

Pengembangan Layanan Monumen Pers Nasional Berbasis Kebutuhan Pengguna

Development Services of Monumen Pers Nasional Based User Needs

Novian Anata Putra

Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Yogyakarta
Jl. Imogiri Barat Km.5 Daerah Istimewa Yogyakarta
e-mail:noviananata@gmail.com

Naskah diterima: 30 September 2013, direvisi: 7 November 2013, disetujui: 29 November 2013

Abstrak

Monumen Pers Nasional (MPN) sebagai penyelenggara layanan publik telah mengkhususkan diri dalam layanan dokumentasi dan konservasi pers nasional. Dengan mengetahui suara pengguna, MPN berusaha mengembangkan layanan yang memenuhi harapan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pengguna layanan MPN sekaligus untuk mengetahui jenis-jenis layanan yang dibutuhkan masyarakat untuk dikembangkan. Penelitian ini ingin melihat suara pengguna dengan mengintegrasikan teori model Kano dengan *SERVQUAL* agar diperoleh hasil yang maksimal. Hasil riset memperlihatkan bahwa publik membutuhkan layanan yang bersifat *tangible*. Selain itu ternyata pengunjung akan sangat terpuaskan jika layanan buka hari Sabtu Minggu dilakukan oleh MPN. Layanan yang diutamakan untuk hari Sabtu dan Minggu adalah layanan museum pers, perpustakaan, dan *media center*.

Kata kunci: Monumen Pers Nasional, teori model Kano, pelayanan

Abstract

As a public service provider, Monumen Pers Nasional (MPN) has specialized in services documentation and conservation of the national press. By knowing the user's opinion, MPN trying to develop services that meet people's expectations. The aim of this study is to determine MPN user's needs of service as well as the types of services to be developed. This study would like to see the user's voice by integrating Kano model theory with SERVQUAL in order to obtain maximum results. The research shows that the public need tangible services. Visitors would be very satisfied if MPN is open daily especially on Saturday-Sunday. Preferred service on Saturday and Sunday are press service museum, library and media center.

Keywords: Monumen Pers Nasional, Kano model theory, service.

PENDAHULUAN

Peran lembaga pelayanan informasi dan komunikasi publik sangat ditentukan dengan kemampuannya memberikan pelayanan berkualitas sesuai kebutuhan pengguna. Sesuai dengan amanat UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, penyelenggara pelayanan publik berkewajiban menyediakan layanan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan publik atau pengguna, bukan sesuai dengan selera penyelenggara. Upaya pemenuhan kebutuhan publik merupakan langkah awal dalam mengantarkan layanan berkualitas sesuai harapan publik.

Monumen Pers Nasional (MPN) sebagai penyelenggara layanan publik telah mengkhususkan diri dalam layanan dokumentasi dan konservasi pers nasional. Berdiri sejak tahun 1933, MPN telah memperlihatkan kiprahnya dalam membesarkan, mendokumentasikan, dan melestarikan produk pers nasional. Berbagai produk pers nasional tersimpan dan terdokumentasikan dengan baik di sini. Sejarah perjalanan bangsa yang direkam dan dipublikasikan oleh pers merupakan benda penting yang akan dilirik kembali oleh publik baik umum maupun akademisi. Hal ini terlihat dari banyaknya kunjungan MPN per harinya.

Berdasarkan tugas dan fungsi serta visi dan misi, MPN merupakan pusat dokumentasi dan konservasi pers nasional yang menjadi rujukan pendidikan, penelitian, dan hiburan bagi masyarakat. Benda-benda pers yang dimiliki MPN mempunyai nilai historis dan informasi yang tinggi baik bagi masyarakat umum maupun akademisi. Menurut *International Council of Museum (ICOM)*, MPN dapat dikategorikan sebagai museum karena museum sebagai lembaga non profit yang menyajikan warisan nasional yang *tangible* dan *intangible* sebagai wahana pendidikan, penelitian, dan hiburan masyarakat (Ballantyne & Uzzell, 2011).

A non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves,

researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment. – International Council of Museum (ICOM).

Akan tetapi, perkembangan museum saat ini mengalami kemunduran di mata masyarakat. Fungsi dan makna museum sebagai media pendidikan, penelitian, dan hiburan mulai terkikis. Masyarakat masih menganggap museum hanya menjadi sebuah bangunan tempat penyimpanan benda peninggalan sejarah yang berserakan di dalamnya. Terutama museum yang dikelola oleh pemerintah, baik nasional maupun daerah. Fakta ini bukannya tidak diketahui oleh pemerintah. Pemerintah tengah berupaya menghilangkan citra museum yang buruk dengan menyelenggarakan Tahun Kunjungan Museum 2010 dan Gerakan Nasional Cinta Museum 2010-2014.

Upaya pemerintah ini menggiring para pengelola museum untuk berbenah dalam memberikan pelayanan. Museum tidak lagi menampilkan diri sebagai “gudang” benda-benda kuno tetapi sebagai pusat data dan informasi, penelitian, pameran, pendidikan, dan rekreasi. Pengelolaan museum yang semula berbasis manajemen menjadi berbasis pengunjung. Di mana pihak manajemen harus mendengarkan kebutuhan dan harapan pengunjung.

Informasi dan pengetahuan tentang harapan dan pengalaman pengunjung museum sangat membantu manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan dan menggiring pengunjung pada pengalaman yang tak terlupakan (Sheng & Chen, 2012). Langkah efektif untuk mengembangkan layanan museum adalah mengetahui kebutuhan pengunjung atau mendengarkan pengunjung (*voice of visitors*) (Yucelt, 2001; Siu, et al., 2013). Dengan mengetahui kebutuhan pengunjung, pihak manajemen dapat mengetahui apakah produk atau layanan dibutuhkan atau tidak dibutuhkan sehingga dapat mengembangkan layanan yang berkualitas sesuai harapan

pengguna (Tan & Pawitra, 2001; Ericson, et al., 2009; Raharjo, et al., 2011).

Ballantyne & Uzzel (2011) mengungkapkan museum dapat mengembangkan layanannya dan meningkatkan jumlah kunjungan tanpa mempengaruhi secara negatif kepuasan pengunjung. Salah satu usaha yang dapat ditempuh adalah dengan meningkatkan atau menambah fasilitas layanan yang dibutuhkan pengunjung. Di sisi lain, peningkatan dan penambahan layanan, eksibisi, desain tampilan, fasilitas parkir, penunjuk arah, sikap petugas dan *tour guide* atau pamong budaya dapat meningkatkan kualitas layanan museum (Yucelt, 2001). Menurut *Committee of Audience Research and Evaluation* di dalam *American Association of Museums*, studi pengunjung menggunakan pendekatan yang sistematis, termasuk pengetahuan yang terkait dengan museum itu sendiri dan calon pengunjung museum. Hasilnya akan digunakan untuk membantu museum dalam perencanaan.

Housen (1987) dalam Sheng & Chen (2012) menyarankan tiga dimensi untuk memperoleh pengetahuan pengunjung yakni dengan (1) mempelajari data demografis pengunjung; (2) informasi sikap pengunjung; dan (3) situasi perkembangan dan faktor bervariasi. Hood (1983) mendesak pengelola museum untuk fokus pada karakteristik psikografis pengunjung beserta potensinya, khususnya nilai-nilai, sikap, persepsi, kepentingan, harapan, dan kepuasan. Melalui studi ini, pengelolaan museum dapat ditingkatkan kualitasnya.

Selama ini MPN memberikan pelayanan publik berupa jasa yang pada hakekatnya juga menjadi bagian tugas pokoknya yaitu pelayanan informasi dan pelayanan preservasi dan dokumentasi. Pelayanan jasa yang disediakan MPN bersifat monopolistik, artinya tidak ada lembaga lain baik pemerintah maupun swasta yang menyediakan, khususnya dalam hal kelengkapan produk pers dan barang koleksi sejarah pers. Suara masyarakat, terutama pengguna layanan

publik MPN merupakan sumber informasi yang sangat berharga untuk melihat kinerja MPN. Dengan mengetahui suara pengguna, MPN dapat mengembangkan layanan yang memenuhi harapan masyarakat. Dengan terpenuhinya harapan masyarakat, MPN telah mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pengguna layanan MPN. Dengan mengetahui kebutuhan masyarakat, MPN dapat menyusun rencana strategis pengembangan layanan yang sesuai dengan harapan masyarakat.

