

**PEMANFAATAN MEDIA BERBASIS INTERNET OLEH GEMBIRA
LOKA ZOO GUNA MENINGKATKAN MUTU LAYANAN INFORMASI
KEPADA PENGUNJUNG**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan
Ilmu Sosial Budaya**

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Riska Adena

NIM.10321020

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2017

Naskah Publikasi

**PEMANFAATAN MEDIA BERBASIS INTERNET OLEH GEMBIRA
LOKA ZOO GUNA MENINGKATKAN MUTU LAYANAN INFORMASI
KEPADA PENGUNJUNG**

Disusun oleh :

Riska Adena

10321020

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada :

09 FEB 2017

Dosen Pembimbing Skripsi,



Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Muzayinizaruddin, S.Sos., M.A.

NIDN 0516087901

**PEMANFAATAN MEDIA BERBASIS INTERNET OLEH GEMBIRA
LOKA ZOO GUNA MENINGKATKAN MUTU LAYANAN INFORMASI
KEPADA PENGUNJUNG**

(Studi Deskriptif Kualitatif Kebun Binatang Gembira Loka Zoo)

Riska Adena

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,

menyelesaikan studi pada tahun 2017

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract:

Internet as the easiest resources to meet the needs in finding info, info and news about the desired via internet-based media which is a tool to be used to convey the message of the communicator to the audience. Therefore, this paper intends to examine how the Happy Loka Zoo utilize internet-based media as an information service to visitors conducted by the communicator Happy Loka Zoo. As well as researchers want to know the content of the information, their management, and how their activities in an effort to improve the quality of service information by Happy Loka Zoo.

This was a descriptive research a using a constructive paradigm using a phenomenology approach. The theory used: the basic concepts of the internet, websites, social media, information services and the conclusion of service information through web-based media.

The research finding result was Public Relations Division of Gembira Loka Zoo conducted information service activities among others providing information service, providing information updating, and building customer relationships, so that customers be satisfied with the results of Gembira Loka Zoo service without having to location.

Keywords: Information Service, The Utilization of Internet Based Media, Gembira Loka Zoo.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi semakin hari semakin maju, internet merupakan teknologi yang perkembangannya paling pesat saat ini. Menurut *Internet World Stats* pada November 2015 tercatat 3.366.261.156 pengguna internet di dunia dan Asia sejumlah 1.622.084.293 dan 78.000.000 diantaranya berada di Indonesia (<http://www.internetworldstats.com/>, dikutip 11 April 2016). Tidak dapat dipungkiri kehadiran internet telah memberikan berbagai manfaat di segala bidang kehidupan manusia. Internet sebagai sumber informasi paling mudah untuk memenuhi kebutuhan dalam mencari info-info serta berita yang diinginkan melalui media-media berbasis internet. Media berbasis internet merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Media berbasis internet terdiri dari dua yakni, website dan media sosial. Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. Media sosial menjadi sarana untuk berhubungan dengan publik secara lebih cepat. Dengan menggunakan media internet, dunia mudah lebih mudah dijangkau. Kata-kata yang keluar dari para pengguna media sosial serta informasi yang saling bertukar membuat dunia dipenuhi oleh informasi yang berfungsi untuk saling mempengaruhi satu dengan lainnya.

Keberadaan media sosial membuat manusia dengan kesamaan sosialitas dapat saling berhubungan. Dari pengertian tersebut, hal penting yang harus ada dalam sebuah struktur sosial pada jaringan sosial yaitu individu, organisasi maupun perusahaan yang saling berhubungan memiliki tujuan tertentu dalam menjalankan hubungan tersebut.

Website menawarkan setiap orang kesempatan atau potensi untuk menjadi komunikator massa (Dominick dalam Amelia dan Irwansyah, 2010 : 201). Situasi ini dimungkinkan karena internet menurunkan biaya komunikasi massa ke sebuah level dimana hampir setiap orang mampu membayarnya atau malah bersifat praktis. Kemudahan dari saluran ini menjadikan setiap penerbitan elektronik memperoleh akses ke jutaan pembaca potensial (Amelia dan Irwansyah, 2010:201). Layanan bentuk digital membuat kualitas transmisi komunikasi lebih cepat dan lebih jernih tanpa distorsi, mengkafikan media baru sebagai alat bagi pengguna internet untuk membuat dirinya populer.

Kelebihan dan nilai tambah yang dimiliki media berbasis internet dapat digunakan oleh perusahaan maupun organisasi untuk menyelenggarakan kegiatannya yang merupakan bagian dari layanan informasi. Perusahaan dan organisasi-organisasi pemerintah maupun swasta telah banyak yang memiliki website perusahaan atau organisasi. Bahkan beberapa diantaranya menggunakan media sosial untuk menjangkau khalayak massa pengguna online jaringan sosial.

Dengan menggunakan media internet, interaksi antar perusahaan dengan pengunjung menjadi lebih dekat, tanpa menyulitkan peanggan harus berkunjung ke perusahaan. Sehingga dapat memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pengunjung secara lebih baik. Oleh sebab itu, penerapan pelayanan melalui media berbasis internet adalah hal penting bagi setiap perusahaan, tidak terkecuali bagi Gembira Loka Zoo, yang merupakan salah satu kebun binatang di Indonesia yang hingga saat ini dapat bertahan dan semakin maju, baik dalam inovasi maupun kualitas pelayanan.

