BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pembangunan di negara semakin meningkat. Pembangunan di sektor perekonomian juga mengalami perubahan. Secara tidak langsung mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan berjalan nya waktu, kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Peningkatan ini tidak hanya dari poduk yang ditawarkan saja, namun dari segi fasilitas dan kualitias produk juga mengalami peningkatan. Dengan adanya peningkatan, kondisi ini mendorong para pembisnis atau produsen berlomba - lomba dalam memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik bagi para konsumen. Dimana dari masing - masing perusahaan mengembangkan keunggulan - keunggulan produk yang dimilikinya. Oleh sebab itu persaingan antara perusahaan yang memiliki kategori yang sejenis maupun tidak sejenis semakin ketat karena banyaknya permintaan dari konsumen.

Komunikasi adalah wujud dari makhluk sosial yang tidak terlepas dari interaksi dan sosialisasi antara satu dengan lainnya. Komunikasi sangatlah penting, dengan berkomunikasi seseorang dapat mengungkapkan harapan dan keinginan. Hal ini juga tercermin terhadap tujuan perusahaan yang terdiri beberapa manusia didalamnya. Dengan komunikasi, perusahaan dapat menyampaikan maksud dan tujuan dari perusahaan, sehingga bisa menerima respon dari pelanggan.

Strategi adalah suatu perencanaan atau rancangan untuk mencapai suatu tujuan. Ciptakan strategi terlebih dahulu supaya menuju pada target yang diinginkan. Dalam komunikasi, strategi berperan sangat penting untuk mencapai suatu tujuan atau keberhasilan baik dalam membentuk hubungan sosial maupun hubungan *public.*

Perkembangan dalam dunia properti saat ini semakin ramai dan ketat. Dengan banyaknya dunia properti yang hadir, menjadi suatu persaingan tersendiri untuk PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) dalam meningkatkan fasilitas kepada masyarakat. Dengan adanya peningkatan dari bidang properti tersebut dapat membuat masyarakat

percaya akan fasilitas yang diberikan oleh PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya). PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) melakukan cara promosi melalui media atau secara langsung dengan bertatap muka untuk menjelaskan mengenai keunggulan dan kelebihan yang diberikan oleh PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) kepada masyarakatnya.

Pembangunan rumah adalah proses perubahan yang terjadi secara terus menerus sehingga menghasilkan suatu hal yang baik dalam segi bangunan dari kediaman yang berstrukur dan merupakan kawasan penduduk berkepadatan tinggi, kediaman rumah keluarga, dan sering membenarkan kepemilikan bersaingan bagi setiap perumahan. Terlebih, kini telah beroperasi ratusan fasilitas pendidikan, rekreasi, kesehatan, agama dan retail untuk memenuhi semua kebutuhan masyarakat di dalam dan sekitarnya.

Keluhan pelanggan bagi perusahaan itu sendiri dijadikan sebagai evaluasi dari kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Adanya keluhan pelanggan perusahaan dapat mengetahui kelemahan yang ada pada perusahaan dan memperbaiki kelemahan tersebut. Penanganan keluhan pelanggan adalah salah satu contoh komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Organisasi bisnis dituntut untuk memberikan jawaban atas keluhan pelanggan baik secara tertulis maupun secara langsung menghubungi pelanggan. Hal tersebut guna menanggulangi kesalahpahaman *(miss understanding)* dalam penerimaan informasi yang akan berdampak pada ketidaknyamanan diantara kedua belah pihak. PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) masih ada sebuah *complaint* atau keluhan mengenai fasilitas yang ada dari masyarakat terhadap unit yang dibelinya, dan membuat citra dari PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) itu sendiri tidak baik dipandangan masyarakat. Penulis membahas tentang keluhan *customer* karena ingin mengetahui strategi komunikasi Yang Efektif PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) dalam penanganan keluhan pelanggan.

Banyaknya pelanggan yang telah membeli unit dari properti PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya), diharapkan pelanggan tersebut puas akan unit yang telah dibeli dengan tempat yang strategis dan mudah dijangkau. Namun kenyataannya pelanggan banyak mengeluhkan atau *complaint* masalah fasilitas yang ada seperti lampu jalan mati, banyaknya jalan yang rusak, tagihan air tinggi dan air yang keruh atau kotor. Adanya

sebuah keluhan atau *complaint* yang membuat PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) untuk lebih memperhatikan pelayanan dan fasilitas agar pelanggan memiliki rasa kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas yang ada. Berikut beberapa bentuk keluhan atau *complaint* pelanggan mengenai fasilitas di PT Ciputra *Residence* (Citra raya):

Daftar Gambar 1.1

Saya mau tanya Grand Catania Blok O.15/17 sering banget air nya ngga keluar ya semalem nyala cuma 2 jam kemarin sabtu minggu nggak keluar, sekarang nggak keluar lagi airnya, tolong dong tiap bulan saya bayar IPL PAM 260/350 ribu saya dirugikan, tolong untuk dicek.	Selamat Pagi, Saya dari Queen Laundry yang di ruko Fiorenza Galleria. Saya mau beritahu keluhan mengenai air hampir 3 hari ini tidak keluar. Sedangkan kita sangat butuh air untuk cuci laundryan. akhirnya cucian laundryan konsumen kita sama sekali tak bisa di cuci. mohon sangat sekali untuk di tindak lanjuti. karna air adalah nyawa usaha kita.
Selamat Pagi, mohon bantuannya untuk PJU di jalan verde 13 ujung dekat kali (sungai) sudah 2 bulan mati sehingga jika malam gelap sekali karena berdekatan dengan pohon-pohon bambu. dengan itu mohon bantuannya agar diperbaiki.	Ada penurunan paving di jalan Celo 1 tepatnya depan Blok C.01/38, dan sudah mengakibatkan kecelakaan warga (Pengendara Motor), mengingat tingkat urgensi sangat tinggi mohon segera di kondisikan. terima kasih.
Kenapa pembayaran bulan ini tagihan bengkak jangan asal isi meteran saya dari 2 tahun yang lalu tidak pernah pake PAM citra. Saya bingung ga jelas terus pelayanan2nya bayar IPL & Air mahal tidak sesuai pelayanan, dari pada bermasalah terus saya minta cabut saja meteran sekalian.	Pagii, mau komplain air ini, kenapa masih mati-mati mulu sih kemarin hari sabtu jam 5 aja air sudah mati. malamnya nyala jam 9 malam itu punpake nembak-nembak, keluar notmal jam 11 malam itupun kecil. haduuh kenapa ini air mati terus, sampe bosen ini komplen terus, ga komplain air mati bayarnya mahal.

Sumber : PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul :

"STRATEGI KOMUNIKASI YANG EFEKTIF PT CIPUTRA *RESIDENCE* (CITRA RAYA) DALAM PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penelitian ini fokus tentang Bagaimana Strategi Komunikasi Yang Efektif PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) dalam penanganan keluhan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Yang Efektif PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) dalam penanganan keluhan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 **Manfaat Teoritis**

Secara Teoritis penelitian ini mampu menambah wawasan dan mengembangkan serta pengetahuan pada perkembangan ilmu di bidang ilmu komunikasi khususnya Komunikasi Yang Efektif . Mendalami lebih jauh mengenai materi-materi yang didapatkan selama menjalani pembelajaran.

1.4.2 **Manfaat Praktis**

Secara manfaat praktis dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi Komunikasi Yang Efektif PT.Ciputra *Residence* (Citra Raya) dalam penanganan keluhan.