METODE

Berdasarkan penelitian Sheng & Cheng (2012), pengetahuan tentang pengalaman yang diharapkan pengunjung museum penting untuk diketahui pengelola dalam rangka meningkatkan kualitas layanan. Dengan mengetahui kebutuhan pengunjung, museum dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan di luar apa yang dibayangkan pengunjung. Museum dapat memenuhi batas harapan pengunjung hingga tercapai pengalaman yang “WOW” tanpa mengeluarkan biaya tinggi jika mereka mendengarkan pengunjungnya (Ballantyne & Uzzell, 2011). MPN sebagai museum benda-benda pers merupakan organisasi penyedia jasa layanan dokumentasi dan pers yang perlu mengembangkan layanan untuk menarik minat masyarakat terhadap informasi dan pengetahuan. Proses bisnis yang dijalankan seperti biasa (*business as usual*) tidak layak lagi dilaksanakan. Perlu ada inovasi dan diferensiasi bentuk layanan yang mampu memuaskan harapan pengguna. Pengembangan layanan yang baik akan membuat pengguna merasa puas dan menunjukkan kualitas layanan (Rha, 2012).

Langkah terbaik dan tepat dalam mengembangkan produk dan layanan adalah dengan mengetahui kebutuhan pengguna produk/layanan tersebut (Matzler & Hinterhuber, 1998; Tan & Pawitra, 2001; Ericson, et al., 2009; Xu, et al., 2009; Raharjo, et al.,

2011). Informasi tentang kebutuhan pengguna menjadi landasan dalam pengembangan layanan sehingga sesuai dan memenuhi harapan pengguna (Ericson, et al., 2009). Berdasarkan teori Maslow, kebutuhan manusia tersusun dalam hirarki mulai dari kebutuhan fisik hingga pengaktualisasian diri (self actualization) yang didorong oleh motivasi dalam bertindak. Kebutuhan pengguna hanya dapat diketahui dari pengguna bukan persepsi organisasi yang akan memunculkan kesenjangan antara harapan pengguna dan persepsi manajemen (Tan & Pawitra, 2001). Meski demikian, pengguna cenderung sulit mendefinisikan dan menyampaikan kebutuhannya sehingga diperlukan alat bantu untuk mempresentasikan kebutuhan tersebut.

Kano’s Model merupakan model yang dikembangkan Prof. Noriaki Kano untuk mengklasifikasi dan memprioritaskan kebutuhan konsumen berdasarkan bagaimana kebutuhan tersebut dapat memuaskan konsumen (Kano, et al., 1984 dalam Xu, et al., 2009). Model Kano mengkuadrankan pengguna pada pencapaian tingkat kepuasan dan ketidakpuasan berdasarkan bagaimana kebutuhan pengguna terpenuhi atau tidak terpenuhi seperti tergambar dalam diagram berikut.

Jika kebutuhan pengguna terpenuhi dan melampaui batas harapan akan tercapai tingkat kepuasan pengguna yang menunjukkan layanan berkualitas. Demikian pula

sebaliknya, jika kebutuhan pengguna tidak terpenuhi terutama kebutuhan dasar maka pengguna menjadi tidak puas yang berarti layanan tidak berkualitas. Model Kano mengkategorikan kebutuhan pengguna berdasarkan kebutuhan dasar, kebutuhan performansi, dan kebutuhan atraktif (CQM, 1993; Sauerwein, et al., 1996; Matzler & Hinterhuber, 1998; Tan & Pawitra, 2001; Wang & Ji, 2010):

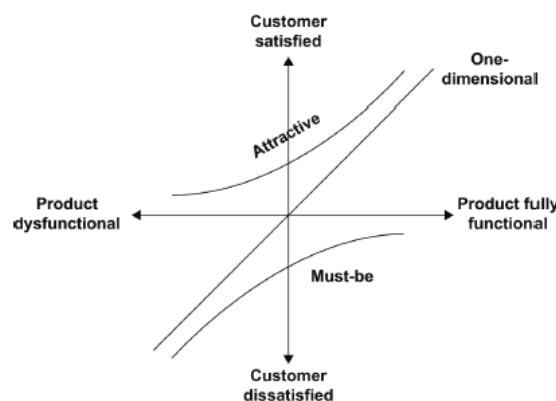
1. *Must Be Requirement (Basic Needs)*

Kebutuhan “*Must Be*” adalah kebutuhan dasar pengguna yang harus terpenuhi. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, pengguna akan sangat tidak puas terhadap layanan yang diberikan. Sebaliknya, jika kebutuhan ini tersedia tidak berarti akan meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan demikian, kebutuhan dasar menjadi keharusan yang ada dalam layanan untuk menghindari ketidakpuasan pengguna.

2. *One Dimensional Requirement (Performance Needs)*

Kebutuhan “*One Dimensional*” menunjukkan linearitas antara kinerja (performansi) layanan dengan kepuasan pengguna. Semakin tinggi kinerja layanan maka akan semakin tinggi kepuasan pengguna. Atribut kinerja layanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pengguna.

3. *Attractive Requirement (Excitement Needs)*



Center for Quality of Management, 1993

Gambar 1. Model Kano

Dalam bisnis layanan, sangat diharapkan pengguna senang atau terkejut secara positif jika layanan yang diberikan di luar harapan mereka. Inilah yang disebut dengan “*Attractive*”. Bagaimana pihak manajemen menampilkan dan memberikan layanan yang “*attractive*” di mana super-linearitas dengan kepuasan pengguna. Artinya, jika kebutuhan ini terpenuhi, kepuasan akan melejit. Dalam pengembangan layanan, manajemen perlu berupaya untuk mencapai kuadran ini.

4. *Indifferent*

Kategori *indifferent* menunjukkan pengguna tidak peduli dengan kehadiran layanan atau produk tersebut. Pengguna tidak peduli jika produk/layanan tersebut tersedia baik berkualitas maupun tidak berkualitas. Pengguna pun tidak peduli jika produk/layanan tersebut tidak tersedia. Pengguna tidak akan menghabiskan waktunya menggunakan produk/layanan tersebut. Bagi penyedia, produk/layanan yang berkategori *indifferent* ini sebaiknya dihindari dan ditiadakan karena tidak berefek apapun terhadap kepuasan pengguna.

Model Kano telah digunakan banyak peneliti sebagai alat yang baik untuk mengetahui kebutuhan konsumen (*consument requirement, CR*) (Wang & Ji, 2010). Model Kano menggambarkan kebutuhan pengguna dalam bentuk fungsional dan disfungsional. Dalam

dari sisi fungsional dan sisi disfungsional dari kebutuhan tersebut. Pertanyaan fungsional menunjukkan pernyataan positif jika produk/layanan tersedia. Pertanyaan disfungsional menunjukkan pernyataan negatif jika produk/layanan tidak tersedia atau kebalikan dari fungsional.

Meski Model Kano umum digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen, cukup sulit untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna yang bersifat abstrak dan dinamis (Raharjo, et al., 2011) terutama pada produk layanan seperti museum. Untuk menghindari persepsi keliru, sangat disarankan untuk mengintegrasikan model Kano dengan *SERVQUAL* agar diperoleh hasil yang maksimal (Tan & Pawitra, 2001). Lima dimensi kualitas layanan yang umum digunakan dalam *SERVQUAL* adalah *tangible, emphaty, reliability, assurance, responsiveness* (Parasuraman, 1991). Dalam layanan publik, kelima dimensi ini jamak pula digunakan (Rha, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan MPN yang meliputi Museum Pers, Media Center, Perpustakaan, Dokumen Cetak, dan Dokumen Digital. Sampel diambil dengan *non-probability sampling* yaitu setiap pengguna layanan yang berusia di atas 10 tahun atau minimal pelajar SMP/ sederajat. Meski pun banyak pengguna MPN berusia SD/ sederajat, tidak dijadikan sampel karena

Tabel 1. Tabel Evaluasi Model Kano

		Dysfunctional form of the question				
		Like	Must-be	Neutral	Live with	Dislike
Functional form of the question	Like	Q	A	A	A	O
	Must-be	R	I	I	I	M
	Neutral	R	I	I	I	M
	Live with	R	I	I	I	M
	Dislike	R	R	R	R	Q

A: attractive, I: indifference, O: One Dimensional, R: reverse, Q: questionnable

penjaringan informasi, pengguna diberikan pertanyaan tentang suatu kebutuhan ditinjau

pada usia tersebut masih sulit mengidentifikasi kebutuhannya. Pengumpulan data dila-

kukan dengan penyebaran kuesioner selama 4 hari yaitu tanggal 17 – 20 April 2013.

Model Kano yang digunakan dalam survey ini mengacu pada dimensi kualitas *SERVQUAL* sehingga perlu diketahui validitas dan reliabilitas instrumen. Selanjutnya dilihat kecenderungan tiap-tiap variabel dalam posisi diagram Kano berdasarkan kebutuhan pengguna. Posisi kecenderungan mengacu pada nilai *customer satisfaction (CS)* dan *customer dissatisfaction (DS)* di mana:

$$CS = \frac{A+O}{A+O+M+I} \tag{1}$$

$$DS = \frac{O+M}{(A+O+M+I)(-1)} \tag{2}$$

Kategori *reverse* dan *questionable* tidak diikutsertakan karena mengindikasikan bahwa pemikiran responden tentang pertanyaan variabel tertentu saling bertentangan antara *functional question* dan *dysfunctional question*. Setelah diperoleh posisi masing-masing variabel dalam diagram Kano, maka ditentukan area kuadran diagram berdasarkan nilai rata-rata CS dan DS.

$$Xave [j] = \frac{\sum_i X}{N} = \frac{\sum_i DS}{N} \tag{3}$$

$$Yave [j] = \frac{\sum_i Y}{N} = \frac{\sum_i CS}{N} \tag{4}$$

Tabel 2. Variabel Berdasarkan Dimensi *SERVQUAL*

DIMENSI	ATRIBUT	VARIABEL
tangible	Z1	Sarana untuk mencari literature/buku perpustakaan tersedia dan mudah digunakan
	Z2	Ruangan bersih
	Z3	Suhu ruangan nyaman
	Z4	Cahaya ruangan terang
	Z5	Ruang layanan tenang
	Z6	Tata letak ruangan memudahkan gerak
	Z7	Petunjuk arah dan nama ruangan tersedia dan jelas
empathy reliability	Z8	Petugas melayani dengan sopan dan ramah
	Z9	Data dokumen digital mudah digunakan
	Z10	Informasi tentang buku perpustakaan (<i>e- catalog</i>) mudah digunakan
	Z11	Data dan informasi dapat diakses melalui <i>website</i>
responsiveness assurance	Z12	Data dan informasi dapat disalin (fotocopy) atau disimpan oleh pengunjung
	Z13	Pemandu/ <i>guide</i> ada untuk memandu Anda mengenal Monumen Pers Nasional
	Z14	Petugas memberi bantuan tanpa diminta
	Z15	Jam layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengunjung
	Z16	Petugas memberikan informasi yang dibutuhkan
	Z17	Layanan Media Center buka di hari Sabtu dan Minggu
	Z18	Layanan Perpustakaan buka di hari Sabtu dan Minggu
	Z19	Layanan Dokumen Digital dan Touchscreen buka di hari Sabtu dan Minggu
	Z20	Layanan Dokumen dan Media Cetak buka di hari Sabtu dan Minggu
	Z21	Layanan Museum Pers buka di hari Sabtu dan Minggu
	Z22	Layanan Mobil Internet buka di hari Sabtu dan Minggu

Di tahun 2012, MPN telah melaksanakan survey tingkat kepuasan pengguna layanan MPN berbasis dimensi *SERVQUAL*. Penelitian ini menggunakan sebagian besar variabel pada survey tersebut dengan penambahan variabel khusus tentang layanan buka Sabtu Minggu. Hal ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang komprehensif dan berkelanjutan dari survey sebelumnya.

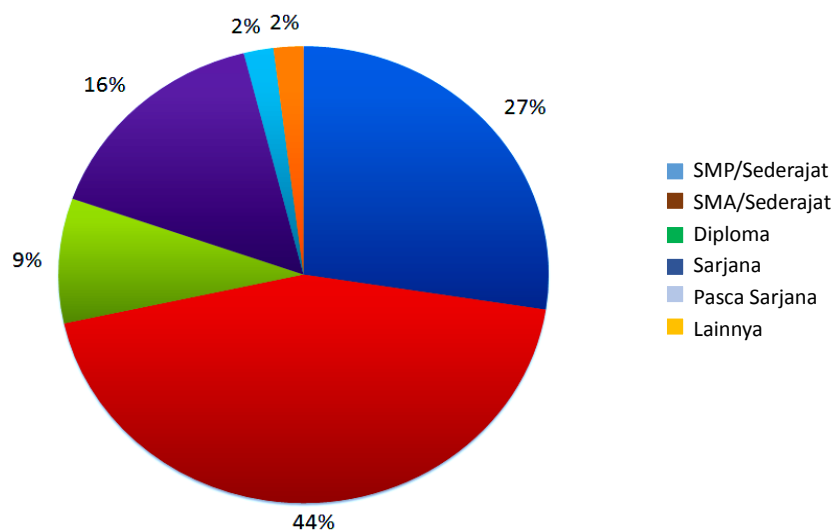
Proses pengembangan layanan ataupun produk diawali dengan identifikasi kebutuhan pengguna layanan tersebut. Identifikasi kebutuhan pengguna merupakan proses yang integral dan memiliki hubungan erat dalam penurunan spesifikasi produk atau layanan (Ulrich & Eppinger, 2001). Langkah efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna dengan melakukan wawancara mendalam diikuti dengan survey tertulis untuk menjangkau pengguna yang sulit menginterpretasikan kebutuhannya. Wawancara dan observasi dilaksanakan sebelum penyebaran kuesioner. Hasil wawancara menjadi bahan dalam perumusan pertanyaan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden survey kebutuhan layanan MPN adalah pengunjung dan pengguna

layanan MPN yang berusia antara 12 – 60 tahun. Survey dilaksanakan selama 4 hari yaitu tanggal 17 – 20 April 2013 di kelima jenis layanan MPN meliputi Museum Pers, Media Center, Perpustakaan, Dokumen Digital, dan Dokumen Cetak. Dengan metode *purposive sampling* sebanyak 105 kuesioner disebar untuk mendapat realita kebutuhan pengguna layanan MPN. Dari kuesioner yang didistribusikan tersebut, 102 kuesioner berhasil divalidasi dan dianalisis lebih lanjut.

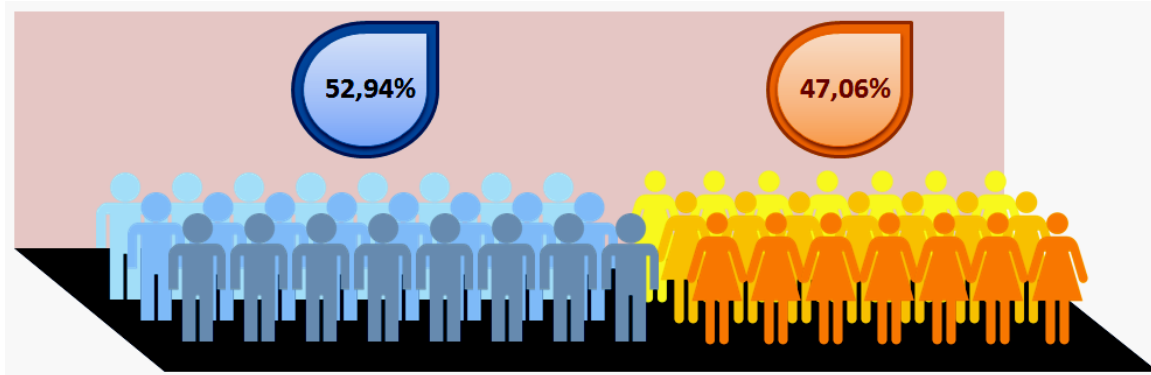
Pengguna MPN didominasi oleh pengguna yang berusia antara 16 – 20 tahun (40%). Pengguna tersebut adalah mereka yang berjenjang pendidikan SMA atau sedang menempuh pendidikan sarjana (44,12%). Hasil ini serupa dengan survey yang dilaksanakan pada tahun 2012. Temuan ini semakin menunjukkan eksistensi MPN di kalangan akademisi sebagai pusat rujukan informasi bidang pers. Pengguna terbanyak selanjutnya berusia antara 21 – 25 tahun (18,63%), 31 tahun ke atas (16,67%), dan 10 – 15 tahun (15,69%). Sedangkan menurut jenjang pendidikan, pengguna layanan MPN terbesar berpendidikan SMA atau sedang menempuh pendidikan sarjana (44,12%), SMP atau sederajat (27,45%), dan sarjana (15,69%).



Gambar 2. Profil Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Sedangkan dari jenis kelamin, tidak ada perbedaan terlalu mencolok antara pengguna laki-laki dan perempuan, yaitu pengguna laki-laki sebanyak 52,94% dan pengguna perempuan sebanyak 47,06%.

dan mahasiswa, dapat terlihat tujuan berkunjung ke MPN yang utama adalah melakukan penelitian (27,33%) dan mencari data (21,45%). Tujuan lainnya adalah wisata ilmiah atau rekreasi (13,83%), membaca surat kabar



Gambar 3. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin

Ditinjau dari jenis pekerjaan, sebagian besar pengguna berprofesi sebagai wiraswasta dan pelajar (termasuk mahasiswa). Hanya sedikit pengguna yang berprofesi sebagai pegawai swasta, pegawai negeri, dosen/guru, maupun mereka yang belum bekerja.

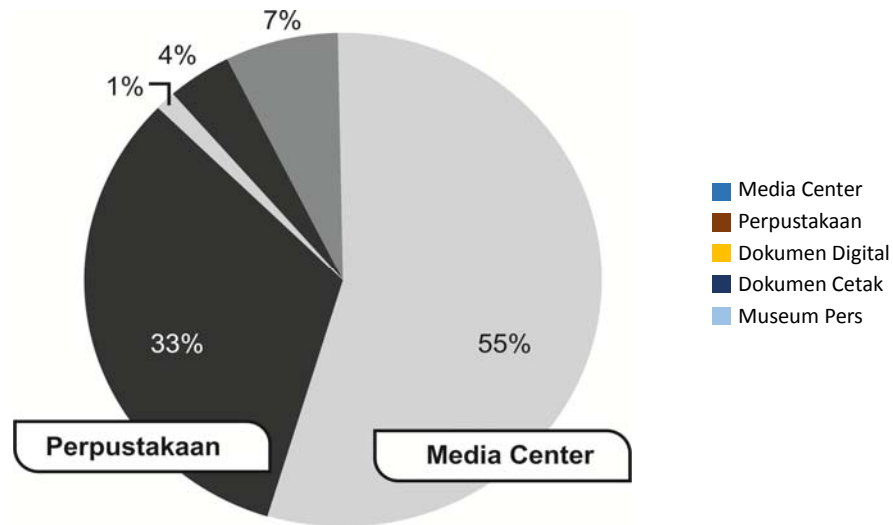
atau majalah (12,86%), meminjam buku (11,58%), membaca bahan pustaka (7,40%), dan menggunakan layanan internet (5,47%).

Dengan karakteristik pengguna layanan MPN yang sebagian besar adalah pelajar

Layanan MPN yang banyak digunakan adalah media center (55,45%), perpustakaan (33,33%), museum pers (7,07%), dokumen cetak (4,04%), dan dokumen digital (1,01%).



Gambar 4. Tujuan Berkunjung ke Monumen Pers Nasional



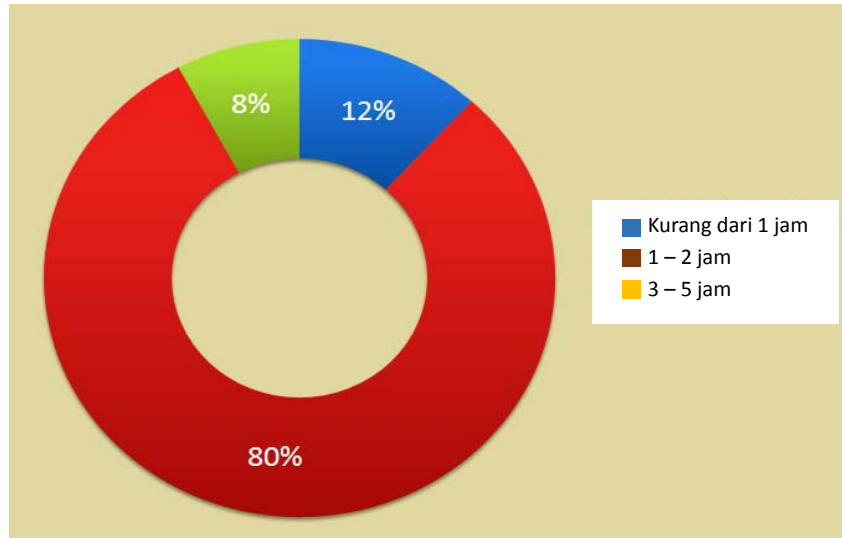
Gambar 5. Jenis Layanan yang Digunakan Oleh Responden

Pengguna layanan MPN umumnya adalah pengguna setia yang telah beberapa kali mengunjungi dan menggunakan layanan MPN. Hal ini terlihat dari hasil survey yang menunjukkan hanya 32 responden saja yang baru pertama kali berkunjung. Sedangkan sebagian besar adalah pengguna setia.

Frekuensi kunjungan terbesar adalah 1 kali dalam sebulan (yaitu 31 responden). Tidak sedikit yang berkunjung 2 – 3 kali sebulan (15 responden), 4 kali atau lebih dalam sebulan (12 responden), bahkan ada yang hampir setiap hari (12 responden).



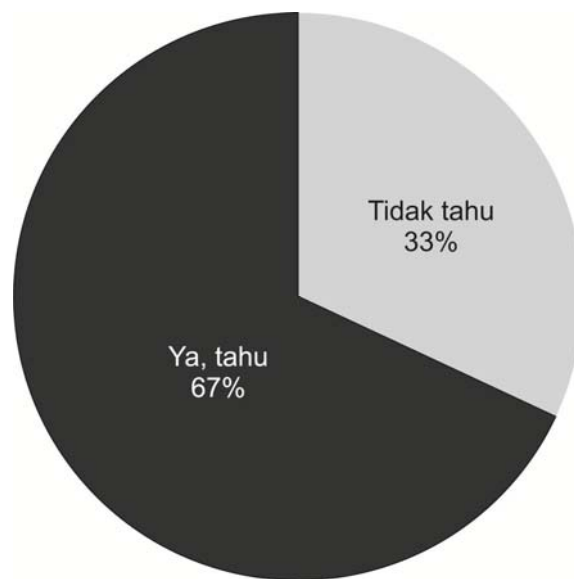
Gambar 6. Frekuensi Kunjungan Responden ke MPN



Gambar 7. Durasi Kunjungan Responden ke MPN

Durasi tiap kunjungan terbesar adalah selama 1 – 2 jam (80,39%). Sedangkan yang berkunjung dengan durasi kurang dari 1 jam adalah 11,76% dan durasi kunjungan antara 3 – 5 jam adalah 7,84%. Hasil ini menunjukkan pengguna cukup betah berlama-lama menggunakan layanan MPN terutama mereka yang

menggunakan layanan media center, perpustakaan, dan dokumen cetak. Suasana yang nyaman, kemudahan akses internet, dan kelengkapan data yang dicari bisa menjadi alasan pengguna untuk berlama-lama menggunakan layanan MPN.