Mengingat pentingnya pelayanan media berbasis internet, maka Gembira Loka Zoo menggunakan empat media berbasis internet, yaitu: 1) Website, digunakan sebagai media informasi dan pelayanan; 2) Facebook, sebagai sebuah

wadah untuk membangun komunikasi dan memberikann informasi secara *up to date* setiap harinya kepada publik dengan membagikan foto, video, notes, maupun status; 3) Fan Page Facebook, memberikan informasi-informasi secara up to date dan menjaring pendukung dengan cara menyukai fans page facebook Gembira Loka Zoo; 4) Instagram Gembira Loka Zoo dengan id @glzoojogja, digunakan sebagai media informasi berupa gambar binatang-binatang yang ada di Gembira Loka Zoo dan sesekali mengupload foto pengunjung. Dibawah gambar yang telah di upload, bertuliskan caption yang disesuaikan dengan gambar; 5) Twitter, sebagai media komunikasi Gembira Loka Zoo guna memberikan informasi event, binatang-binatang yang ada di Gembira Loka Zoo dan memberikan ilmu pengetahuan mengenai hewan.

Dalam memanfaatkan media berbasis internet, perusahaan/ organisasi harus memberikan layanan yang prima, aktual, update dan yang terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan menggunakan layanan informasi, perusahaan dapat memberikan persepsi yang positif kepada pelanggan. Dalam praktik pelaksanaan layanan informasi, komunikator setiap hari memberi informasi secara *up to date* yang berhubungan dengan Gembira Loka Zoo dan melayani pengunjung maupun calon pengunjung dalam menjawab pertanyaan yang diajukan ataupun yang komplain dengan memberikan solusi sehingga membuat pelanggan merasa puas dan terlayani. Informasi-informasi tersebut diinformasikan secara cepat oleh pelaksana layanan informasi setiap harinya.

Oleh sebab itu skripsi ini bermaksud untuk meneliti bagaimana Gembira Loka Zoo memanfaatkan media berbasis internet sebagai layanan informasi kepada pengunjung yang dilakukan oleh praktisi layanan informasi Gembira Loka Zoo. Serta peneliti ingin mengetahui isi dari informasi, cara pengelolaanya, dan bagaimana aktivitasnya sebagai upaya meningkatkan mutu layanan informasi oleh pelayanan informasi Gembira Loka Zoo. Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penelitian ini mengangkat judul tentang, “Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung”

Rumusan Masalah

Untuk meningkatkan mutu layanan informasi diperlukan adanya media berbasis internet yang berperan penting untuk memberikan kenyamanan serta kepuasan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung maupun calon pengunjung. Penggunaan media berbasis internet dimaksudkan sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan menangani keluhan, karena media yang digunakan berperan sebagai media publikasi untuk menyebarkan informasi kepada pelanggan serta sebagai media *handling complaint*. Untuk itu layanan informasi juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan. Kemudian untuk memperoleh citra yang baik maka perusahaan harus menjalin hubungan dengan pengunjung.

Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang pemanfaatan media berbasis internet di Gembira Loka Zoo, yang berfokus pada layanan informasi untuk meningkatkan mutu layanan informasi di Gembira Loka Zoo.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dalam latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media internet dalam aktivitas layanan informasi oleh Gembira Loka Zoo?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung serta penghambat website dan media sosial dalam aktivitas layanan informasi oleh Gembira Loka Zoo?

Tinjauan Pustaka

Demi menghindari adanya penelitian yang sama, duplikasi dan lainnya, penulis mencoba mencari dan melakukan pencarian penelitian terdahulu yang sama-sama membahas pemanfaatan media internet dan layanan informasi dengan objek kebun binatang. Penelitian sejenis sudah pernah dilakukan sebelumnya. Salah satunya dilakukan oleh Stephanie Angelica mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia tahun 2012 yang berjudul “Peran Sosial Media dalam Membangun Ikatan dengan Konsumen guna Memperoleh Loyalitas terhadap Perusahaan Jasa Penerbangan”.

Penelitian yang dilakukan Stephanie bertujuan untuk mengetahui proses terjadinya sebuah loyalitas dari pelanggan melalui penerapan strategi relationship marketing dan penggunaan media sosial. Strategi pemasaran yang bertujuan mencapai kepuasan pelanggan dan berujung pada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dibutuhkan untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu lama. Oleh sebab itu, faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi antar pelanggan dengan perusahaan, antar pelanggan dengan pelanggan baik secara yang menciptakan kepuasan pelanggan, serta unsur-unsur penerapan fisik maupun dunia digital, proses pembentukan ikatan antara pelanggan dengan perusahaan melalui penggunaan media sosial, faktor-faktor strategi relationship marketing untuk membuat pelanggan menjadi loyal menjadi penting untuk diketahui. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, didapatkan lima tahap proses customer bonding yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Selain penelitian tersebut, penelitian sejenis telah dilakukan oleh Tasya Adisti Susilo, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia tahun 2012 yang berjudul “Analisis Media Twitter Bank BNI 46 dalam Pelaksanaan Customer Service (Studi pada Akun Twitter Bank BNI 46 @BNI46)”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui aktivitas akun Twitter perusahaan perbankan yaitu Bank BNI 46 sebagai wujud pelaksanaan customer relations. Hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Twitter sebagai sarana pelaksanaan *customer relations* terbukti menjanjikan dalam menumbuhkan ketertarikan antara perusahaan dengan customer-nya.

