

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Strategi komunikasi humas yang efektif dalam menghadapi era keterbukaan informasi publik dan percepatan arus komunikasi saat ini menuntut agar praktisi *public relations* (PR) dalam suatu lembaga mampu memenuhi keinginan serta kebutuhan masyarakat demi terciptanya kepercayaan publik (*public trust*). Era keterbukaan informasi publik yang ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menuntut lembaga pemerintah, termasuk Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah (DISPUSIPDA) Provinsi Jawa Barat, untuk menjalankan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Peran PR dalam konteks ini, mengharuskan untuk mendukung berjalannya program – program pelayanan terbaik yang telah dirancang lembaga. Hal ini merupakan salah satu kunci strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra baik (*good image*) lembaga di mata publik. Kepedulian dengan mengedepankan kepuasan publik di atas segalanya, memberikan pelayanan terbaik melampaui harapan, serta memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan masyarakat dapat menciptakan kepercayaan publik hingga meningkatkan citra lembaga di mata publik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan atensi publik serta menjadi poin diferensiasi keunggulan lembaga adalah dengan memberikan Pelayanan Prima (*Service of Excellent*).

Strategi Komunikasi Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah (DISPUSIPDA) Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan citra melalui pelayanan Prima (*service of excellent*) kepada pengunjung perpustakaan atau masyarakat sangat dibutuhkan karena praktisi humas memiliki peran krusial dalam membangun kepercayaan publik (*public trust*) agar terciptanya reputasi atau citra baik (*good image*) lembaga dimata publik. Kualitas pelayanan dalam suatu lembaga memiliki peran besar demi terciptanya kepuasan dalam kepentingan publik (*pubic interest*) dan juga dapat beimplikasi pada publikasi positif mulut ke mulut (*word of mouth*) secara gratis. Setiap organisasi atau lembaga memiliki tujuan tersendiri yang harus dicapai serta dapat memenuhi parameter kesuksesan setiap program yang dijanjkan lembaga. Kehadiran praktisi Humas dalam suatu lembaga sangat krusial karena dibutuhkan fungsi manajemen komunikasi strategis dan sebagai jembatan penghubung komunikasi antara publik internal dan eksternal.

Strategi komunikasi humas yang efektif dapat mempermudah aktivitas lembaga dalam hal penyampaian informasi kepada publiknya. Salah satu lembaga pemerintah yang mengedepankan keterbukaan informasi publik dan menjadi kunci dalam pemberian akses informasi adalah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Povinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar). Melalui pelayanan prima (*service of excellent*) yang dilaksanakan di Dispusipda Jabar dapat memungkinkan masyarakat mendapatkan aksesibilitas informasi seluas-luasnya.

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang pelayanan prima telah dilakukan (Andora, Elvono Yuyun., 2023) dalam Skripsi Ilmu Komunikasi dengan judul Strategi Komunikasi Humas Perpustakaan Seoman HS Provinsi Riau dalam

Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Pengunjung menjelaskan bahwa, penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas dalam memberikan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang ke perpustakaan Seoman Hs untuk mengenalkan layanan dan koleksi yang dimiliki kepada masyarakat. Penelitian ini memiliki arah yang hampir mirip dengan penelitian tersebut. Peneliti ingin mengkaji tentang Strategi Komunikasi Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Citra Melalui Pelayanan Prima (*Service of Excellent*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alur proses atau tahapan strategi komunikasi yang dilakukan humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service of excellent*) kepada pengunjung perpustakaan agar kebutuhan aksesibilitas informasi masyarakat terpenuhi hingga mempengaruhi persepsi publik. Proses tersebut melalui empat tahap diantaranya: *defining the problem, planning and programming, taking actions and communicating*, serta *evaluating*.

Pelayanan prima (*service of excellent*) dalam lembaga pemerintahan menjadi hal yang esensial untuk dilakukan oleh praktisi humas dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga dimata masyarakat. Adanya Pelayanan prima (*service of excellent*) yang memuaskan dapat membantu menjalin hubungan baik (*goodwill*) antara lembaga dan publik. Hubungan baik (*goodwill*) antara Dispusipda Jabar dengan publik/ masyarakat dapat menciptakan kepercayaan, loyalitas pengunjung dan memperkuat ikatan jangka panjang. Bagi organisasi *non-profit* seperti lembaga pemerintahan, pelayanan prima bukan hanya menjadi kewajiban

fungsional namun juga sebagai wujud komitmen pelayanan, termasuk bagian dari sikap melayani yang diwujudkan melalui perhatian, perilaku, dan tindakan nyata demi terciptanya kenyamanan serta kualitas layanan terbaik kepada Masyarakat (Mart, 2023: 69).

Tersedianya segala macam informasi secara instan di era digital saat ini dengan hanya mengetik lewat pencarian Google atau bahkan menggunakan fitur *Chatbot AI* seperti ChatGPT atau Deepseek, memudahkan masyarakat mendapat informasi seketika dan sangat cepat. Hal ini ternyata memberikan dampak negatif pada menurunnya minat baca khususnya generasi muda terhadap budaya literasi. Rendahnya minat literasi berdampak besar pada pemahaman literatur dan kemampuan membaca masyarakat.

Perlu adanya kerjasama antara pemerintah dan masyarakat demi meningkatkan budaya literasi. Literasi bukan hanya selalu tentang membaca, tetapi perluasan ilmu pengetahuan, terbukanya wawasan, meningkatkan kecerdasan generasi muda serta peningkatan kualitas peradaban suatu bangsa. Salah satu fungsi perpustakaan daerah yaitu sebagai katalisator perubahan budaya, oleh karena itu Dispusipda Jabar diharapkan dapat menjadi agen pembawa perubahan sosial masyarakat dimana perpustakaan menjadi salah satu tempat strategis untuk mempromosikan segala perilaku yang mampu meningkatkan produktivitas masyarakat.

Misi untuk meningkatkan budaya literasi masyarakat mengharuskan Dispusipda Jabar menyusun strategi dengan membuat berbagai program yang dapat menarik minat masyarakat agar mau datang ke perpustakaan, mengakses aplikasi

digital library, mendapatkan berbagai akses informasi, saling belajar, menambah pengetahuan, hingga bertujuan agar mampu membawa perubahan dan kesejahteraan pada tingkat masyarakat khususnya meningkatkan taraf hidup warga Jawa Barat menjadi lebih baik.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari website *pojoksatu.id* 2024, dengan judul Pemprov Jabar Luncurkan ASIIK: Platform Digital untuk Tingkatkan Literasi di Gasibu Bandung. Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Barat bersama dengan Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah (Dispusipda) Jabar meluncurkan platform ASIIK (Anjungan Literasi Elektronik) merupakan *digital library* atau perpustakaan digital berupa perangkat untuk membaca buku elektronik (*E-Book*) dengan mekanisme *scan QR code* yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menambah wawasan dan menjadi stimulus meningkatkan literasi warga Jabar.

Program pelayanan publik ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dan Dispusipda Jabar untuk mendorong masyarakat menjadi gemar membaca dan meningkatkan literasi yang dipercaya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, kunci majunya suatu peradaban, dan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan akhir dari semua upaya yang dilakukan oleh Dispusipda Jabar.

Peran humas Dispusipda Jabar dalam mendukung berbagai program pemerintah untuk meningkatkan budaya literasi masyarakat sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dengan strategi komunikasi humas yang efektif agar segala informasi, kebijakan, serta program – program yang telah dibuat oleh lembaga dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan

kepercayaan publik (*public trust*) terhadap lembaga yang kemudian dapat mencerminkan nilai (*value*) positif yang dapat meningkatkan citra lembaga dimata publik. Praktisi PR/ humas juga dituntut untuk bisa memberikan berbagai saran inovatif mengenai program yang akan dibuat dan dijalankan lembaga agar dapat diterima dengan baik oleh publik sasaran.

Dispusipda Jabar dalam upaya meningkatkan budaya literasi masyarakat telah meluncurkan berbagai program pelayanan publik inovatif lainnya selain platform ASIIK (Anjungan Literasi Elektronik), diantaranya; aplikasi perpustakaan digital atau *e-library* yang bisa di download secara gratis di *Playstore* yaitu CANDIL (Maca Dina Digital), Perpustakaan Keliling, KOLECER (Kotak Literasi Cerdas) yang menyediakan buku di ruang publik, Layanan Kearsipan PUSAKA (Perbaikan Khusus Arsip Korporasi dan Keluarga), WAJJIT (Wakaf Buku Jabar Juara Literasi), termasuk layanan perpustakaan umum daerah dimana masyarakat bisa berkunjung dan membaca langsung di perpustakaan baik secara individu maupun kelompok. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan minat baca serta akses literasi masyarakat.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari website dispusipda.jabarprov.go.id 2024, berupa Laporan Layanan Informasi Publik PPID Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2024 menjelaskan bahwa Dispusipda Jabar meraih predikat informatif untuk kategori Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi dalam Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2023 dari Komisi Informasi (KI) Provinsi Jawa Barat.

Pencapaian tersebut merupakan prestasi bagi Dispusipda Jabar yang meraih predikat informatif selama tiga tahun berturut – turut sejak 2021 s.d. 2023. Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik (Monev KIP) acara tersebut diselenggarakan untuk mengapresiasi Badan Publik di Provinsi Jawa Barat yang telah melaksanakan amanah Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik dengan baik hingga dapat mencapai predikat Badan Publik Informatif.

PPID Dispusipda Jabar selain memberikan layanan informasi publik, juga memberikan layanan informasi dengan cara menyampaikan/ mengumumkan informasi publik secara berkala terkait program – program, kegiatan, hingga pencapaian pembangunan melalui berbagai akses informasi dan komunikasi yang digunakan secara resmi seperti website, media sosial dan media luar ruangan.

Prestasi yang telah diraih ini menunjukkan bahwa Dispusipda Jabar terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan prima (*service of excellent*) kepada masyarakat atau pengunjung perpustakaannya demi pemenuhan layanan keterbukaan informasi publik dan peningkatan literasi.

Pelaksanaan layanan publik yang sukses tidak lepas dari keberhasilan peran praktisi humas dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, kemudian berdampak pada terpenuhinya tujuan organisasi atau lembaga yaitu keterbukaan informasi publik, pelayanan publik (*public service*), kepercayaan publik (*public trust*) dan peningkatan citra lembaga (*corporate image*).

Penyusunan strategi yang matang diimbangi dengan kemampuan (*skill*) yang harus dimiliki oleh praktisi *public relations* atau humas dalam melihat

permasalahan, kemampuan komunikasi, pelaksanaan program, menyadari kelemahan, menyambut tantangan sertaantisipasi ancaman yang mungkin dihadapi merupakan hal krusial demi mendukung keberlangsungan hidup lembaga. *Public relations* (PR) menurut *Internasional Public Relation Assosiation* (IPRA) adalah sebuah fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak – pihak terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka.

Humas pemerintahan (*government public relations*) memiliki peran serta tanggung jawab sebagai jembatan penghubung antara lembaga pemerintah dengan publik baik internal dan eksternal serta masyarakat luas. Tugas dan fungsi praktisi PR/ humas sebagai komunikator dua arah (*two way communication*) yaitu untuk menciptakan rasa saling pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*), mengembangkan itikad baik (*good will*) antara lembaga dan publiknya serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan untuk mendapatkan dukung publik (*public support*) dan meningkatkan citra baik (*good image*) lembaga dimata masyarakat.

Public relations atau Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar) selama ini telah menjalankan peran dan fungsinya dengan baik demi mencapai tujuan organisasi/ lembaga dan memastikan agar program – program yang telah dirancang berjalan dengan baik, misi meningkatkan literasi masyarakat, memberikan pelayanan prima (*service of excellent*) kepada pengunjung perpustakaan, serta meningkatkan akuntabilitas dengan transparansi informasi publik, usaha-usaha tersebut dilakukan demi

kesejahteraan masyarakat serta mendapatkan kepercayaan publik yang merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan dari pelayanan publik dan penyelenggaraan birokrasi pemerintah sehingga secara langsung dapat mempengaruhi reputasi baik lembaga serta meningkatkan citra positif lembaga dimata masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi dan strategi komunikasi humas dalam pelaksanaan pelayanan prima (*service of excellent*) terhadap pengunjung perpustakaan yang dilakukan oleh Dispusipda Jabar sebagai upaya meningkatkan citra lembaga menjadi fokus utama yang menarik untuk diteliti dan dikaji.

Penelitian ini nantinya akan menggunakan paradigma konstruktivisme. Pendekatan yang akan digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan penulis adalah metode analisis deskripsi, karena penulis hanya ingin menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana alur strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Dispusipda Jabar dalam pelaksanaan pelayanan prima (*service of excellent*) kepada pengunjung sebagai upaya meningkatkan citra lembaga.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana alur proses Strategi Komunikasi Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Citra Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellence*), yang dilakukan melalui 4 tahapan atau dikenal sebagai konsep *four step public relations*; yaitu tahapan *defining the problem, planning and programing, taking actions and communicating*, serta *evaluating*.

B. Fokus Penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan mengenai konteks penelitian sebelumnya, fokus penelitian yang peneliti angkat adalah seputar strategi komunikasi efektif yang dilakukan oleh Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelaksanaan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. Fokus penelitian dan identifikasi masalah yang akan diteliti peneliti yaitu:

1. Bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses menentukan masalah (*defining the problem*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima?.
2. Bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima?.
3. Bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses mengambil tindakan dan komunikasi (*taking actions and communicating*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima?.
4. Bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses evaluasi program (*evaluating*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima?.

C. Tujuan Penelitian.

Bedasarkan fokus penelitian dan identifikasi masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengkaji tentang kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses menentukan masalah (*defining the problem*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima.
2. Mengkaji tentang kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima.
3. Mengkaji tentang kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses mengambil tindakan dan komunikasi (*taking actions and communicating*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima.
4. Mengkaji tentang kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses evaluasi program (*evaluating*) dalam upaya meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima.

D. Kegunaan Penelitian.

1. Kegunaan Secara Akademis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembaca. Sebuah penelitian yang ideal juga dapat dijadikan sebagai sumber insirasi dan referensi yang akan bermanfaat bagi orang lain. Secara akademis, peneliti berharap penelitian ini akan sangat bermanfaat secara teoritis pada Ilmu Komunikasi khususnya dalam dunia *Public Relations*.

Penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan ilmu pengetahuan dan pembelajaran baru mengenai strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. Peneliti berharap dengan mengkaji penelitian ini dapat membawa banyak manfaat dan menjadi sumber referensi atau bahan rujukan khususnya dalam kajian ilmu kehumasan yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan *public relations*.

2. Kegunaan Secara Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan beberapa perspektif lain yang belum disadari dan dapat bermanfaat bagi lembaga sebagai sumber pertimbangan serta bahan evaluasi Humas Dispusipda Jabar dalam strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra lembaga melalui pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. Peneliti secara pribadi mengharapkan hasil penelitian ini dapat membawa manfaat bagi banyak orang serta memberikan tambahan pengetahuan baru dalam kajian ilmu komunikasi kehumasan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau referensi yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Landasan Pemikiran.

1. Landasan Teoritis.

Teori dan landasan pemikiran penelitian ini akan digunakan sebagai dasar pemikiran untuk memberikan wawasan dan pedoman menuju arah dan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan landasan teori yang terkait dengan keadaan atau fenomena penelitian saat ini. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan kajian penelitian mengenai strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. Penelitian ini akan menggunakan landasan teori atau konsep strategi dan proses *four step public relations* menurut Cutlip, Center dan Broom (2007: 151), yaitu sebagai berikut:

a. *Defining problem* (mendefinisikan masalah).

Langkah ini menjelaskan cara menemukan masalah yang kemudian diselidiki dan dipantau yang berkaitan dengan isu-isu, opini, pengetahuan, sikap dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan lembaga.

b. *Planning and programming* (merencanakan dan memprogramkan).

Informasi yang telah terkumpul selanjutnya ditindaklanjuti untuk diijadikan sebagai bahan untuk membuat keputusan mengenai sasaran public, pengambilan tindakan dan strategi komunikasi, dan untuk mencapai tujuan lembaga.

c. *Action and communicating* (mengambil tindakan dan mengkomunikasikannya).

Langkah ketiga ini dilakukan dengan cara menjalankan program, mengambil tindakan dan mengkomunikasikannya agar mencapai tujuan yang telah dirancang lembaga.

d. *Evaluating* (mengevaluasi program).

Langkah terakhir adalah melakukan evaluasi untuk setiap program dan kebijakan yang telah dilakukan. Kemudian dilihat feedback atau umpan baliknya, program tersebut apakah telah berhasil dilaksanakan atau tidak.

Kaitannya dengan penelitian ini adalah empat konsep strategi dan proses *public relations* dapat digunakan dalam Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan yang dilakukan oleh praktisi *public relations* (PR), memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui Strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam proses menentukan masalah, proses perencanaan dan pemograman, proses mengambil tindakan dan komunikasi, serta proses evaluasi program dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan.

2. Kerangka Konseptual.

a. Strategi.

Faktor terpenting dari keberhasilan program kerja maupun setiap usaha demi mencapai target yang diinginkan, segala sesuatunya pasti dibutuhkan strategi. Setiap organisasi atau lembaga memiliki pedoman yang jelas untuk mengetahui langkah - langkah apa saja yang harus diambil demi meraih tujuan yang telah ditentukan. Strategi memiliki peranan yang sangat penting dalam konteks ini, sebab dengan strategi tujuan (*goals*) jangka panjang yang ditetapkan organisasi atau lembaga dapat diubah menjadi kegiatan atau tindakan nyata yang terkoordinasi.

