

**SISTEM KOMUNIKASI YANG DILAKUKAN OLEH MANAJEMEN DEPOK  
SPORT CENTER TERHADAP KONSUMEN**

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan peningkatan di abad informasi dewasa ini setiap orang menginginkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Hal tersebut dirasa wajar karena manusia sebagai makhluk sosial tentu memiliki kebutuhan untuk saling berkomunikasi satu sama lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui proses komunikasi, seseorang berusaha untuk mencapaikan pikiran, dan perasaannya kepada orang lain. Dari proses komunikasi tersebut akan tercipta upaya dalam mempengaruhi orang lain untuk ikut merasakan atau lebih jauh melakukan apa yang dikehendaki oleh pembicara.

Pengelola depok sport center berusaha untuk memberikan sistem komunikasi yang terbaik bagi para konsumennya masing-masing. Untuk itu para karyawan depok sport center berusaha meningkatkan sistem komunikasi mereka dengan menerapkan sistem komunikasi tertentu. Sistem komunikasi yang kurang baik maka akan memberikan efek tidak nyaman bagi konsumen yang datang, dan lama kelamaan konsumen mulai beralih ditempat lain. Pengelola harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh pengelola usaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat

memuaskan konsumen. Sistem komunikasi merupakan suatu kebutuhan dalam bermasyarakat yang tidak dapat dihindari maupun digantikan keberadaannya sebagai sarana bertukar informasi yang akan diperlukan setiap saat, dan bertujuan mempengaruhi orang lain, merangsang minat, mengurangi permusuhan, menggerakkan masyarakat suatu tugas atas mendidik perilaku. Sedangkan komunikasi yang dilakukan dalam suatu manajemen memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen depok sport center.

Tatang M. Amirin (1996:23 ), meringkas beberapa definisi sistem dalam sebuah definisi, yakni sekumpulan *unsure* yang melakukan kegiatan atau menyusun skema atau tata cara melakukan suatu kegiatan pemrosesan untuk mencapai sesuatu atau beberapa tujuan. Dengan demikian sistem komunikasi bisa didefinisikan sebagai berikut, “Sekelompok orang, pedoman dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, symbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan, tujuan system (menyebarkan informasi kepada khalayak, membentuk image positif dalam humas, persuasi), dan wujud hasil kegiatan atau

proses system selama jangka waktu tertentu, suatu pola hubungan yang saling melengkapi antarsistem dalam system komunikasi dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.”

Hubungan sistem komunikasi antara manajemen depok sport center dengan konsumen akan berdampak positif dan dapat memudahkan hubungan yang harmonis baik dengan manajemen, karyawan maupun konsumen, apabila memiliki kemampuan yang berkompeten dalam berkomunikasi, dengan melakukan penerapan sistem komunikasi bertujuan peningkatan perkembangan secara pesat depok sport center, karyawan yang tidak dapat berkomunikasi dengan baik, akan mengalami kesulitan dalam bersosialisasi dengan orang lain termasuk terhadap konsumen pengunjung depok sport center sehingga mereka hanya bersikap seperlunya saja sebatas pekerjaan tanpa melakukan pendekatan yang lebih mendalam terhadap kebutuhan lawan bicara, mereka tidak dapat menjadikan lawan bicara sebagai teman.

Hal ini juga kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, apakah dengan adanya penerapan sistem komunikasi di depok sport center yang di berikan kepada konsumen yang

kebanyakan adalah mahasiswa – mahasiwi yogyakarta yang berkunjung. Berdasarkan uraian diatas mengenai pentingnya sistem komunikasi, oleh karena itu di pilih judul yaitu “sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen depok sport center terhadap konsumen “.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi dengan keadaan sebenarnya.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif

### **Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan oktober s/d november 2015.

Penelitian dilaksanakan di Depok Sport Center Yogyakarta

## **Sampel Penelitian**

Sugiyono (2011: 91), mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sukandarrumi (2006: 50) “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat –sifat yang sama obyek yang merupakan sumber data”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2006: 60) “*insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel”. Cara pengambilan sampel dengan *insidental sampling* dimana semua konsumen yang datang di Depok Sport Center dalam kurun waktu waktu kurang lebih dua bulan semuanya adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen di Depok Sport Center, yang dalam penelitian ini diambil sebanyak 50 orang.

