

LAPORAN AKHIR
KULIAH KERJA LAPANGAN
STRATEGI PELAYANAN PT SIBAYAK ENTERTAINMENT
INDONESIA TERHADAP KONSUMEN



DISUSUN OLEH
ADINDA SEMBIRING
(178.530.046)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosoial dan Ilmu Politik, Tanggal 13 Juli 2020 sampai Tanggal 12 Agustus 2020.

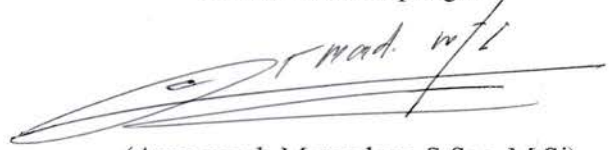
Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksa KKL



(Adinda br Sembiring)

Dosen Pemb. Lapangan



(Armansyah Matondang S.Sos.,M.Si)

Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Sakinah Tamsil, M.Comm)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan Laporan kuliah kerja lapangan ini dengan baik. Melalui Laporan ini, Saya juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada saya selama saya mengikuti KKL, dan kepada bapak / Ibu pembimbing/pegawai di PT SEI TV Kabel Berastagi yang telah mengizinkan saya untuk mengikuti kkl di perusahaan dan memberikan kesempatan kepada saya ikut serta dalam kegiatan perusahaan yang memberikan pengalaman kerja baik bagi saya , dan kepada seluruh pihak yang turut serta membantu proses penyusunan laporan ini.

Dalam bangku perkuliahan sayang pernah mengambil mata kuliah Public relations maka muncul muncul dalam benak saya mengambil judul tentang “ STRATEGI PELAYANAN PT.SEI TERHADAP MASYARAKAT(PUBLIK)“. Dalam laporan ini saya akan membahas tentang strategi yang di lakukan PT.SEI kepada pelanggan untuk menciptakan citra perusahaan yang positif.

Penulis berharap laporan ini bermanfaat bagi pembaca dan menjadikan acuan dalam membentuk citra perusahaan yang baik bagi organisasi atau perusahaan yang sedang di jalankan ataupun yang akan di bentuk.

Berastagi, 12 Agustus 2020

Penulis



(Adinda Br Sembiring)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Bidang yang diminati	2
1.3 Alasan memilih lokasi	2
BAB II LOKASI KEGIATAN.....	3
2.1 Waktu Pelaksanaan KKL.....	3
2.2 Lokasi Kuliah Kerja Lapangan.....	3
2.3 Sejarah Singkat Perusahaan.....	3
2.4 Visi dan Misi	4
BAB III PELAKSANAAN PROGRAM.....	5
3.1 Pelaksanaan KKL.....	5
3.2 Tugas-Tugas Kuliah Kerja Lapangan	5
3.3 Hasil Pelaksanaan KKL.....	6
BAB IV PEMBAHASAN	7
4.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL.....	7
4.2 Strategi Pelayanan.....	7
BAB V PENUTUP	14
5.1 Kesimpulan	14
5.2 Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	16
DAFTAR LAMPIRAN.....	17
Catatan Harian KKL	
Hasil Penilaian KKL	
Surat Pengantar KKL	
Surat Izin dari Lokasi KKL	
Surat Keterangan Akhir KKL	
Dokumentasi Kegiatan KKL	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area adalah salah satu program studi yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kegiatan Kuliah kerja lapangan (PKL). Kuliah kerja lapangan ini dimasukkan sebagai mata kuliah wajib pada Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada semester VI dengan bobot 3 SKS.

Adapun kuliah kerja lapangan tersebut dimaksudkan untuk memperkenalkan mahasiswa kepada realitas dunia kerja khususnya di bidang ilmu komunikasi. Bagi mahasiswa, kegiatan PKL harus dirasakan sebagai pengalaman belajar yang baru untuk menerapkan semua bekal ilmu yang telah diterima dalam berinteraksi dengan lingkungan kerja agar memperoleh pemahaman bagaimana menempatkan diri sesuai dengan bidang kerja yang dipilih.

Melalui program kuliah kerja lapangan/ Magang ini setiap mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami serta merasakan bagaimana pekerjaan yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Mahasiswa kemudian akan memadukan antara teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dengan praktek di lapangan. Perpaduan antara teori dan praktek di lapangan inilah, yang akan memacu jiwa dan mental setiap mahasiswa untuk senantiasa siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan kompetitif.