Penelitian sejenis telah dilakukan oleh Kukuh Adi Nurachman, mahasiswa Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi tahun 2009 yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Rumah Sakit Pantai Indah Kapuk Dalam Meningkatkan kualitas Pelayanan Publik”. Tujuan penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Rumah Sakit Pantai Indah Kapuk dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan menurut penelitian dan analisis yang dilakukan oleh penulis yaitu

menggunakan strategi kegiatan penanganan kuisioner. Maka rumah sakit dalam bergerak kompotitor dalam kualitas pelayanan kesehatan yang ada dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang ada.

Penelitian serupa telah dilakukan oleh Arum Prabandi, mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial tahun 2015 yang berjudul “Kualitas Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi (Studi Kasus Pelayanan Izin Gangguan (HO) di Kantor Pelayanan Perizinan Kabupaten Sleman)”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai pemanfaatan teknologi informasi di Kantor Pelayanan Perizinan Kabupaten Sleman. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berbasis teknologi informasi untuk izin HO belum baik. Pelayanan berbasis teknologi informasi belum mampu menyajikan informasi yang akurat bagi masyarakat.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Desi Kurnia Widiastuti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya tahun 2014 yang berjudul “Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari – 28 Februari 2014). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menentukan isi pesan di twitter @humskbklaten Pemerintah Kabupaten Klaten sebagai informasi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unit pertama analisis adalah sifat pesan yang terkandung pesan informasi 75%, 18% pesan persuasif, 7% pesan koersif. Pada analisis kedua adalah bentuk kata visual menulis ada 78.5%, 0% dalam bentuk gambar, 21.5% dari menulis dan menggambar. Sebagai unit ketiga analisis adalah umpan baik yang terkandung 67.7% dan 32.3% tidak ditangani atau tidak dijawab.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menganut paradigma konstruktivis dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, karena penelitian ini mendeskripsikan secara fakta-fakta yang ada dilapangan secara real serta melakukan wawancara dan observasi secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mengumpulkan data-data yang autentik.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukis gejala praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 1984: 34-35).

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pemasaran dan Pengembangan Gembira Loka Zoo Jalan Kebun Raya no 02, Yogyakarta. Penulis melaksanakan penelitian di Divisi Pemasaran dan Pengembangan Gembira Loka Zoo, yang berwenang dalam penanganan website dan media sosial sebagai aktivitas layanan informasi. Penelitian “Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung” dilaksanakan selama 4 bulan. Pelaksanaan wawancara dan observasi dimulai dari pukul 08.00 sampai dengan selesai. Penelitian ini dimulai pada tanggal 5 September 2015 hingga 21 Desember 2015 dalam penelitian ini penulis telah melaksanakan 2 kali wawancara. Pada tanggal 5 September penulis melakukan sekali wawancara. Pada wawancara pertama penulis melakukan wawancara dengan Khirsyanto Agung Wibowo, ST selaku Kepala Bagian Pendidikan. Wawancara kedua penulis mewawancarai M. Fazir Safrudin, S.Pd selaku Kepala Bagian Pemasaran dan Pengembangan.

Pemilihan nara sumber penelitian ditentukan berdasarkan keterlibatan, keahlian, pengetahuan dan pemahaman dengan obyek yang diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti memilih subyek yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan penanganan website dan media sosial yang dilakukan oleh pihak internal. Peneliti memilih Kepala Divisi Pemasaran dan Pengembangan dan Kepala Divisi Pendidikan. Alasan peneliti memilih narasumber sebagai subyek penelitian karena narasumber tersebut dianggap banyak mengetahui tentang “Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung” yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan, dengan dasar tersebut diharapkan peneliti dapat memperoleh data-data yang signifikan, lengkap, dan akurat. Teknik

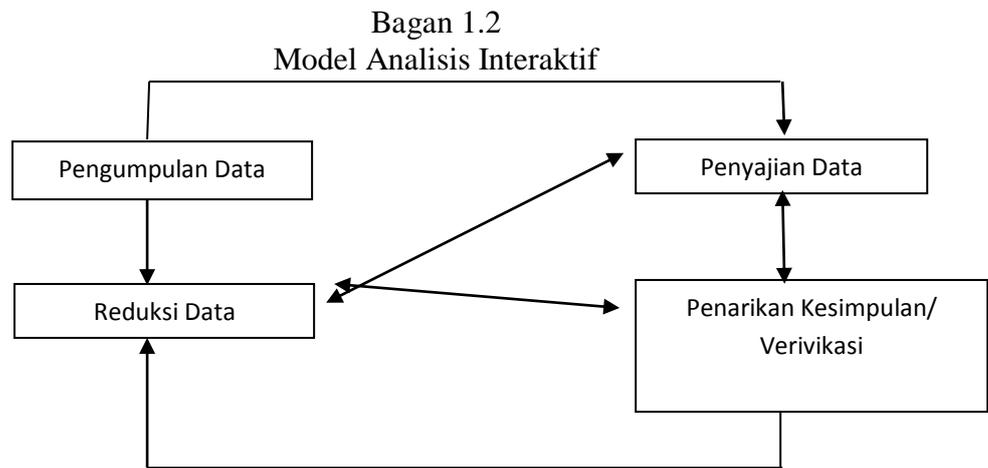
pemilihan sampel untuk mencari informasi mengenai “Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung” menggunakan teknik sampling bola salju atau snowball sampling penggunaan teknik ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan wawancara dengan salah satu narasumber yang berwenang dalam penanganan website dan media sosial Gembira Loka Zoo.