## **Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket. Angket atau kuesioner (*questionnaires*) adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap informasi, baik menyangkut fakta atau pendapat. (Ali Maksum (2012:130). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner tertutup, sehingga responden hanya diminta menjawab sesuai jawaban yang tersedia yang tersedia.

## **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif menggunakan angket yang sudah mempunyai keandalan instrumen

( Suharsimi, 1998:245-246).

## **HASIL PENELITIAN DAN**

## **PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen. Secara

terperinci statistik hasil penelitian sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen diperoleh, rata-rata (*mean*) = 117,66, median = 118 modus sebesar = 111;*standart deviasi* = 12,49. Tabel distribusi hasil penelitian sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center adalah sebagai berikut:

No	Kategori	Frekuensi	%
1	Sangat memuaskan	8	16
2	memuaskan	18	36
3	Tidak memuaskan	17	34
4	Sangat Tidak memuaskan	7	14

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian di atas diperoleh sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center sebagian besar menyatakan memuaskan sebesar 36 % responden, menyatakan tidak memuaskan sebesar 34 %, Sangat memuaskan 16 % dan Sangat tidak memuaskan 14 %. Berdasarkan hasil

penelitian tersebut diartikan sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen adalah memuaskan.

### Pembahasan

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara komunikator dan komunikan untuk mengubah tingkah laku. Komunikator dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi, atau organisasi secara keseluruhan, komunikasi merupakan timbal balik karena antara komunikator dan komunikan saling mempengaruhi satu sama lain. Unsur dasar komunikasi adalah informasi, sedangkan inti berkomunikasi adalah berpartisipasi. Komunikasi dikatakan efektif jika hasil si penerima atas pesan yang diterimanya persis sama dengan yang dimaksudkan oleh si pengirim, dalam proses komunikasi, pesan yang hendak disampaikan oleh si pengirim memberikan arti pesan yang diterimanya tersebut.

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan, dikarenakan untuk menyampaikan informasi diperlukan komunikasi yang baik. Manajemen yang tidak memiliki keterampilan dalam menjalin hubungan komunikasi

interpersonal, dan mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi atau pesan yang dibutuhkan, maka pesan yang dibutuhkan pesan yang diharapkan tidak dapat diterima oleh pihak lain sehingga mengakibatkan salah persepsi atau penafsiran, dari hal tersebut dapat mengakibatkan timbulnya *miss communication* antara manajemen dan pihak lain.

Seperti halnya komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen. Komunikasi terhadap konsumen tersebut sangat penting dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau *miss communication*. Komunikasi dalam sebuah perusahaan atau badan usaha terjalin tidak hanya antar karyawan atau pegawai, tetapi juga antara manajemen dengan konsumen. Sistem komunikasi yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya hubungan sistem komunikasi antara manajemen Depok Sport Center dengan konsumen tidaklah selalu bersifat formal, adakalanya pembicaraan juga bersifat santai dan bersahabat. Akan tetapi apabila manajemen Depok Sport Center tidak dapat menjalin komunikasi yang baik dan menciptakan suasana yang menyenangkan dalam menjalin

komunikasi tersebut maka hubungan komunikasi akan bersifat kaku dimana konsumen akan merasa canggung dan mersa sangat tidak ada kepuasan yang lebih, hal ini dapat berakibat terhadap kinerja dan manajemen Depok Sport Center.

Manajemen yang tidak memiliki keterampilan dalam menjalin hubungan komunikasi interpersonal dan mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi atau pesan yang dibutuhkan, Pesan yang dibutuhkan pesan yang diharapkan tidak dapat diterima oleh pihak lain sehingga mengakibatkan salah persepsi atau penafsiran, dari hal tersebut dapat mengakibatkan timbulnya *miss communication* antara manajemen dan pihak lain. Selama ini menejmen depok sport center selalu berusaha memberikan pelayanan komunikasi dengan sebaik-baiknya, akan tetepai juga masih ada kendala dan pengahalang dalam menerapkan sistem komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh sistem komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen yang masuk kategori memuaskan sebesar 36 %, tidak memuaskan sebesar 34 %, sangat memuaskan 16 % dan sangat tidak memuaskan 14 %.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen adalah memuaskan. Dengan hasil tersebut dapat diartikan pelanggan memberikan persepsi atau tanggapan puas terhadap sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center sebagian besar hasilnya memuaskan sebesar 36 %, tidak memuaskan sebesar 34 %, Sangat Tidak memuaskan 16 % dan Sangat Puas 14%, jadi dapat disimpulkan yaitu sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center adalah memuaskan sebesar 36%.