Disamping dapat mempraktekkan pengetahuannya di lapangan, mahasiswa juga dapat menimba pengalaman kerja dari para pegawai yang berada di tempat kerja praktek baik secara teknis maupun non teknis. Selain itu mahasiswa juga akan mengalami proses perkembangan kemampuan berkomunikasi guna mempersiapkan diri memasuki dunia kerja profesional. Dengan mengikuti Kuliah kerja lapangan ini mahasiswa nantinya diharapkan akan siap dan mampu untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

1.2 Bidang yang diminati

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini, mahasiswa diberikan kebebasan oleh Prodi untuk memilih sendiri perusahaan/ instansi yang akan dijadikan sebagai

tempat PKL serta bidang yang menjadi minat mahasiswa PKL. Dalam hal ini penulis memilih bidang **Pelayanan Masyarakat (public relations)** mengambil lokasi KKL di PT.Sibayak Entertainment Indonesia

Bidang dipilih karena Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kinerja PT SEI TV KABEL dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat (publik) untuk menyampaikan dan menginformasikan kebijakan – kebijakan, program kerja yang telah dibuat instansi mengenai kinerja yang telah dicapai serta pembinaan hubungan baik dengan masyarakat atau publik, baik internal maupun eksternal.

1.3 Alasan memilih lokasi KKL

PT SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA TV KABEL adalah salah satu perusahaan yang menyiarkan siaran televisi yang berada ada di tanah karo serta memberikan info-info menarik tentang tanah karo. Alasan saya memilihi tempat kkl disini yaitu ingin mengetahui bagaimana strategi-strategi pengenalan jasa yang di tawarkan kepada masyarakat,serta saya juga tertarik tentang informasi-informasi yang berada di lingkungan kehidupan suku karo yang di jadikan sebagai program acara di siaran SEI.

Penulis juga senang berperan sebagai customer service yang dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat (publik) yang berlangganan di PT.Sibayak Entertainment Indonesia

Penulis juga dapat melatih cara berkomunikasi dengan baik dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan SEI

PT SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA juga berkerja sama dengan INDOVISION & K-VISION dalam menyiarkan siaran lokal dan siaran internasional .

BAB II

LOKASI KEGIATAN

2.1 Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Kegiatan Praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020.

2.2 Lokasi Kuliah Kerja Lapangan

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan pada salah satu PT SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA.

Alamat kantor pusat : Jl.Tekno1 No.18A Sempajaya ,Kec.Berastagi ,Kab.Karo
Website : www.map.co.id

2.3 Gambaran umum PT. Sibayak Entertainment Indonesia

PT.Sibayak Entertainment Indonesia televisi yang disingkat dengan sei tv adalah salah satu televisi lokal provinsi sumatera utara,yang terletak di kabupaten karo,berastagi dengan sistem jaringan televisi kabel. Dari jangkauan disepular tanah karo yang telah memakai jaringan sei tv.

Terlahir untuk menjadi sebuah media informasi dan media perkembangan bagi pertumbuhan masyarakat.seperti memperkenalkan kebudayaan,perkembangan ekonomi,perkembangan teknologi,dunia kreatif yang bisa bermanfaat bagi masyarakat ,adalah salah satu tujuan sei tv itu sendiri berdiri.

Maka dengan itu,sei tv dengan percaya diri menayangkan program-program yang bisa menciptakan sebuah harapan baru untuk kesejahteraan bersama. Kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu

1. Penyelenggaraan siaran tv kabel
2. Redistribusi program televisi
3. Memasarkan program televisi baik lokal mau pun internasional
4. Jasa pengelolaan pekanggan televisi
5. Penyiaran televisi swasta lokal

Serta program acara Siaran televisi yang PT SEI tayangkan bersangkutan dengan kehidupan yang berada di lingkungan suku karo yaitu :

1. Karo News

Sebuah program berita yang menayangkan informasi factual seputar kab.karo dan sekitarnya. Dikemas secara jujur dan jelas.

2. Karo In Memorial

Tayangan soft news yang mempertunjukkan peristiwa-peristiwa yang sudah terjadi di seputar kab.karo untuk mengingat kembali kisah-kisah yang mungkin belum pernah di publikasikan kepada pemirsa sei tv.

3. Music Nation

Tayangan ini menayangkan semua musik yang berbentuk audio visual (video clip) yang berasal dari lokal budaya sumatera utara ,khusus musik karo dan musik lainnya seperti simalungun,toba,pak-pak dan lain-lain.