Teknik pengumpulan data, pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian, karena dengan cara inilah peneliti dapat mencari dan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitiannya. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitiannya. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap objek penelitian kebun binatang Gembira Loka Zoo. Observasi yang dilakukan dengan menggunakan pancaindera tentunya dilakukan oleh penulis dengan melihat-lihat lokasi yang diteliti seraya mencatat hal-hal yang dapat mendukung penelitian penulis. Observasi berguna untuk memperkuat wawancara apabila data yang diperoleh tidak sesuai. Selain observasi teknik lainnya adalah dengan wawancara, yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007: 86). Dan yang teknik terakhir yaitu studi pustaka, yaitu peneliti akan mengambil teori atau kutipan dari referensi sejumlah buku dan sumber lain seperti internet demi memudahkan pengumpulan informasi untuk penelitian ini.

Teknis Analisis Data

Menurut (Bodgan & Biklen, 1982) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi sayuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.

Dalam penelitian “Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung”, model analisis data yang sesuai adalah model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Huberman dan Miles. Bagan model interaktif yang diajukan Miles dan Huberman sebagai berikut:



(Miles dan Huberman, 1992)
Sumber: Idrus, 2009: 147

Proses analisis interaktif merupakan proses siklus dan interaktif, yang berarti peneliti harus siap bergerak diantara empat “sumbu” kumparan itu, yaitu proses pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan kesimpulan atau verifikasi. Berikut ini akan dipaparkan masing-masing proses secara selintas:

a. Tahap Pengumpulan Data

Dalam proses analisis data interaktif kegiatan yang pertama adalah proses pengumpulan data. Pada tahap pengumpulan data ini peneliti mengumpulkan data melalui catatan observasi penelitian, gambar, wawancara dengan nara sumber, serta data-data primer yang peneliti peroleh saat pelaksanaan penelitian berlangsung di Gembira loka Zoo.

b. Tahap Reduksi Data

Reduksi data dapat diarti sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data

berlangsung secara terus-menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung. Pada tahap reduksi peneliti mengelompokkan data-data yang dapat digunakan untuk menganalisa melalui pemilihan-pemilihan data mana yang sesuai untuk digunakan dan tidak sesuai untuk digunakan dalam menganalisa penelitian ini, dengan adanya reduksi data penelitian ini mampu memejamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisir data yang dibutuhkan sehingga akan memudahkan penarikan kesimpulan.

Pada tahapan reduksi ini, peneliti memilah dan memlihdata mana dan data dari narasumber yang mana yang lebih tajam. Pada tahapan pemilihan data, peneliti memilih data-data yang lebih memiliki kelengkapan, agar data yang didapat dipertanggungjawabkan keakuratannya.

c. Display Data

Penyajian data diartikan oleh Miles dan Huberman (1992) sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Kegiatan reduksi data dan proses penyajian data adalah aktivitas-aktivitas yang terkait dengan proses analisis data dan model interaktif.

Pada tahap display data peneliti menyajikan data menggunakan tabel agar data lebih mudah dikategorisasikan untuk membuat pola dan hubungan yang jelas sehingga memudahkan untuk dipahami oleh peneliti. Setelah itu peneliti membuat rencana untuk melakukan penarikan kesimpulan.

d. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data yaitu verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang ditampilkan. Kesimpulan yang dibuat itu bukan sebagai sebuah kesimpulan final. Hal ini karena setelah proses penyimpulan tersebut, peneliti dapat saja melakukan verifikasi yang diambil dapat sebagai pemicu peneliti untuk lebih memperdalam lagi proses observasi dan wawancaranya. Dengan

melakukan verifikasi, peneliti kualitatif dapat mempertahankan dan menjamin validitas dan reliabilitas hasil temuannya (Idrus, 2009: 147-152).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif sehingga pada tahap penarikan kesimpulan peneliti menyajikan sekumpulan informasi yang telah tersusun dari tahap sisplay data untuk sideskripsikan selain itu pada tahap ini peneliti juga memaparkan informasi-informasi yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian Pemanfaatan Website dan Media Sosial di Gembira Loka Zoo dalam bentuk naratif.

Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang bersumber dari data yang diperoleh dari objek penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan media internet sebagai aktivitas layanan informasi yang dilakukan oleh Gembira Loka Zoo kepada publik sesuai dengan aktivitas layanan informasi yang diterapkan oleh kebun binatang tersebut. Dilihat dari segmentasi respon dan jumlah pengikut media internet Gembira Loka Zoo dapat dijadikan takaran seberapa idealnya kinerja Gembira Loka Zoo dalam melaksanakan layanan informasi pada media internet. Karena sebagai pelaksana aktivitas layanan informasi harus tahu apa yang dibutuhkan oleh pelanggan maupun calon pelanggan sehingga membuat citra Gembira Loka Zoo baik di mata publik.

Bagi Gembira Loka Zoo media internet yang mereka gunakan memiliki peranan penting sebagai salah satu aktivitas layanan informasi. Dengan demikian Gembira Loka Zoo memiliki cara tersendiri dalam memanfaatkan website, twitter, facebook, fan page facebook, dan instagram untuk memberikan pelayanan kepada pengunjung maupun calon pengunjung Gembira Loka Zoo.

Dalam memberikan informasi, Gembira Loka Zoo dapat dikatakan cukup memenuhi karena informasi-informasi yang diberikan setiap hari merupakan informasi-informasi yang memang berkaitan dengan Gembira Loka Zoo, seperti event yang akan dilaksanakan maupun sudah dilaksanakan dan informasi harga

tiket pada hari tertentu. Untuk sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Gembira Loka Zoo harus memberikan pelayanan sebaik mungkin agar pelanggan maupun calon pelanggan tidak kecewa dan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Keuntungan dari fungsi layanan informasi adalah pengunjung maupun calon pengunjung akan merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gembira Loka Zoo. Dengan melaksanakan fungsi customer service sebagai layanan informasi, Gembira Loka Zoo dapat menjalankan tugasnya dengan baik.

Internet di era globalisasi saat ini semakin maju, dan diikuti dengan media yang juga semakin berkembang. Pemanfaatan fasilitas internet sebagai aktivitas customer service yang digunakan oleh Gembira Loka Zoo diantaranya: menggunakan website dan media sosial (Twitter, Facebook, Fan Page Facebook, dan Instagram) berupa teks, gambar/ foto, dan video yang diunggah. Tujuan Gembira Loka Zoo menggunakan media internet yaitu sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada publik agar mempermudah publik untuk mendapatkan informasi mengenai Gembira Loka Zoo dimana saja dan kapan saja.

Winarmo dan Utomo mengemukakan lima layanan yang disediakan oleh internet diantaranya *World Wide Web* (WWW), komunikasi teks, suara dan video, email, *file transfer protocol* (FTP), situs jejaring sosial. Jika dianalisa diantara ke lima layanan internet yang digunakan Winarno dan Utomo (2010 : 14-17), Divisi Pemasaran dan Pengembangan menggunakan tiga layanan internet pembahasannya:

1. *World Wibe Web* (WWW)

Media internet yang digunakan oleh Gembira Loka Zoo menyediakan informasi yang mudah diakses oleh publik melalui perangkat lunak yang disebut dengan browser. Dengan menggunakan hyperlink, publik dapat mengakses media internet Gembira Loka Zoo dengan mudah dan dapat berpindah ke halamanan lain media internet Gembira Loka Zoo lainnya hanya dengan menggunakan klik mouse.

2. *File Transfer Protocol (FTP)*

Dalam memberikan informasi kepada publik, admin dari website dan media sosial melakukan pengunggahan (upload) agar informasi tersebut dapat diterima oleh publik. Aktivitas tersebut merupakan kegiatan transfer file dari komputer maupun gadget ke penyedia FTP di internet (upload). Informasi yang diberikan kepada publik tersebut adapun berita, event, harga tiket, dan ilmu pengetahuan satwa.

3. Situs Jejaring Sosial

Twitter, Facebook, Fans Page Facebook, dan Instagram yang digunakan Gembira Loka Zoo merupakan situs yang menawarkan fasilitas pertemanan keseluruhan dunia. Oleh sebab itu, media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi kepada publik untuk berbagi informasi Gembira Loka Zoo.

Menggunakan internet untuk menjalankan aktivitas layanan informasi Gembira Loka Zoo memanglah memudahkan publik dalam memperoleh informasi. Gembira Loka Zoo juga dapat mengupdate informasi dengan cepat sehingga publik juga dengan cepat menerima informasi tersebut. Dengan jaringan internet yang luas, Gembira Loka Zoo dapat menjangkau publik dimana saja dan kapan saja. Gembira Loka Zoo menggunakan internet *provider*, sehingga mudah untuk mendapat akses internet kapan saja dan dimana saja. Hal tersebut sesuai dengan empat sifat internet yang telah dikemukakan oleh Dysson.

Dengan menggunakan internet memudahkan Gembira Loka Zoo dalam menjalankan aktivitas layanan informasinya yang melalui website dan media sosial. Website Gembira Loka Zoo menampilkan informasi berupa teks, gambar, dan juga video. Masing-masing dari laman saling terkait dengan terhubungnya jaringan-jaringan laman tersebut. Sifat website resmi milik Gembira Loka Zoo bersifat statis, dimana isi informasi pada website jarang berubah dan isi informasi yang diberikan searah hanya dari admin website.

Idris (2010 : 230-231) menyebutkan website memiliki enam ciri-ciri, dan keenam ciri-ciri tersebut juga merupakan ciri-ciri dari website yang digunakan oleh Gembira Loka Zoo. Konten dari website www.gembiralokazoo.com sebagai profile dari kebun binatang tersebut memberikan informasi mengenai sejarah, susunan staff, *contact person*, berita, *event*, koleksi satwa, dan wahana. Pada awal halaman website (*home*) informasi yang disampaikan bersifat jangka panjang, tidak selalu informasi yang di update setiap harinya, seperti harga tiket, peta Gembira Loka Zoo, berita, koleksi satwa, dan wahana. Pada halaman utama (*home*) website merupakan informasi yang hanya berkaitan dengan Gembira Loka Zoo, tidak ada satu pun informasi mengenai perusahaan lain. Di website tidak terdapat kolom untuk berinteraksi, komentar maupun message.

Terlihat di laman utama website tersebut terdapat *link* Twitter, Facebook, dan Instagram milik Gembira Loka Zoo, website tersebut tidak mencantumkan tautan maupun link yang tidak berkaitan dengan Gembira Loka Zoo. Website yang digunakan sebagai *profile* kebun binatang Gembira Loka Zoo ini menggunakan gaya bahasa yang kaku dan resmi. Selain gaya bahasa yang kaku, website juga bersifat formal karena informasi yang diberikan merupakan informasi mengenai profile Gembira Loka Zoo yang juga jarang diperbarui.

Media sosial yang digunakan oleh Gembira Loka Zoo yaitu Twitter, Facebook, Fans Page Facebook, dan Instagram. Ke empat media sosial tersebut memiliki *followers/* pengikut/ berteman dengan pengguna akun media sosial lainnya dan yang disampaikan dan media sosial tersebut pun memiliki karakteristik dimana selalu menyampaikan pesan yang berkaitan dengan Gembira Loka Zoo. Informasi-informasi tersebut secara otomatis tersimpan dan bisa diakses kapan pun. Pada media sosial tersebut tersebut terdapat interaksi antar admin media sosial Gembira Loka Zoo dengan pengguna media sosial lainnya.

Tim Jordan mengatakan bahwa saat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui antarmuka yang terjadi di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan *log in* ke dalam media sosial

tersebut. Hal itu juga dilakukan oleh admin media sosial Gembira Loka Zoo, pertama-tama admin akan menuliskan nama pengguna atau email beserta kata kunci sebelumnya. Kedua, terkadang pengguna melibatkan keterbukaan dalam identitas diri. Media sosial Gembira Loka Zoo secara terbuka memperlihatkan identitasnya, seperti *contact person* Gembira Loka Zoo dan alamat Gembira Loka Zoo.

Informasi yang disampaikan oleh media sosial Gembira Loka Zoo tidak ditujukan hanya untuk satu orang, namun informasi tersebut di *update* untuk publik. Pesan atau informasi tersebut di *update* secara bebas sesuai dengan informasi yang harus disampaikan kepada publik dan di *update* secara cepat. Kemudian respon dari pengguna lainnya tidak ditentukan waktu interaksinya.

Pelayanan informasi sebagai ujung tombak perusahaan dalam melayani pengunjung dan menjual produk serta jasa yang ditawarkan harus bisa memelihara komunikasi yang baik dan dapat menjawab langsung pertanyaan maupun keluhan pengunjung maupun calon pengunjung. Begitu juga dengan aktivitas layanan informasi di Gembira Loka Zoo yang melayani pengunjung maupun calon pengunjung serta menjual produk jasa, selain itu Gembira Loka Zoo juga menjawab pertanyaan maupun keluhan yang diajukan serta menjaga komunikasi yang baik dengan publik.

Kasmir (2005 : 26) mengemukakan lima fungsi dan tugas-tugas praktik customer service diantaranya sebagai resepsionis, sebagai deskman, sebagai salesman, sebagai customer relations officer, sebagai komunikator. Jika dianalisa, ke lima fungsi dan tugas-tugas customer service tersebut yang diungkapkan oleh Kasmir, Divisi Pemasaran dan Pengembangan menerapkan tiga fungsi dan tugas-tugas customer service sebagai aktivitas layanan informasi berikut pembahasannya;

1. Sebagai Salesman

Divisi Pemasaran dan Pengembangan menawarkan wisata hiburan kebun binatang Gembira Loka Zoo melalui media internet yang

telah dimiliki. Berbagai macam satwa, wahana, dan fasilitas lainnya yang ditawarkan Gembira Loka Zoo kepada calon pengunjung telah dipublikasi di website, twitter, facebook, fanspage, dan instagram Gembira Loka Zoo.

2. Sebagai *Customer Relations Officer*

Admin dari setiap akun media sosial Gembira Loka Zoo berusaha untuk menjalin hubungan baik dengan pengunjung maupun calon pengunjung. Selain menjawab pertanyaan yang diajukan, admin media sosial Gembira Loka Zoo juga suka menyapa followers dan memberikan kuis. Sehingga yang diupdate tidak selalu berita dan juga supaya tercipta suasana yang tidak kaku.

3. Sebagai Komunikator

Divisi Pemasaran dan Pengembangan sebagai pelaksana aktivitas customer service yang langsung melayani pengunjung maupun calon pengunjung memberikan informasi berkaitan dengan Gembira Loka Zoo secara up to date melalui media sosial. Adapun informasi yang disampaikan mengenai acara yang akan berlangsung di Gembira Loka Zoo maupun yang sudah berlangsung. Segala sesuatu yang berkaitan dengan Gembira Loka Zoo akan dishare di media sosial.

Memberikan kepuasan dan menjaga tingkat kepuasan pelanggan merupakan nomor satu dalam bisnis bidang jasa. Begitu juga Gembira Loka Zoo yang memberikan fasilitas dan pelayanan maksimal untuk bisa menciptakan kepuasan kepada pengunjung maupun calon pengunjung yang berada di media internet mereka. Terkadang pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen, sehingga tidak heran jika ada beberapa yang mengeluh dengan pelayanan jasa yang diberikan dan menyampaikan komplainnya dengan cara kurang sopan. Komplain biasanya

diberikan saat merasa kecewa atau merasa dirugikan dengan layanan yang diberikan.