### **Saran**

1. Bagi manajemen Depok Sport Center, agar sistem komunikasi lebih ditingkatkan pelayanannya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen di Depok Sport Center.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan sampel dan populasi yang lebih luas lagi sehingga, identifikasi sistem komunikasi yang di lakukan oleh manajemen Depok Sport Center terhadap konsumen dapat teridentifikasi lebih luas lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali Maksum. (2012). *Metodologi penelitian dalam olahraga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Arni Muhammad ( 2015 ). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. (1993).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budi K, (1999).*Faktor Komunikasi Efektif*. <http://www.ubm.ac.id>
- Danang Sunyoto. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Deddy Mulyana (2014). *Ilmu Komunikasi*. Bandung. Pt Remaja Rosdakarya

- Depdikbud. (1986). *Kamus pelajar*. Jakarta: Balai Pustaka.
- \_\_\_\_\_ (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Dony Ariyus dan Rum Andri K.R (2008). *Komunikasi Data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Drucker, Peter F. ,(1982) *pengantar Manajemen* (terjemahan), jakart: PT. Binaman Presindo LPPPM
- Faizakhadiyah.(2012).Sistem-Komunikasi./http://wordpress.html
- Fandy Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Fajar Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi: teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, Sutrisno. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*.
- Hani Handoko. (1991). *Manajemen produksi dan operasi*. Yogyakarta: BPFE \_yogyakarta.
- Hasan Alwi. (2002.) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka
- Hrbison, Fredrick and Chorles A Myers. *Manajemen In tha Industrial World* ( New Tork ; Mc Graw Hill- Book Company 1959
- Ilham Surya Fallo. (2007) “*Kualitas Pelayanan Klinik Kebugaran Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.*” *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY
- Kotler, Keller. ( 2002 ). *Manajemen pemasaran Edisi millenium*. Jakarta: PT prenhelindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W, (1999) *Theories of Human Communication*, 6th Ed., Belmont CA, Wadsworth Publishing.
- M. Manullang. (2008). *Dasar- Dasar Manajemen*. Gadjah Mada University Press P.O. Box 14, Bulak Sumur, Yogyakarta.
- Nasution, S. (2000). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Peter , Olson (2005). <http://kukuhkurniant.blogspot.co.id/2011/03/pengertian-sistem.html>.
- Rambat Lupiyoadi (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Richard West and Lynn H. Turner (2010), *Introducing Communication Theory: analysis and theory 4<sup>th</sup> ed.*, New York: McGraw Hill.
- Sugiyono (2006). *Metodologi penelitian administrasi*. Jakarta : Alfabeta.

- \_\_\_\_\_ (2011). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjono. (1994.) *Meningkatkan kemampuan berkomunikasi Malang* : Bagian penerbit Institut Teknologi Nasional.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2002).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sukandarrumi.(2006). *Metodologi penelitian petunjuk praktis untuk peneliti pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suranto Aw. (2011) *komunikasi interpersonal*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Tatang M. Amirin (1996). <http://adiprakosa.blog.unas.ac.id/materi-kuliah/sistem-komunikasi-indonesia/sistem-komunikasi>.
- Titiek Triwidodo dan Djoko Kristanto.(2004.) *Pengembangan Kepribadian seorang atlet*. Jakarta: Grasindo.
- Wardani, I.G.A.K. (1992).*Dasar-dasar komunikasi dan Keterampilan Dasar Mengajar. PAU untuk Peningkatan dan Pengembangan Aktivitas Instruksional*, Ditjen Dikti 1992.
- Wibowo. (2010). *Budaya Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada