembahasan Penelitian

Melalui wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa hal yang menjadi opini pengunjung mengenai pelayanan di family box karaoke keluarga

- a) Affect atau perasaan (emosi) Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk.

Keempat informan mengakui bahwa mereka merasakan senang dan cukup puas walaupun mereka mengalami hal yang tidak menyenangkan saat berkunjung ke *Family Box* tetapi permasalahan tersebut tidak perlu dibesarkan karena ini merupakan jasa yang ditawarkan untuk khalayak pasti setiap pelayanan yang tidak baik akan diperbaiki. Terutama di *Family Box* untuk menjaga loyalitas dimata pelanggan tentu ia tidak ingin memberikan pelayanan yang tidak memuaskan karena hal yang dijual adalah bentuk jasa, berbeda jika produk yang dijual tersebut berupa seperti makanan karena kalau selera tergantung pada diri masing-masing. Jika jasa yang ditawarkan tentu semua khalayak yang menjadi segmentasi pasarnya memiliki pemikiran yang sama ingin dilayani dengan layak dan merasa puas.

- b) Behavior atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti mengetahui

bahwa terdapat hal-hal yang berkaitan dengan perilaku yang diterima oleh pengunjung seperti :

1. Penawaran Room

Penawaran room yang dimaksud didalam penelitian ini dalam arti kelima informan mengakui bahwa mereka ditawarkan room apa yang ingin di order hal ini menimbang kapasitas orang didalam ruangan tersebut, semakin luas room maka semakin tinggi harga yang ditawarkan. Receptionis akan menjelaskan setiap room yang ditawarkan dapat masuk berapa orang didalam nya.

2. Larangan

Mengenai larangan, sebelum masuk kedalam ruangan peneliti menemukan bahwa receptionis menjelaskan hal-hal apa saja yang tidak diperbolehkan saat berada didalam room seperti membawa makan minum dari luar, tidak boleh melakukan transaksi narkoba dan tidak boleh melakukan perbuatan tindakan asusila selama didalam ruangan tersebut.

3. Arahan menuju Room

Keempat informan tersebut juga mengakui mendapatkan arahan menuju room, hal ini agar pelanggan tidak bingung karena room yang ada di *Family Box* tersebut banyak tidak hanya satu atau dua room, maka dengan pekerja aktif memberikan arahan menuju room maka mempermudah pelanggan untuk menikmati jasa *Family Box*.

4. Arahan dalam penggunaan media pencarian lagu

Begitu banyak arahan-arahan yang diberikan oleh pihak *Family Box* agar pelanggan merasa nyaman salah satunya adalah memberi arahan dalam penggunaan media untuk pencarian lagu, karena tidak dapat dipungkiri bahwa kenyataannya tidak semua pelanggan yang berkunjung di *Family Box* mengetahui dan pasih dalam menggunakan media yang di sediakan.

5. Tidak Sopan, Jutek dan Membedakan Pelayanan

Peneliti juga menemukan bahwa dari keempat informan ada dua informan yang mengakui bahwa pernah mendapatkan kejadian yang tidak baik seperti pekerja masuk keruangan pelanggan tidak permisi terlebih dahulu, dan informan juga mengakui bahwa ada pembedaan pelayanan dalam penggunaan voucher dengan tidak maka perilaku yang diberikan oleh pekerja menjadi tidak nyaman tetapi pengunjung mengakui bahwa pelayanan yang tidak baik tersebut telah diperbaiki karena mereka mengakui bahwa sudah tidak menemui lagi permasalahan tersebut.

- c) Cognition atau pengertian (penalaran) Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya.

Berdasarkan aspek penalaran peneliti menemukan bahwa keempat informan mengakui bahwa mengenai pelayanan yang diberikan oleh *Family Box* secara keseluruhan telah mencapai pada apa yang mereka inginkan seperti diberi pelayanan dengan baik, harga yang relatif murah dan mereka juga memiliki harapan kedepannya dimana alangkah lebih baik jika *Family Box* berupaya menghilangkan stigma negatif mengenai karaoke keluarga yang pada kenyataannya masih di manfaatkan sebagai wadah tindakan asusila, transaksi narkoba dan perbuatan yang tidak baik lainnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil didalam penelitian ini melalui teknik pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam antara peneliti dengan kelima informan mengenai bagaimana Opini Pengunjung Tentang Pelayanan di Family Box Karaoke Keluarga dengan melalui tiga aspek yaitu Affect atau perasaan (emosi) Komponen afektif merupakan elemen evaluasi dalam unsur pendirian berdasarkan seseorang untuk menilai sesuatu: baik atau buruk, berkaitan dengan hal ini peneliti menemukan bahwa mereka merasakan senang dan cukup puas walaupun ada beberapa orang dari mereka mengakui bahwa ada mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan saat berkunjung ke *Family Box* tetapi permasalahan tersebut tidak perlu dibesar-besar karena ini merupakan jasa yang ditawarkan untuk khalayak pasti setiap pelayanan yang tidak baik akan diperbaiki, Behavior atau perilaku Merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan tindakan atau berperilaku atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Seperti memukul, menghancurkan, menerima, atau menolak berkaitan dengan hal ini informan menerima perilaku pelayanan seperti penawaran room, larangan, arahan menuju room, arahan dalam penggunaan media pencarian lagu, Cognition atau pengertian (penalaran) Komponen ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai sesuatu informasi, pesan, fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya.

Komponen ini menghasilkan pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya, berkaitan pada poin ini keempat informan mengakui bahwa mengenai pelayanan yang diberikan oleh *Family Box* secara keseluruhan telah mencapai pada apa yang mereka inginkan seperti diberi pelayanan dengan baik, harga yang relatif murah dan mereka juga memiliki harapan kedepannya dimana alangkah lebih baik jika *Family Box* berupaya menghilangkan stigma negatif mengenai karaoke keluarga yang pada kenyataannya masih di manfaatkan sebagai wadah tindakan asusila, transaksi narkoba dan perbuatan yang tidak baik lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, ada beberapa hal yang menjadi saran didalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mempertahankan pelayanan yang diberikan untuk pelanggan seperti mengubah stigma negatif yang melekat pada tempat Karaoke yang dikenal sebagai tempat pelanggaran tindakan asusila.
2. Melihat pekanbaru sebagai kota madani alangkah baiknya karaoke keluarga yang dikenal sebagai tempat hiburan ini menggunakan wajah baru lebih bertema budaya agar menonjolkan sisi budaya melayu dari kota pekanbaru itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Pt. Bumi Aksara: Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Rohim, Syahiful, H, M.Si. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Rineka Cipta: Jakarta
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta : Bandung
- Wood, Julia, T. 2013. *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian Edisi 6*. Salemba Humanika : Jakarta Selatan

Buku Online

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2014. *Metode penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Afrizal. 2016. *Metode penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Menggunakan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta

Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Raja Grafindo Persada: Jakarta

Jurnal Online

Adnan, A. Evi Elvira. 2016. *Opini Para Pengunjung Terhadap Citra Kota Makassar Dilihat Dari Tayangan Berita Kekerasan Televisi (Perspektif Teori Kultivasi)*. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Cokroaminoto Makassar, Vol.III., No.1.

Chatamallah, dkk. 2016. *Opini Pengunjung Alun-alun Kota Bandung Terhadap Fasilitas Alun-alun Kota Bandung Sebagai Alternatif Ruang Publik*. Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Vol.2., No.1.

Edison, Christin. 2015. *Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Corporate Identity Artotel Surabaya*. Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, Vol.3., No.1.

Elrado, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas (Survei Pada pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Bramawijaya Malang, Vol.15., No.2.

Ferdina, Ester & Rejekki, Sri Ninik. 2014. *Opini Masyarakat Padukuhan Tambakbayan Terhadap Proyek Pembangunan Sahid Yogya Lifestyle City*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fikri, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Merdeka Malang)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Malang, Vol.3., No.1.

Marliza, Ella. 2015. *Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan (Studi Meaning Family Box Karaoke Keluarga Bagi Mahasiswa/i di Jalan HR. Soebrantas Panam)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Vol.2., No.2.

Verawati, Sembiring & Aritha, Emmelia Ginting. 2021 *Opini Masyarakat Terhadap Komunikasi Kepemimpinan Perangkat Desa Dalam Peningkatan Pembangunan Di Desa Kinepen Kecamatan Munthe Tahun 2019*. Universitas Darma Agung Medan, Social Opinion Vol 6 No 1

Skripsi Online

Safitri, Tsalis, Fatih. 2017. *Strategi Coping Pada Ibu Muda Yang Mengalami Stres Pernikahan*. Halaman 36-37. Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi Dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Internet

<https://www.beritasatu.com/hiburan/76121/karaoke-keluarga-hilangkan-stigma-tempat-maksiat> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

<https://www.malangtimes.com/baca/15759/20161204/162522/inilah-sejarah-tentang-karaoke> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

<https://www.brilio.net/selebritis/8-artis-ini-terjun-ke-bisnis-karaoke-siapa-yang-paling-sukses-160608p.html#> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

<https://www.kompasiana.com/nasruddinsyahri/5a04a0579b1e67177616ad93/pekanbaru-kota-madani-kota-maksiat-sang-pemimpi> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)

<https://riaubertuah.id/berita/harga-parkir-di-karaoke-family-box-jalan-nangka-tidak-sesuai-perda> (diakses pada tanggal 13 Maret 2021)