Media internet Gembira Loka Zoo yang sering digunakan, diakses, dan dikunjungi hal itu membuat media internet menjadi aktif memberikan informasi secara up to date. Karena respon bagus dari publik maka menjadikan kebutuhan media internet Gembira Loka Zoo untuk *update*. Dilihat dari media sosial yang memiliki banyak *followers* atau berteman dengan pengguna akun lainnya jadi mendukung Divisi Pemasaran dan Pengembangan gencar melakukan *update* informasi. Materi yang disajikan pada media internet tersebut pun dikembangkan, tidak hanya informasi *event*, berita, fasilitas dan wahana Gembira Loka Zoo, tetapi juga ilmu pengetahuan mengenai satwa dan kuis-kuis.

Penggunaan media internet sebagai layanan informasi oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan, tidak selalu berjalan sesuai yang diharapkan. Dalam pelaksanaannya selama ini Divisi Pemasaran dan Pengembangan juga mengalami kendala yang timbul dari eksternal. Beberapa orang yang awam tentang pengetahuan internet menjadi kendala, yang selalu mempertanyakan harga tiket atau alasan harga tiket yang tertera berbeda. Hal tersebut harus ditangani dengan baik, agar tidak mengecewakan pengunjung maupun calon pengunjung. Selain dengan menjawab pertanyaan harga tiket tersebut, Gembira Loka Zoo juga menampilkan gambar pada sampul yang bertuliskan informasi harga tiket pada akun media sosial twitter, fan page. Selain itu juga media sosial Gembira Loka Zoo kerap menginformasikan harga tiket melalui updateannya. Layanan informasi Gembira Loka Zoo menghadapi pengunjung maupun calon pengunjung berusaha dengan memenuhi kebutuhan informasi secara mendetail, admin media internet menciptakan suasana yang ramah, mau menanggapi keluhan-keluhan dengan baik, sopan dan perhatian. Gembira Loka Zoo akan memberikan penghargaan atas apa yang dikeluhkan dengan mengucapkan terimakasih dan berjanji akan menindak lanjuti keluhan tersebut.

Selain hambatan eksternal tersebut juga terdapat hambatan lainnya yaitu ketika sinyal internet provider mati. Ketika hal tersebut terjadi, maka layanan informasi akan menggunakan jaringan internet wifi Gembira Loka Zoo.

Menurut tesis yang berjudul *Peran Sosial Media Dalam Membangun Ikatan Dengan Konsumen Guna Memperoleh Loyalitas terhadap Perusahaan Jasa Penerbangan* (Stephanie, 2012) mengatakan bahwa loyalitas terhadap perusahaan dibutuhkan untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu lama. Oleh sebab itu, faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi antar pelanggan dengan perusahaan, antar pelanggan dengan pelanggan baik secara menciptakan kepuasan pelanggan, strategi relationship untuk pelanggan menjadi loyal menjadi penting. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian penulis di Gembira Loka Zoo, bahwa interaksi yang dilakukan dengan pengguna media internet lainnya sangat penting dalam membangun loyalitas pelanggan sehingga pelanggan merasa puas oleh layanan informasi Gembira Loka Zoo.

Pada skripsi yang berjudul *Analisis Media Twitter Bank BNI 46 Dalam Pelaksanaan Customer Service* (Tasya, 2012) mengatakan bahwa penggunaan twitter sebagai sarana pelaksanaan customer relations terbukti menjanjikan dalam menumbuhkan ketertarikan antara perusahaan dengan customer-nya. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian penulis di Gembira Loka Zoo, bahwa media sosial twitter membantu Gembira Loka Zoo untuk menjangkau khalaya.

Dalam skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Humas Rumah Sakit Pantai Indah Kapuk Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik* (Kukuh, 2009) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada harus memperhatikan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. Hal tersebut sesuai dengan penelitian penulis, bahwa Gembira Loka Zoo memiliki kekuatan dengan memberikan informasi yang cukup lengkap pada media internetnya, serta sarana dan prasarana yang memadai, kelemahannya yaitu jika jaringan internet yang tidak stabil atau mati sehingga menghambat aktivitas pelaksana media internet Gembira Loka Zoo dalam menyampaikan informasi, peluangnya yaitu banyaknya bloggers yang memberikan informasi atau mengundang calon pengunjung ke Gembira Loka

Zoo, kemudia ancamanya yaitu informasi yang di share oleh bloggers tidak *up to date*.

Pada skripsi Arum (2015) yang berjudul Kualitas Pelayanan Berbasis Teknologi (Studi Kasus Pelayanan Izin Gangguan (HO) di Kantor Pelayanan Perizinan Kabupaten Sleman), mengatakan bahwa faktor yang mendukung adanya pelayanan yang baik diantaranya adanya sarana dan prasarana yang memadai. Hal tersebut sesuai dengan penelitian penulis bahwa Gembira Loka *Zoo* memanfaatkan prasarana media berbasis internet dan menggunakan sarana komputer dan *handphone* sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Dalam skripsi yang berjudul Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari 28 Februari 2014) (Desi, 2014) menyatakan bahwa dengan menggunakan media sosial twitter, pemerintah akan dengan mudah menyampaikan informasi bagi orang-orang. Hal tersebut sama dengan yang dilakukan oleh Gembira Loka *Zoo*, bahwa dengan menggunakan media berbasis internet memudahkan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, pemanfaatan website dan media sosial yang digunakan oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan Gembira Loka *Zoo* terdiri dari tiga layanan internet dari:

a. *World Wide Wibe* (WWW)