4. Sei Film Box

Tayangan yang menayangkan film-film lokal ataupun hasil karya daerah.

2.4 Visi dan Misi

A. Visi

Menjadi sebuah media audio visual yang berbasis kebudayaan demi mendukung program-program pembangunan bangsa dan negara kesatuan Republik Indonesia, khususnya masyarakat kabupaten karo yang terletak di sekitar Sei dan seluruh lapisan masyarakat.

B. Misi

Menayangkan program-program dengan ciri khas sei tv dengan konten kebudayaan,bisnis,ekonomi,dunia kreatif,kesenian,musik,dan hiburan lainnya dan dikemas secara menarik dan jelas.

BAB III

PELAKSANAAN PROGRAM

3.1 Pelaksanaan KKL

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 juli 2020 sampai 12 agustus 2020, dengan jadwal 6 hari kerja terhitung dari hari senin sampai hari sabtu, dan jam masuk 09:00 sampai jam 15:30 wib. Selama kkl berlangsung penulis ditempatkan dibagian customer service, yang melayani pelanggan mengenai pemasangan baru siaran, pencabutan kabel siaran, pemindahan, gangguan jaringan dan lain-lain.

Sebelum memulai kegiatan yang akan dilakukan selama pelaksanaan kkl, pembimbing mengarahkan dan memberikan aturan kepada saya dalam mengerjakan tugas-tugas yang di berikan. Selama PKL penulis juga harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang ada, baik aktivitas lingkungan kerja maupun individu yang berada di lingkungan kerja. Dengan beradaptasi dan bantuan dari pembimbing serta teman – teman yang ada penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing dengan sebaik – baiknya.

3.2 Tugas-Tugas dan Kegiatan KKL

1. Pengenalan dengan pegawai di lokasi KKL
2. Mencetak surat tagihan berlangganan
3. Membuat surat perintah kerja
4. Menghubungi pelanggan atau menerima telepon
5. Mencetak surat tagihan berlangganan
6. Membuat surat perintah kerja
7. Menghubungi pelanggan atau menerima telepon konsumen
8. Membuat surat perintah kerja
9. Memberikan pelayanan terhadap masyarakat/konsumen
10. Berinteraksi dengan para pelanggan aktif
11. Berkomunikasi dengan baik
12. Membuat surat tagihan berlangganan
13. Membuat surat perintah kerja
14. Menghubungi pelanggan atau konsumen

3.3 Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

3.3.1 Identifikasi Tugas yang Relevan

Selama pelaksanaan Kuliah kerja lapangan tugas-tugas yang diberikan oleh PT.SEI telah sesuai dengan ilmu yang sudah pernah saya pelajari selama perkuliahan. Selama pelaksanaan kkl saya di tempatkan dibagian CUSTOMER SERVICE dimana setiap kegiatan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dalam dunia bisnis tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan masyarakat. Customer service perusahaan dalam melayani para pelanggannya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon pelanggan menjadi pelanggan yang bersangkutan dengan berbagai cara .

CS juga harus menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan perusahaan. Oleh karena itu,tugas costumer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional bisnis.

3.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru yang Diperoleh

Selama melaksanakan PKL penulis juga mendapatkan beberapa keterampilan baru dan pengalaman baru di dunia bisnis retail dalam hal memberikan pelayanan kepada masyarakat (publik).

3.3.3 Identifikasi Kendala Pelaksanaan KKL

Pada umumnya pelaksanaan Kuliah kerja lapangan tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena penulis menemukan beberapa kendala saat pelaksanaan kuliah kerja lapangan. Selama melakukan Kuliah kerja lapangan pada **PT. Sibyak Entertainment Indonesia** juga mendapatkan beberapa hambatan yaitu :

1. Dibagian syarat-syarat menjadi seorang costumer service yang pertama persyaratan keperibadian, Costumer Service harus memiliki kepribadian yang ramah,murah senyum,lemah lembut dalam melayani nasabah. Dan itu menjadi kendala bagi saya yang memiliki kepribadian yang cuek dan tak pandai senyum.
2. Sering terjadi tabrakan tugas karena terkadang dalam 1 hari tugas bisa datang tiba-tiba sehingga bertabrakan dengan tugas yang sudah dijadwalkan sebelumnya.
3. Kurangnya konsultasi dengan pembimbing di PT. SEI karena terlalu sibuk dengan tugasnya masing-masing

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Analisis terhadap aktivitas KKL

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisis aktifitas –aktifitas yang dilaksanakan selama PKL dengan teori dan pendapat tokoh yang diperoleh selama kuliah atau dari berbagai referensi.

4.2 Strategi Pelayanan

A. Pengertian Strategi

Strategi dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.

1. Macam-Macam Strategi

Pembahasan tentang Strategi ada beberapa macam-macam strategi adalah sebagai berikut:

- a. Strategi Pemimpin Pasar (market leader) Pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh industry yang bersangkutan sebagai pemimpin. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke 3 arah yaitu: mengembangkan pasar keseluruhan, melindungi pangsa pasar, dan memperluas pangsa pasar.
- b. Strategi Pemantang Pasar (market challenger) Pemantang pasar adalah perusahaan “runner up” yang secara konstan mencoba memperbesar pangsa pasar mereka. Yang dalam usaha tersebut mereka berhadapan secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menentukan lawan dan sasaran strategi serta memilih penyerangnya.
- c. Strategi Pengikut Pasar (market follower) Pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar.

- d. Strategi Penggarap Pasar (market nicher) Penggarap ceruk pasar adalah perusahaan yang mengkhususkan diri melayani sebagai pasar yang diabaikan perusahaan besar. Strategi yang dilakukan adalah spesialisasi dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya.

B. Pengertian Pelayanan (Customer Service)

Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Customer service memegang peranan sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi pelanggan.

Dalam dunia bisnis tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer service perusahaan dalam melayani para pelanggannya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon 19 pelanggan menjadi pelanggan yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan perusahaan.

Oleh karena itu, tugas customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia bisnis. Siapa saja yang menjadi customer service? Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam, sampai pada direktur utama harus menjadi customer service. Namun, secara khusus tugas CS ini diemban oleh orang yang memegang dididik untuk memegang fungsi sebagai CS suatu perusahaan.

1. Fungsi dan Tugas Customer Service

Fungsi CS adalah sebagai resepsionis, deskman, salesman, customer relation officer dan komunikator. Sebagai resepsionis artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Dalam hal menerima tamu, CS harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Sebagai deskman, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang di ajukan nasabah atau calon nasabah.

Sebagai salesman, CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk sekaligus sebagai pelaksana cross selling. Sebagai customer relation officer, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, termasuk membujuk dan meyakinkan agar pelanggan tetap bertahan dan tidak lari dari perusahaan yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

Sebagai komunikator, CS berfungsi sebagai orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan pelanggan. Fungsi Customer Service antara lain:

- a. Sebagai Resepsionis Sebagai resepsionis artinya seorang customer service berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Tamu yang dimaksud adalah pelanggan yang datang ke bank. Fungsinya dalam melayani pertanyaan yang diajukan pelanggan dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu, customer service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.
- b. Sebagai Deskman Sebagai deskman artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan pelanggan atau calon pelanggan. Artinya jika pelanggan yang sudah memperoleh informasi serta lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas customer service melayani pelanggan untuk mengisi berbagai aplikasi seperti formulir, slip, atau lainnya. Pelayanan diberikan termasuk memberi arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan.
- c. Sebagai Salesman Sebagai salesman maksudnya customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk/jasa perusahaan sekaligus sebagai pelaksana cross selling. Menjual produk/jasa artinya menawarkan produk perusahaan kepada setiap calon pelanggan yang datang ke perusahaan. Dalam hal ini customer service harus pandai meyakinkan pelanggan agar mau membeli produk yang ditawarkan.
- d. Sebagai Customer Relation Officer Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh pelanggan, termasuk merayu atau membujuk agar pelanggan tetap bertahan tidak lari dari perusahaan yang bersangkutan apabila menghadapi masalah. Fungsi sebagai Customer Relation Officer dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya komunikasi melalui telepon atau secara langsung.
- e. Sebagai Komunikator Sebagai komunikator, customer service berfungsi sebagai orang yang menghubungi pelanggan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Customer service juga sebagai penyambung lidah perusahaan kepada pelanggannya .

C. Syarat Seorang CS

Sudah kita ketahui bahwa tugas yang diemban seorang customer service amat berat. Oleh sebab itu, sebelum ditugaskan, customer service harus terlebih dahulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya kelak. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah mulai dari calon karyawan melamar sebagai karyawan khususnya untuk customer service. Kemudian persyaratan selama menjadi atau telah menjalankan tugasnya sebagai customer service. Adapaun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang customer service adalah sebagai berikut.

1. Persyaratan Fisik Seorang customer service harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Wajahnya harus terlihat menarik. Demikian pula untuk ukuran badan misalnya tinggi yang ideal seorang wanita 160 cm dan laki-laki 165 cm. Berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan. Jangan melebihi berat normal yang ideal. Customer service yang terlalu kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula customer service yang terlalu pendek atau terlalu tinggi. Di samping harus memiliki wajah yang menarik dan menawan, tubuh juga harus seimbang antara tinggi dan berat badan. Customer service harus sehat jasmani dan rohaninya.
2. Persyaratan Mental Persyaratan mental merupakan persyaratan nonfisik tetapi kejiwaan. Customer service harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena dengan mental yang kuat akan memberikan kepercayaan diri yang lebih baik. Mental yang kuat juga mampu memberikan keyakinan kepada nasabah. Mental yang kuat juga akan menimbulkan sifat kejujuran dan tanggung jawab yang besar terhadap apa yang dilakukannya. Mental seorang customer service harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik seperti sabra, ramah, dan murah senyum. Hindari bersikap marah/emosi dan cepat putus asa. Customer service juga harus memiliki rasa percaya diri (self confidence) yang tinggi, tidak rendah diri, memiliki inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan memiliki rasa tanggung jawab. Semua ini merupakan ukuran mental yang harus dipenuhi oleh seorang customer service.

3. Persyaratan Kepribadian Customer service harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, dan lemah lembut melayani nasabah. Customer service juga harus energik dan gesit. Selain itu, customer service juga harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju. Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang mengesankan (first impression) perlu ditonjolkan. Customer service juga harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.
4. Persyaratan Sosial Customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah. Customer service harus 28 bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur. Di samping itu, customer service harus pandai bergaul dengan semua kalangan. Hal lain yang harus diperhatikan dari persyaratan social adalah bahwa customer service harus pandai bicara dan tidak kaku. Customer service harus mampu dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Customer service harus dapat bekerja sama dengan berbagai pihak.

D. Indikator Pelayanan

Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah 40 pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Harapan dan kepuasan pelanggan akan memberikan suatu dorongan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Menurut Olson dan Dover, harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Sedangkan Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Menurut mereka ada sepuluh indikator kinerja pelayanan, yaitu:

1. Ketampakan fisik (Tangible) Bukti fisik dari pelayanan, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari pelayanan. Meliputi fasilitas gedung dan tampilan barang, kenyamanan fasilitas fisik, peralatan

2. Reliabilitas (Reliability) Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (right the first time). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
3. Responsivitas (Responsiveness) Pelayanan yang baik harus disertai dengan tingkat keikutsertaan/keterlibatan dan daya adaptasi yang tinggi, yaitu membantu dengan segera memecahkan masalah ataupun memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
4. Kompetensi (Competence) Pelayanan yang baik harus didasarkan kepada kecakapan /ketrampilan yang tinggi sehingga dapat memberikan jasa tertentu.
6. Kredibilitas (Credibility) Pelayanan yang baik harus dapat memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada pihak yang dilayani seperti sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi contact personnel, dan interaksi dengan pelanggan.
7. Keamanan (Security) Pelayanan yang baik harus memberikan rasa aman dan resiko kepada pihak yang dilayani serta membebaskan dari segala resiko atau keraguraguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (physical safety), keamanan finansial (financial security), dan kerahasiaan (confidentiality).
8. Akses (Access) Pelayanan yang baik harus memberikan/ menyediakan keinginan pelanggan dan akses pelayanan yang mudah untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
9. Komunikasi (Communication) Pelayanan yang baik harus didasarkan kepada kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pihak yang dilayani, seperti memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
10. Pengertian (Understanding the customer). Pelayanan yang baik harus didasarkan kepada kemampuan menanggapi atau rasa pengertian kepada keinginan pihak yang dilayani.