Gambar 8. Pengetahuan Responden tentang Layanan Sabtu - Minggu

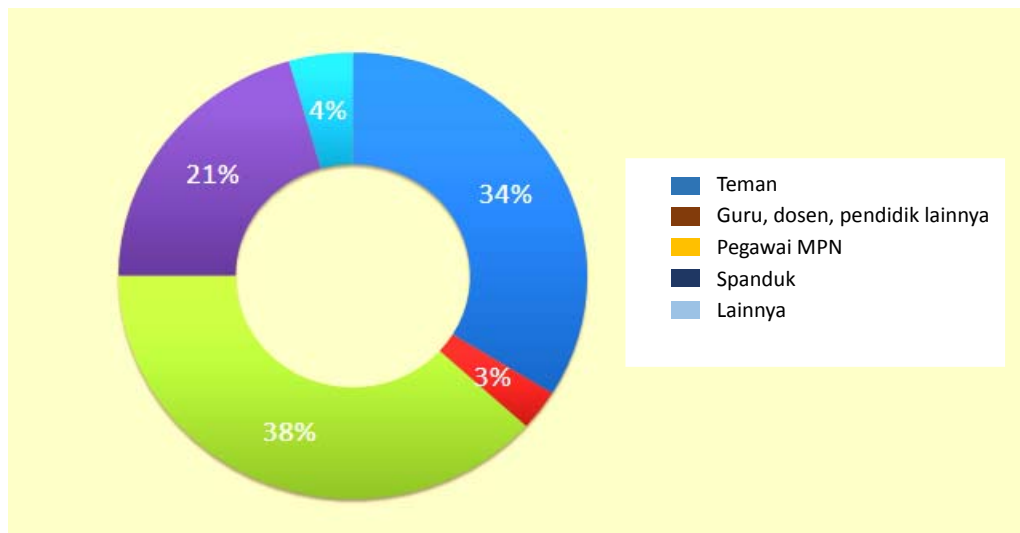
Sebagai institusi pelayanan publik khususnya di bidang layanan data dan informasi pers, MPN dituntut untuk memberikan performansi layanan yang prima. MPN pun telah dikategorisasikan sebagai museum sehingga fungsinya tidak sebatas pusat layanan data dan informasi pers tetapi juga sebagai pusat rekreasi edukasi publik. Oleh karena itu, MPN perlu mengembangkan layanan yang selama ini telah dijalankan agar tugas dan fungsinya semakin dirasakan publik. Salah satunya dengan membuka layanan Sabtu-Minggu atau *open daily service*.

Selama ini MPN hanya melayani masyarakat dari hari Senin hingga Jumat dengan jam kunjungan dan pelayanan dari jam 08.00 – 15.45 WIB. Jadwal kunjungan dan pelayanan ini dirasa tidak memenuhi kriteria pelayanan museum. Salah satunya yang diamanatkan oleh Asosiasi Museum Indonesia dan Badan Musyawarah Museum (Barahmus) Jateng. Museum selayaknya membuka layanan setiap hari termasuk hari libur Sabtu dan Minggu untuk mengapresiasi kunjungan publik.

Per 1 Januari 2013 ternyata MPN telah mencoba untuk mewujudkan pelayanan di

hari Sabtu dan Minggu. Pengembangan layanan buka Sabtu dan Minggu tentunya membawa konsekuensi logis pada ketersediaan sumber daya manusia dan keuangan. Jumlah SDM tidaklah mencukupi untuk memberikan pelayanan di setiap ruang layanan baik museum, media center, perpustakaan, dokumen digital, dan dokumen cetak. Sejak dibuka layanan Sabtu Minggu di awal Januari 2013, petugas yang melayani di hari Sabtu dan Minggu hanya 3 orang. Tentunya jumlah ini tidaklah memadai. Jika dipaksakan untuk membuka semua layanan akan menurunkan kualitas pelayanan. Sedangkan penambahan jumlah petugas akan menimbulkan beban baru dalam keuangan MPN yang sulit terpenuhi.

Sejak dimulainya pelayanan di hari Sabtu dan Minggu tidak semua layanan dapat dibuka karena keterbatasan yang telah dijelaskan sebelumnya. Layanan yang dibuka hanya media center, perpustakaan, dan dokumen digital. Sedangkan layanan dokumen cetak dan museum baru dibuka jika ada permintaan khusus dari pengunjung. Dari 3 layanan yang dibuka tersebut, tidak semua kegiatan dapat dilakukan seperti pada hari



Gambar 9. Sumber Informasi tentang Layanan Sabtu - Minggu

biasa. Sebagai contoh layanan perpustakaan. Di hari Sabtu dan Minggu, hanya melayani baca di tempat tidak melayani peminjaman dan pengembalian buku.

Hasil survey menunjukkan bahwa, informasi tentang layanan buka Sabtu Minggu cukup banyak diketahui oleh pengguna. Sebanyak 66,67% pengguna mengetahui tentang layanan buka Sabtu Minggu. Informasi ini diperoleh melalui pegawai MPN (38,24%), teman (33,82%), spanduk (20,59%), dan lainnya (4,41%).

Pengukuran kebutuhan pengguna layanan MPN menggunakan instrumen yang mengacu pada model Kano dan *SERVQUAL*. Dalam model Kano, terdapat dua bagian pertanyaan berupa *functional question* atau pertanyaan fungsional (Y) dan pertanyaan *dysfunctional question* atau pertanyaan disfungsional (X) yang diturunkan dari dimensi *SERVQUAL*. Instrumen ini perlu divalidasi kemampuannya sebagai alat ukur yang tepat. Tiap-tiap variabel dalam instrumen harus

memiliki nilai validitas dan reliabilitas yang memadai sebagai alat ukur.

Berdasarkan hasil pengukuran, *functional question* yang terdiri dari variabel Y1 hingga Y22 memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) sebesar 0,779 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* (BTS) lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel dalam *functional question* memiliki validitas yang baik atau *face validity*. Ukuran KMO mengindikasikan jumlah sampel yang diambil telah memenuhi kecukupan besaran koefisien korelasi yang diamati yakni nilai KMO lebih besar dari 0,5. Demikian pula pada nilai BTS yang jauh lebih kecil dari 0,05 dengan Chi-Square 967,041. Nilai ini menunjukkan hubungan antar variabel indikator kuat dan layak untuk melanjutkan analisis faktor data.

Hasil serupa juga terlihat pada variabel *dysfunctional question* dimana nilai KMO 0,844 dan signifikansi BTS lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian variabel *functional* dan *dysfunctional question* telah valid.

Tabel 3.1. Uji Validitas Variabel *Functional Question* (X)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.844
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1234.380
	df	231
	Sig.	.000

Tabel 3.2. Uji Validitas Variabel *Functional Question* (Y)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	967.041
	df	231
	Sig.	.000

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan atau variabel yang ingin

diketahui. Reliabilitas menunjukkan keandalan instrumen sehingga jika digunakan kembali akan menunjukkan hasil yang sama. Menurut

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel *Functional Question* (Y1 – Y22)

	Scale Mean	Scale Variance	Corrected Item	Cronbach's Alpha
Y1	32.25	79.123	.309	.876
Y2	32.75	80.113	.464	.874
Y3	32.59	78.205	.407	.874
Y4	32.35	78.607	.309	.877
Y5	32.44	78.289	.316	.877
Y6	32.48	77.381	.495	.872
Y7	32.31	78.019	.412	.874
Y8	32.19	74.153	.544	.870
Y9	32.43	78.386	.394	.874
Y10	32.12	77.550	.327	.877
Y11	32.29	74.051	.627	.867
Y12	32.38	77.209	.473	.872
Y13	32.20	78.258	.337	.876
Y14	32.10	78.664	.228	.881
Y15	32.43	75.357	.627	.868
Y16	32.60	78.698	.447	.873
Y17	32.29	73.616	.564	.869
Y18	32.19	72.668	.554	.869
Y19	32.02	72.396	.615	.867
Y20	31.99	71.297	.655	.865
Y21	32.16	72.926	.548	.869
Y22	32.15	73.018	.650	.866

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel *Dysfunctional Question* (X1 – X22)

	Scale Mean	Scale Variance	Corrected Item	Cronbach's Alpha
X1	86.67	113.848	.579	.910
X2	86.12	117.016	.390	.914
X3	86.36	114.847	.474	.913
X4	86.34	116.406	.479	.912
X5	86.39	119.528	.276	.917
X6	86.38	116.654	.497	.912
X7	86.48	115.559	.581	.910
X8	86.57	115.119	.539	.911
X9	86.41	116.601	.497	.912
X10	86.58	115.672	.446	.913
X11	86.58	112.009	.694	.908
X12	86.56	113.120	.623	.909
X13	86.74	112.751	.667	.908
X14	86.80	116.021	.487	.912
X15	86.47	115.816	.541	.911
X16	86.17	117.249	.451	.913
X17	86.68	113.607	.597	.910
X18	86.75	112.588	.671	.908
X19	86.85	115.414	.561	.911
X20	86.87	111.617	.637	.909
X21	86.84	112.787	.661	.908
X22	86.80	111.407	.704	.907

Nunnally, instrumen yang memiliki reliabilitas baik ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,7. Jika reliabilitas dibawah 0,7 berarti terdapat redundansi variabel atau terdapat variabel yang tidak andal sehingga perlu dihilangkan.

Nilai α variabel *functional question* adalah 0,877. Sedangkan nilai α untuk variabel Y1 hingga Y22 diatas 0,7 sehingga semua variabel dalam *functional question reliable*.

Hasil serupa juga ditunjukkan oleh variabel *dysfunctional question* di mana nilai α adalah 0,915. Nilai α untuk variabel X1 hingga X22 lebih besar dari 0,7 seperti yang ditunjukkan pada tabel 6.4. Dengan demikian instrumen yang digunakan telah valid dan reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur.

Hasil survey terhadap kebutuhan pengguna berdasarkan dimensi *SERVQUAL* menunjukkan dinamisasi persepsi kebutuhan pengguna. Seperti terlihat pada tabel 6, dimensi *tangible* dan dimensi *emphaty* masuk dalam kategori *one dimensional*. Pengguna membutuhkan dan mengharapkan kedua dimensi ini hadir dalam pelayanan yang diselenggarakan MPN. Peningkatan performansi kinerja atribut dalam dimensi *tangible* dan *emphaty* akan meningkatkan kepuasan pengguna pula yang artinya atribut berkualitas.

Dimensi *tangible* merujuk pada atribut pelayanan yang dapat dilihat, dirasakan, dan

disentuh oleh pengguna layanan. Seperti kondisi ruangan (pencahayaan, kebersihan, suhu, ketenangan), tata letak, dan sarana yang disediakan. Pengguna membutuhkan atribut dalam dimensi *tangible* tersedia dengan perfoma kinerja yang baik sehingga memuaskan pengguna. Demikian pula pada dimensi *emphaty*. Atribut yang merujuk pada dimensi adalah kemampuan petugas MPN dalam memberikan pelayanan yang sopan dan ramah. Pengguna membutuhkan petugas yang melayani dengan sopan dan ramah sehingga menumbuhkan kesenangan dan nyaman dalam menggunakan layanan. Jika atribut ini tidak dapat terpenuhi akan menimbulkan ketidakpuasan yang berakibat pada turunnya kualitas layanan.

Kategori *attractive* ditunjukkan oleh dimensi *reliability* yang meliputi kemudahan akses data dan informasi serta ketersediaan *tour guide* (pamong budaya). Secara umum pengguna tidak mendefinisikan kebutuhan tersebut tetapi jika layanan tersedia akan sangat memuaskan pengguna. Untuk dimensi *responsiveness* dan *assurance* termasuk dalam kategori *indifferent*. Artinya pengguna tidak peduli apakah layanan dalam atribut dimensi tersebut ada atau tidak. Kehadiran atribut tersebut tidak mempengaruhi kepuasan pengguna.

Secara khusus kategori kebutuhan menurut persepi pengguna untuk tiap-tiap atribut terlihat pada tabel 7.

Tabel 6. Kategorisasi Kano terhadap Dimensi *SERVQUAL*

Dimensi <i>SERVQUAL</i>	Kategori Kano
<i>Tangible</i>	<i>One Dimensional</i>
<i>Empathy</i>	<i>One Dimensional</i>
<i>Reliability</i>	<i>Attractive</i>
<i>Responsiveness</i>	<i>Indifferent</i>
<i>Assurance</i>	<i>Indifferent</i>

Tabel 7. Kategori Kebutuhan menurut Persepsi Pengguna

DIMENSI SERVQUAL		PRODUCT/SERVICE REQUIREMENT	A	I	M	O	Q	R	TOTAL	CATEGORY
tangible	Z1	sarana untuk mencari literature/buku perpustakaan tersedia dan mudah digunakan	27	39	11	23	1	1	102	INDIFFERENT
	Z2	ruangan bersih	21	2	5	70	3	1	102	ONE DIMENSIONAL
	Z3	suhu ruangan nyaman	32	11	5	50	2	2	102	ONE DIMENSIONAL
	Z4	cahaya ruangan terang	29	20	14	38	1	-	102	ONE DIMENSIONAL
	Z5	ruang layanan tenang	33	16	11	41	-	1	102	ONE DIMENSIONAL
	Z6	tata letak ruangan memudahkan gerak	34	19	11	38	-	-	102	ONE DIMENSIONAL
	Z7	petunjuk arah dan nama ruangan tersedia dan jelas	27	34	11	30	-	-	102	INDIFFERENT
emphaty	Z8	petugas melayani dengan sopan dan ramah dalam melayani	24	9	10	58	-	1	102	ONE DIMENSIONAL
reliability	Z9	data dan informasi dapat diakses melalui website	29	25	10	38	-	-	102	ONE DIMENSIONAL
	Z10	data dan informasi dapat disalin (fotocopy) atau disimpan oleh pengunjung	21	34	17	27	1	2	102	INDIFFERENT
	Z11	informasi tentang buku perpustakaan (e-catalog) mudah digunakan	34	28	13	25	-	2	102	ATTRACTIVE
	Z12	data dokumen digital mudah digunakan	34	25	13	29	1	-	102	ATTRACTIVE
	Z13	pemandu/guide ada untuk memandu Anda mengenal Monumen Pers Nasional	33	38	11	19	1	-	102	INDIFFERENT
responsiveness	Z14	petugas memberi bantuan tanpa diminta	37	38	9	17	1	-	102	INDIFFERENT
assurance	Z15	jam layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengunjung	28	33	12	27	1	1	102	INDIFFERENT
	Z16	petugas memberikan informasi yang dibutuhkan	36	23	9	34	-	-	102	ATTRACTIVE
	Z17	layanan Media Center buka di hari sabtu dan minggu	39	27	6	28	1	1	102	ATTRACTIVE
	Z18	layanan Perpustakaan buka di hari sabtu dan minggu	37	31	4	26	2	2	102	ATTRACTIVE
	Z19	layanan Dokumen Digital dan Touchscreen buka di hari sabtu dan minggu	29	49	2	21	-	1	102	INDIFFERENT
	Z20	layanan Dokumen dan Media Cetak buka di hari sabtu dan minggu	26	43	7	23	2	1	102	INDIFFERENT
	Z21	layanan Museum Pers buka di hari sabtu dan minggu	38	36	3	21	2	2	102	ATTRACTIVE
	Z22	layanan Mobil Internet buka di hari sabtu dan minggu	26	43	3	29	-	1	102	INDIFFERENT

Tabel 8. Posisi Atribut dalam Diagram Kano

	CATEGORY	A%	I%	M%	O%	Q%	R%	T%	Y	X
Z1	INDIFFERENCE	26%	38%	11%	23%	1%	1%	100%	0.5000	-0.3400
Z2	ONE DIMENSIONAL	21%	2%	5%	69%	3%	1%	100%	0.9286	-0.7653
Z3	ONE DIMENSIONAL	31%	11%	5%	49%	2%	2%	100%	0.8367	-0.5612
Z4	ONE DIMENSIONAL	28%	20%	14%	37%	1%	0%	100%	0.6634	-0.5149
Z5	ONE DIMENSIONAL	32%	16%	11%	40%	0%	1%	100%	0.7327	-0.5149
Z6	ONE DIMENSIONAL	33%	19%	11%	37%	0%	0%	100%	0.7059	-0.4804
Z7	INDIFFERENCE	26%	33%	11%	29%	0%	0%	100%	0.5588	-0.4020
Z8	ONE DIMENSIONAL	24%	9%	10%	57%	0%	1%	100%	0.8119	-0.6733
Z9	ONE DIMENSIONAL	28%	25%	10%	37%	0%	0%	100%	0.6569	-0.4706
Z10	INDIFFERENCE	21%	33%	17%	26%	1%	2%	100%	0.4848	-0.4444
Z11	ATTRACTIVE	33%	27%	13%	25%	0%	2%	100%	0.5900	-0.3800
Z12	ATTRACTIVE	33%	25%	13%	28%	1%	0%	100%	0.6238	-0.4158
Z13	INDIFFERENCE	32%	37%	11%	19%	1%	0%	100%	0.5149	-0.2970
Z14	INDIFFERENCE	36%	37%	9%	17%	1%	0%	100%	0.5347	-0.2574
Z15	INDIFFERENCE	27%	32%	12%	26%	1%	1%	100%	0.5500	-0.3900
Z16	ATTRACTIVE	35%	23%	9%	33%	0%	0%	100%	0.6863	-0.4216
Z17	ATTRACTIVE	38%	26%	6%	27%	1%	1%	100%	0.6700	-0.3400
Z18	ATTRACTIVE	36%	30%	4%	25%	2%	2%	100%	0.6429	-0.3061
Z19	INDIFFERENCE	28%	48%	2%	21%	0%	1%	100%	0.4950	-0.2277
Z20	INDIFFERENCE	25%	42%	7%	23%	2%	1%	100%	0.4949	-0.3030
Z21	ATTRACTIVE	37%	35%	3%	21%	2%	2%	100%	0.6020	-0.2449
Z22	INDIFFERENCE	25%	42%	3%	28%	0%	1%	100%	0.5446	-0.3168

Posisi atribut menurut kategori kebutuhan dapat dipetakan dalam diagram Kano seperti ditunjukkan tabel 8 dan gambar 10.

A. Kebutuhan Pengguna dalam Kategori *One Dimensional*

Kebutuhan yang tergolong dalam kategori *one dimensional* perlu diperhatikan dengan baik ketersediaan dan kualitasnya oleh pengelola MPN. Pengguna sangat memperhatikan ketersediaan dan kualitas dalam kategori ini. Dapat dipastikan pengguna tidak puas jika kebutuhan ini tidak disediakan oleh pengelola MPN. Pengguna juga tidak akan puas jika kualitas pada kebutuhan ini tidak terjamin atau disediakan secara asal-asalan oleh pengelola.

Pengelola MPN harus memastikan kebutuhan ini tersedia dan tersaji dengan baik sehingga memenuhi harapan pengguna. Seba-

gian besar kebutuhan *one dimensional* termasuk dalam dimensi *tangible*. Ini menunjukkan bahwa kebutuhan tersebut dapat dilihat, dirasakan, bahkan disentuh oleh pengguna atau kebutuhan yang nyata terlihat.

Kebutuhan pengguna yang termasuk dalam kategori *one dimensional* atau dibutuhkan oleh pengguna yaitu:

1. Ruang bersih
2. Suhu ruangan nyaman
3. Cahaya ruangan terang
4. Ruang layanan tenang
5. Petugas melayani dengan sopan dan ramah
6. Data dan informasi dapat diakses melalui *website*

B. Kebutuhan Pengguna dalam Kategori *Indifferent*

Beberapa atribut dalam survey menunjukkan kategori *indifferent* atau tidak

dipedulikan kehadirannya oleh pengguna. Atribut tersebut terdiri dari:

1. Sarana untuk mencari *literature*/buku perpustakaan tersedia dan mudah digunakan.
2. Petunjuk arah dan nama ruangan tersedia dan jelas.
3. Data dan informasi dapat disalin (*foto-copy*) atau disimpan oleh pengunjung.
4. Pemandu/*guide* ada untuk memandu anda mengenal monumen pers nasional.
5. Petugas memberi bantuan tanpa diminta.
6. Jam layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengunjung.
7. Layanan dokumen digital dan *touchscreen* buka di hari Sabtu dan Minggu.
8. Layanan dokumen dan media cetak buka di hari Sabtu dan Minggu.
9. Layanan mobil internet buka di hari Sabtu dan Minggu.

Hasil ini memperlihatkan pengguna tidak peduli akan kehadiran atribut tersebut. Ada ataupun tiadanya kebutuhan tidak akan mengurangi atau meningkatkan kepuasan pengguna. Seperti ketersediaan petunjuk arah

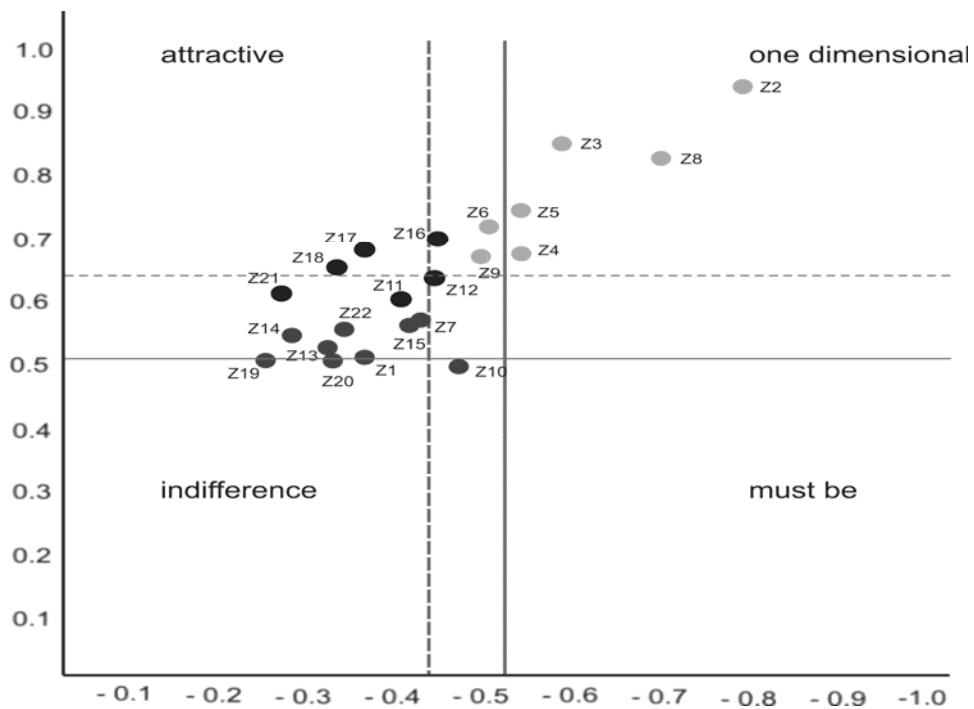
dan nama ruangan tersedia dan jelas, ternyata tidak dibutuhkan oleh pengguna. Hal ini dapat dipahami karena sebagian besar pengunjung MPN adalah pengunjung sekaligus pengguna tetap yang berulang kali datang ke MPN. Mereka telah mengenal dengan baik denah ruangan sehingga tidak membutuhkan petunjuk arah. Selain itu petugas keamanan selalu menanyakan tujuan berkunjung sehingga dapat dengan mudah diarahkan ke lokasi yang hendak dituju.

C. Kebutuhan Pengguna dalam Kategori *Attractive*

Kategori kebutuhan yang sangat perlu diperhatikan pengelola MPN adalah kebutuhan yang termasuk dalam kategori *attractive*. Pengguna tidak mengharapkan layanan tersebut tersedia tetapi akan sangat terpuaskan jika layanan tersebut ada.

Atribut yang termasuk dalam kategori *attractive* meliputi:

1. Informasi tentang buku perpustakaan (*e-catalog*) mudah digunakan.
2. Data dokumen digital mudah digunakan.



Gambar 10. Posisi Atribut dalam Diagram Kano

3. Petugas memberikan informasi yang dibutuhkan.
4. Layanan media center buka di hari Sabtu dan Minggu.
5. Layanan perpustakaan buka di hari Sabtu dan Minggu.
6. Layanan museum pers buka di hari Sabtu dan Minggu.

Dari seluruh data temuan dalam penelitian ini, terlihat bahwa pengguna layanan MPN sangat mengapresiasi rencana pengembangan layanan buka di hari Sabtu-Minggu. Salah satunya terlihat dari pengetahuan responden tentang layanan Sabtu-Minggu yang mencapai 66,67% (gambar 8). Hasil observasi juga menunjukkan tingkat kunjungan di hari Sabtu dan Minggu cukup tinggi serupa dengan hari biasa. Dibukanya layanan pada Sabtu dan Minggu juga memperluas kunjungan berkelompok dari sekolah atau lembaga lain. Sebagian besar kunjungan berkelompok hanya dapat dilakukan di hari Sabtu dan Minggu sehingga rencana pengembangan layanan ini sangat berarti bagi masyarakat.

Meski demikian, tidak semua layanan MPN dibutuhkan pengguna pada hari Sabtu Minggu. Hasil kategori kebutuhan menurut model Kano menunjukkan layanan dokumen digital, dokumen cetak, dan mobil internet termasuk dalam kategori *indifferent*. Ini berarti pengguna tidak peduli apakah pengelola MPN membuka layanan tersebut di hari Sabtu

Minggu. Jika pun layanan tersebut buka, pengguna tidak akan berlama-lama menggunakan layanan tersebut.

Sebaliknya, layanan museum pers, perpustakaan, dan media center termasuk dalam kategori kebutuhan *attractive*. Pengguna tidak mengharapkan tetapi sangat mengapresiasi kehadiran layanan tersebut. Apresiasi yang tinggi dari pengguna menunjukkan layanan yang diberikan berkualitas. Tidak sedikit pengunjung yang memiliki kesempatan berkunjung ke museum pers di hari Sabtu Minggu atau akhir pekan. Sedangkan di hari biasa mereka tidak memiliki kesempatan karena bekerja atau bersekolah. Hal ini sejalan

dengan Sheng & Chen (2012) di mana museum merupakan sarana hiburan dan rekreasi yang umumnya hanya bisa dilakukan di akhir pekan.

Layanan media center dan perpustakaan ternyata juga dibutuhkan oleh pengguna pada hari Sabtu Minggu. Cukup banyak pengguna media center yang menggunakan layanan internet baik dari kalangan pelajar maupun masyarakat umum. Demikian pula yang terlihat di layanan perpustakaan. Meski pun untuk saat ini layanan perpustakaan di hari Sabtu Minggu hanya melayani baca di tempat tidak menyurutkan kehadiran pengunjung.

Hasil ini dapat menjadi pertimbangan bagi pengelola MPN tentang rencana pengembangan layanan buka Sabtu Minggu. Masyarakat membutuhkan ketersediaan layanan di hari Sabtu Minggu yang perlu direspon dengan baik oleh pengelola MPN. Pengelola MPN dapat memprioritaskan layanan museum pers, media center, dan perpustakaan dapat dibuka terlebih dahulu mengingat keterbatasan SDM dan anggaran.

PENUTUP

Eksistensi MPN sebagai penyelenggara layanan publik dalam layanan dokumentasi dan konservasi pers nasional telah diakui publik dengan baik. Dari hari ke hari, MPN tidak pernah sepi dari kunjungan baik perorangan maupun kelompok. Kondisi ini menunjukkan publik membutuhkan MPN untuk memenuhi harapannya terhadap data dan informasi terutama bidang pers nasional.

Hasil riset memperlihatkan bahwa publik membutuhkan layanan yang bersifat *tangible* yaitu ruangan yang bersih, suhu ruangan nyaman, cahaya ruangan terang, dan ruang layanan tenang. Selain itu pengunjung juga membutuhkan petugas yang mampu melayani dengan sopan dan ramah serta data dan informasi yang dapat diakses melalui *website*.

Hasil riset ini juga memperlihatkan

bahwa pengunjung memberikan respon positif terhadap rencana MPN yang membuka layanan di hari Sabtu dan Minggu. Strategi MPN dalam meningkatkan kualitas layanan publik melalui pengembangan layanan buka di hari Sabtu – Minggu ini, mendapat apresiasi cukup baik dari pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna layanan membutuhkan pelayanan di hari Sabtu–Minggu atau layanan buka setiap hari. Meskipun tidak semua layanan akan mempengaruhi peningkatan kualitas layanan jika dibuka di hari Sabtu dan Minggu. Terlihat hanya layanan museum pers, perpustakaan, dan *media center* yang tergolong dalam kebutuhan *attractive*. Itu berarti ketiga layanan itulah yang merupakan kebutuhan pengguna yang menimbulkan tingkat kepuasan tinggi dari pengguna layanan MPN. Sedangkan layanan lainnya seperti dokumen cetak dan dokumen digital untuk sementara tidak terlalu dibutuhkan oleh pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ballantyne, Roy, och David Uzzell. "Looking Back and Looking Forward: The Rise of the Visitors-Centered Museum." *Curator: The Museum Journal* 54, nr 1 (2011): 85-92.
- Center for Quality of Management. "Kano's Method for Understanding Customer-defined Quality." *Center for Quality of Management Journal* 2, nr 4 (1993).
- Ericson, A, P Muller, T Larsson, och R Stark. "Product-Service Systems - From Customer Needs to Requirements in Early development Phases." *Proceedings of the 1st CIRP Industrial product-Service System (IPS2) Conference*. Cranfield University, 2009.
- Nupikso, Daru, och Inasari Widiyastuti. *Survey Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Monumen Pers Nasional*. Surakarta: Monumen Pers Nasional, 2012.
- Parasuraman. "Refinement and reassessment of the Servqual scale." *Journal of retailing* 67, nr 4 (1991).
- Raharjo, Hendry, Min Xie, och Aarnout C Brombacher. "A systematic methodology to deal with the dynamics of customer needs in Quality Function Deployment." *Journal of Expert System with Applications* 28 (2011): 3653-3662.
- Rha, June-Young. "Customer Satisfaction and Qualities in Public Service: An Intermediary Customer Perspective." *The Service Industries Journal* 32, nr 12 (2012): 1883-1900.
- Sauerwein, Elmar, Franz Bailom, Kurt Matzler, och Hans H Hinterhuber. "The Kano Model: How to Delight Your Customer." Austria: International Working Seminar on Production Economics, 1996. 313-327.
- Sheng, Chieh-Wen, och Ming-Chia Chen. "A Study of Experience Expectations of Museum Visitors." *Tourism Management* 33 (2012): 53-60.
- Siu, Noel Yee-Man, Tracy Jun-Feng Zhang, Ping Dong, och Ho-Yan Kwan. "New service bonds and customer value in customer relationship management: The case of museum visitors." *Journal of Tourism Management* 36 (2013): 293 - 303.
- Tan, Kay C, och Theresia A Pawitra. "Integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for service excellence development." *Managing Service Quality* 11, nr 6 (2001): 418-430.
- Ulrich, T Karl, och D Steven Eppinger. *Perancangan dan Pengembangan Produk*. 1st. Singapore: Mc Graw Hill, 2001.
- Wang, Ting, och Ping Ji. "Understanding customer needs through quantitative analysis of Kano's Model." *International Journal of Quality and Reliability Management* 27, nr 2 (2010): 173-184.
- Xu, Qianli, Roger J Jiao, Xi Yang, och Martin Helander. "An analytical Kano model for customer need analysis." *Journal of Design Studies* 30, nr 1 (2009): 87-110.
- Yucelt, Ugur. "Marketing Museums: An Empirical Investigation Among Museum Visitors." *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* (Taylor and Francis) 8, nr 3 (2001): 3-13.

attractive, 139, 148, 151, 152, 153
Attractive Requirement, 138
Barahmus, 145
Chi-Square, 146
consument requirement, 139
Cronbach Alpha, 148
customer dissatisfaction, 140
customer satisfaction, 140
dimensional, 148, 150
disfungsional, 139, 146
dysfunctional question, 140, 146, 148
e-catalog, 151
emphaty, 139, 148
face validity, 146
functional question, 140, 146, 148
Gerakan Nasional Cinta Museum, 136
indifferent, 139, 148, 151, 152
Indifferent, 139, 150
intangibile, 136
Kaiser-Mayer-Olkin, 146
konservasi, 135, 136, 152
konservasi pers nasional, 135, 136, 152
model Kano, 135, 139, 146, 152
monopolistik, 137
Monumen, 135, 136, 153
Monumen Pers Nasional, 135, 136, 153
Noriaki Kano, 138
One Dimensional, 138, 150
open daily service, 145
purposive sampling, 141
questionable, 140
redundansi variabel, 148
Reliabilitas, 147
reverse, 140
SERVQUAL, 135, 139, 140, 146, 148, 153
tangible, 135, 136, 139, 148, 150, 152
Touchscreen, 150
tour guide, 137, 148
voice of visitors, 136