Dengan menggunakan world wide wibe (WWW) mempermudah dalam menyediakan informasi mengenai Gembira Loka *Zoo* yang dapat diakses dengan mudah oleh publik dengan http : www.gembiralokazoo.com

b. *File Transfer Protocol (FTP)*

Mentransfer file melalui komputer maupun gadget ke FTP di internet (upload) untuk memberikan layanan informasi mengenai Gembira Loka Zoo kepada publik. *File* yang diunggah (*upload*) tersebut berupa informasi yang berisi tentang event, berita, harga tiket, dan ilmu pengetahuan satwa.

c. *Situs Jejaring Sosial*

Penggunaan twitter @GLZooJogja, facebook dengan user name Gembira Loka Zoo, fans page facebook dengan user name Gembira Loka Zoo, dan instagram dengan id glzoojogja dapat menjangkau publik yang digunakan sebagai media komunikasi untuk memberikan layanan informasi Gembira Loka Zoo.

Pelaksanaan aktivitas layanan informasi yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan menjalankan fungsi dan tugas-tugas customer service diantaranya:

a. *Sebagai Salesman*

Mempromosikan hiburan satwa dan hiburan lainnya seperti wahana permainan yang berada di Gembira Loka Zoo kepada publik melalui website dan media sosial.

b. *Sebagai Customer Relations Officer*

Hubungan baik yang dijalin oleh Gembira Loka Zoo dengan pengunjung maupun calon pengunjung yang tanggapan-tanggapan direspon baik oleh mereka.

c. *Sebagai Komunikator*

Memberikan informasi mengenai Gembira Loka Zoo secara detail, mulai dari informasi yang berjangka waktu panjang untuk

dinformasikan dan juga informasi yang harus dieritakan setiap harinya seperti kegiatan (event).

Melakukan proses SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*) yang dikatakan oleh David K Berlo dan juga proses coding dan decoding. Dimana komunikator (praktisi media sosial Gembira Loka Zoo) sebagai *source* memberikan informasi (pesan) yang terdiri dari *encoding* dan *decoding* melalui media (*channel*) berbasis internet kepada receiver (penerima/ komunikasikan).

Untuk mempertahankan sebuah perusahaan yang menjual jasa tidak semudah menentukan sebuah strategi namun harus dilihat dari peluang yang didapat oleh perusahaan yakni dengan menggunakan analisis SWOT. Pendekatan dengan menggunakan SWOT ini strategi apa yang diperlukan, yang mampu mendeteksi kelemahan-kelemahan yang perlu diperkuat, dan kekuatan seperti apakah yang dapat menciptakan nilai. Selain itu juga, peluang-peluang apa yang bermanfaat untuk organisasi dan apa yang harus dicermati dalam menghadapi ancaman (Heene dkk, 2010: 148).

Pertama, strength (kekuatan) informasi yang diberikan cukup lengkap. Karena terdapat *contact person* Gembira Loka Zoo, peta Gembira Loka Zoo, satwa dan wahana yang ditawarkan Gembira Loka Zoo, serta fasilitas-fasilitas lainnya yang ditawarkan juga melalui media internet Gembira Loka Zoo, sarana dan prasarana yang memadai. *Kedua, weakness* (kelemahan) jaringan internet yang tidak stabil atau mati. *Ketiga, opportunities* (peluang), banyaknya bloggers memberikan informasi atau mengundang calon pengunjung ke Gembira Loka Zoo. *Keempat, threats* (ancaman), informasi yang di share oleh bloggers tidak *up to date*.

Peluang media internet sebagai aktivitas layanan informasi oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan memanfaatkan peluang dari sifat yang dimiliki internet meliputi: mudahnya dalam mencari informasi, informasi yang di update ke internet sangat mudah dan cepat, jaringan internet yang luas dapat menjangkau publik, kemudahan dalam mengakses internet dilokasi mana pun. Peluang tersebut

dimanfaatkan agar layanan informasi mudah dalam menyampaikan informasinya, selain itu juga mempermudah publik untuk mendapatkan informasi Gembira Loka Zoo dengan mudah dan dimanapun mereka berada.

Hambatan yang dihadapi oleh Divisi Pemasaran dan Pengembangan berasal dari pihak eksternal. Hambatan yang terjadi disebabkan adanya publik yang awam akan internet sehingga informasi yang mereka dapatkan berdasarkan hasil dari searching di google berbeda dengan informasi yang Gembira Loka Zoo cantumkan pada website dan media sosial. Selain itu juga jaringan provider yang tiba-tiba terputus.

Dalam mengatasi publik yang awam akan internet tersebut Divisi Pemasaran dan Pengembangan akan memberikan pembenaran informasi serta memberitahu bahwa itu bukan situs yang dipegang oleh Gembira Loka Zoo dan mengarahkan untuk mencari informasi pada media internet milik Gembira Loka Zoo.

Untuk menangani faktor provider yang tiba-tiba jaringan putus, Divisi Pemasaran dan Pengembangan menggunakan wifi yang telah disediakan di kantor. Sehingga tidak menghambat informasi yang akan diberikan kepada publik.