

Pengukuran kepuasan, kepercayaan, dan komitmen di dalam hubungan relasional: suatu telaah pada penonton pertunjukan Ketoprak Humor

Sri Dewi Fitriyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109034&lokasi=lokal>

Abstrak

Era globalisasi ditandai dengan semakin tingginya tingkat kompetisi di antara perusahaan-perusahaan yang ada. Dalam keadaan yang demikian itu, perusahaan harus mengalihkan orientasi mereka, dari berfokus pada produk dan penjualan menjadi berfokus pada pelanggan dan pasar. Oleh karenanya perusahaan-perusahaan perlu menyiapkan program-program yang tepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Pertunjukan seater merupakan sebuah kesenian hiburan alternatif yang sejak lama ada di Indonesia. Namun, bergitu, tidak semua masyarakat menyukai pertunjukan teater. Hal ini boleh jadi disebabkan karena kualitas pertunjukan yang ditampilkan oleh teater tersebut kurang dapat memberikan kepuasan kepada penonton-penontonnya. Teater yang mampu memberikan kepuasan kepada penontonnya dengan baik tentu akan mendapat respon yang positif dari masyarakat. Disinilah konsep-konsep pemasaran perlu digunakan oleh manajemen pertunjukan teater.

Salah satu seater yang kini sedang menanjak namanya adalah Ketoprak Humor. Pertunjukan teater dengan ciri khas kesenian daerah populer ini kini mendapat sambutan yang meriah sekali di tengah masyarakat. Kesuksesannya ditunjukkan dengan berhasilnya acara ini mendapat penghargaan Panasonic Award pada tahun 2001 sebagai acara tradisional paling favorit serta penghargaan paling bergengsi yaitu sebagai acara televisi paling favorit.

Kesuksesan Ketoprak Humor juga mengundang maraknya acara-acara lain yang juga memadukan warna tradisional dan humor, seperti Ketoprak Canda (Indosiar), Ketoprak Jampi Stres (SCTV), Gelatak-Gelitik Campursari (TVR1), Ludruk Glamor (SCTV), Ludruk Hoki (TPI) dan Wayang Orang Humor (TPI). Hal tersebut memperlihatkan bahwa persaingan untuk acara-acara sejenis mulai bermunculan, seiring dengan meningkatnya popularitas Ketoprak Humor ini. Untuk itu manajemen Ketoprak Humor haruslah berfikir bagaimana mereka dapat tetap mempertahankan penggemar-penggemarnya yang telah ada, bahkan jika mungkin meningkatkannya. Hal ini tentu bukanlah hal yang mudah, karena memang dalam praktek pemasaran mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mendapatkannya.

Permasalahan yang diuji dalam penelitian ini adalah mengukur kepuasan, kepercayaan dan komitmen penonton terhadap pertunjukan ketoprak humor dan bagaimana pengaruhnya tersebut terhadap intensi selanjutnya. Secara lebih terperinci tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah: (1) Mempelajari hubungan antara komponen inti pertunjukan dengan tingkat kepuasan secara keseluruhan, (2) Mempelajari hubungan antara kepuasan secara keseluruhan dengan kepercayaan dan komitmen, dan (3) Mempelajari hubungan antara kepuasan secara keseluruhan dengan intensi selanjutnya yang akan dilakukan penonton terhadap ketoprak humor tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Garbarino dan Johnson (1999) dan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variable-variabel penelitian mereka, sehingga mungkin akan terdapat ketidaksesuaian dengan kondisi yang dihadapi kelompok ketoprak humor. Pengukuran kepuasan, kepercayaan dan komitmen ini dilakukan di dalam hubungan relasional yang tinggi dan yang rendah. Terdapat 8 indikator variable dalam penelitian ini yang dituangkan dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada penonton pertunjukan ketoprak humor, yaitu: (1)Kepuasan terhadap pemain, (2)Sikap terhadap keakraban dengan pemain, (3)Sikap terhadap pertunjukan, (4)Sikap terhadap tempat pertunjukan, (5)Kepuasan secara keseluruhan, (6)Kepercayaan, (7)Komitmen, dan (8)Kecenderungan masa depan.

Pengolahan data dilakukan dengan paket software SPSS for windows 11.0 yang dilakukan untuk masing-masing analisa Faktor dan regresi linear Banda pada penelitian ini. Hasil pengolahan data memperlihatkan terdapatnya hubungan yang signifikan pada semua kelompok penonton sebagai berikut:

1. Kepuasan terhadap pemain dengan kepuasan keseluruhan (rendah).
2. Sikap terhadap keakraban pemain dengan kepuasan keseluruhan (tinggi). Untuk kelompok penonton yang mempunyai hubungan relasional tinggi:
 - a. Sikap terhadap pertunjukan dengan kepercayaan.
 - b. Sikap terhadap keakraban pemain dengan komitmen.
 - c. Komitmen dengan kepercayaan.
 - d. Kepercayaan dengan intensi masa depan.
 - e. Komitmen dengan intensi masa depan.
 - f. Kepuasan keseluruhan dengan intensi masa depan.

Sedangkan pada kelompok penonton yang mempunyai hubungan relasional rendah (sample jarang) yaitu:

1. Kepuasan keseluruhan dengan intensi masa depan.
2. Kepuasan keseluruhan dengan kepercayaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya sebagian dari model Garbarino dan Johnson (1999) tidak terbukti. ini terjadi disebabkan karena adanya perbedaan objek penelitian dan karakteristik demografi penonton pertunjukan teaternya.