Kelima dimensi pokok yang menjadi penentu dalam meningkatkan ukuran pelayanan, antara lain:

1. Bukti Langsung (Tangible) Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik berupa ruang atau kelas, sarana dan prasarana yang digunakan serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (Realibility) Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan.
3. Daya Tanggap (Responsiveness) Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian yang jelas.
4. Jaminan (Assurance) Kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan serta menghargai perasaan pelanggan.
5. Kepedulian/Empati (Empathy) Kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini penulis mendapatkan **banyak** pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan, sehingga dapat di praktekkan secara maksimal ketika melaksanakan Kuliah kerja lapangan. Selain itu Kuliah kerja lapangan adalah sarana bagi mahasiswa untuk mengenal dunia kerja nyata sekaligus mengenal lingkungan dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa setelah lulus kuliah. Berdasarkan uraian kuliah kerja lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Customer service juga sangat berperan penting dalam pembentukan citra positif di mata pelanggan (publik).
2. Sebelum menjadi Customer servis terlebih dahulu memenuhi syarat-syarat agar pelayanan yang di berikan kepada pelanggan dapat memuaskan pelanggan.
3. Indikator dalam pelayanan juga sangat diperlukan untuk mempertahankan pelanggan dan dapat mengajak calon pelanggan dalam bekerja sama
4. Strategi pelayanan sangat berperan dalam memajukan perusahaan maka dari itu perusahaan harus menentukan strategi yang baik dalam perencanaan, target, dan jasa yang akan dijual
5. Teori – teori yang telah diajarkan saat di perkuliahan ternyata banyak yang diterapkan pada saat Kuliah kerja lapangan.
6. PT. SEI sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mengenai keluhan dan keinginan pelanggan sesuai prosedur dan ketentuan yang sudah di sepakati.

5.2 Saran

A. Bagi tempat KKL

Setelah melaksanakan KKL di PT. SEI adapun saran yang penulis sampaikan yaitu:

1. Penulis berharap karyawan meningkatkan kinerja dalam membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat (publik)
2. Lebih meningkatkan pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan tetap memakai jasa yang dijual oleh perusahaan.

3. Penulis berharap pelanggan senang terhadap program acara yang PT.SEI tayangkan sehingga publik dan perusahaan selalu saling menguntungkan.

B. Bagi Universitas

Saran yang dapat penulis sampaikan bagi Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politiik Universitas Medan Area sebagai penyelenggara kegiatan PKL ini antara lain :

- a. Pihak fakultas dapat memberikan perkenalan instansi/ organisasi tempat PKL terlebih dahulu kepada mahasiswa agar mahasiswa tidak canggung dan lebih mengenal tempat PKL nya
- b. Pihak Fakultas harus lebih sering memberikan bimbingan kepada mahasiswa di tempat PKL agar membangun motivasi diri peserta PKL.

DAFTAR PUSTAKA

1. *Data-Data PT Sibyak Entertainment Indonesia*
2. <http://eprints.walisongo.ac.id/7268/3/BAB%20II.pdf>
3. <http://eprints.walisongo.ac.id/6494/3/BAB%20II.pdf>



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax: (061) 7366988 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax: (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 411/FIS.0/01.3/VII/2020

08 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth. Pimpinan PT. Sei TV Kabel
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Adinda Br Sembiring	178530046

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Sei TV Kabel. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Beby Masitho
Beby Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Cc.File



Berastagi, 13 juli 2020

Nomor : 411/FIS.0/01.3/VII/2020
Lamp : -
Perihal : Kuliah Kerja Lapangan Balasan Permohonan
Kepada Yth
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
Di-
Tempat

Sehubungan dengan surat permohonan kuliah kerja lapangan (KKL) No :
411/FIS.0/01.3/VII/2020 dan dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa atas nama :

Nama : Adinda Br Sembiring

NPM : 178530046

Jurusan/Program studi: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Dengan ini kami member izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan kegiatan
Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA terhitung
dari tanggal 13 juli 2020 s.d 12 Agustus 2020

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami
mengucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
PT. SIBAYAK ENTERTAINMENT INDONESIA



SANTA FERNANDO BARUS
Manager



**SURAT KETERANGAN
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
NO: 001/SK/SEI/VIII/2020**

PT. Sibayak Entertainment Indonesia, Berastagi, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Adinda Br Sembiring
Npm : 178530046
Lapangan Pendidikan : Universitas Medan Area
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Lokasi KKL : PT. Sibayak Entertainment Indonesia
Jl. Teknol No. 18 A sempajaya Kec, Berastagi, Kab. Karo, Sumatera utara

Telah melakukan praktek kerja lapangan di PT. Sibayak Entertainment Indonesia, sejak tanggal 13 Juli s.d 12 Agustus 2020.

Demikian surat keterangan praktek kerja lapangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Berastagi, 12 Agustus 2020


Santa Fernando Barus
Manager