Strategi pada dasarnya berfungsi sebagai pedoman bagi organisasi dalam merespons dinamika lingkungan eksternal dengan tetap mempertimbangkan kemampuan internal yang dimiliki. Rahim dan Radjab (2017:2) menjelaskan bahwa Strategi disusun pada dasarnya untuk membentuk '*response*' terhadap perubahan eksternal yang relevan dari suatu organisasi. Perubahan eksternal tersebut tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan internal dari suatu organisasi. Sampai seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar untuk memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini.

Strategi merupakan komponen utama dalam meraih kesuksesan. Organisasi atau lembaga yang baik harus memiliki perencanaan strategi

yang cermat dalam kegiatan guna tercapainya sasaran tertentu, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Tanpa adanya strategi yang matang, suatu lembaga dapat berpotensi kehilangan arah dan gagal mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

b. Hubungan Masyarakat atau *Public Relations*.

Hubungan masyarakat (humas) yang dalam istilah bahasa Inggris disebut juga *public relations* (PR), merupakan suatu kegiatan yang berupa komunikasi dua arah antara lembaga dan publiknya guna mencapai tujuan tertentu. Kegiatan *public relations* sangat erat kaitannya dengan seni komunikasi dimana seorang *public relations officer* harus mempunyai keahlian dan kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga dapat memberikan *value* tersendiri bagi nama baik perusahaan sesuai dengan *image* positif dari publik terhadap organisasi tersebut.

Public relations (PR) memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan suatu organisasi. Melalui fungsi dan aktivitasnya, PR berperan dalam membangun citra positif serta menjaga hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya. Definisi *public relations* menurut Cultip, Center dan Broom (2007: 1), dalam bukunya *Effective Public Relations* Edisi Kesembilan menjelaskan, *Public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan *public* yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Tugas utama praktisi *public relations* adalah memfasilitasi proses komunikasi dan pemahaman. Hubungan masyarakat termasuk penelitian dan analisis, pengembangan kebijakan, pemrograman, komunikasi, dan umpan balik dari masyarakat yang terkena dampak. *Public relations* harus dapat memperlancar arus komunikasi yang ada di dalam perusahaan, baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Humas juga harus mampu melakukan riset serta analisis dalam menyusun konsep dan aturan kebijakan dan program suatu organisasi. Hal ini dilakukan agar tujuan organisasi dapat terlaksana dengan baik.

Public relations atau humas merupakan profesi yang sangat penting dan strategis. Hampir setiap organisasi dan lembaga baik pemerintah maupun swasta membutuhkan perannya. Praktisi humas dalam ruang lingkup pemerintah, merupakan salah satu pemegang peranan tertinggi dan sangat penting. *Public relations* pemerintah dalam menyampaikan informasi dan kebijakan, memiliki peran serta tanggung jawab untuk dapat menjadi penghubung antara lembaga pemerintah dengan publik internal dan eksternal serta masyarakat luas.

Fungsi seorang praktisi humas sebagai komunikator yaitu berusaha untuk membangun suasana yang mendukung, baik, serta kondusif. Hal ini untuk menumbuhkan dan menciptakan *mutuall understanding* atau rasa saling pengertian diantara keduanya. Salah satu tugas humas dalam pengelolaan informasi yaitu humas mampu dalam menjembatani berbagai informasi dari banyaknya *stakeholder* organisasi, baik dalam lingkungan

internal maupun eksternal dalam rangka membangun citra positif dari suatu lembaga atau perusahaan yang diwakilinya.

c. Strategi Komunikasi.

Strategi komunikasi bisa dipahami sebagai aktivitas yang dilaksanakan oleh pihak komunikator untuk menyampaikan informasi kepada penerima pesan dengan tujuan tertentu. Hal ini melibatkan pengguna media, isi pesan, serta dampak yang ingin dicapai agar sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan oleh suatu organisasi atau lembaga itu sendiri.

Setiap organisasi membutuhkan strategi komunikasi yang terarah untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh publik dan tujuan organisasi dapat tercapai. Strategi ini tidak hanya menjadi pedoman teknis, tetapi juga berfungsi sebagai dasar perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang berkesinambungan. Menurut Onong Uchjana (2009:84) dalam bukunya berjudul *Dimensi – dimensi komunikasi* dijelaskan bahwa definisi strategi komunikasi merupakan perbandingan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) serta manajemen (*communication management*) dengan tujuan tercapainya suatu tujuan. Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai dasar dalam segala perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang juga bagian krusial dari proses pembanguan suatu lembaga atau organisasi agar dapat mencapai tujuan tertentu hingga terus berkembang dan berkelanjutan.

Merumuskan strategi komunikasi, perlu ditetapkannya tujuan secara jelas oleh lembaga atau organisasi. Memiliki sasaran yang jelas serta mempertimbangkan situasi dan kondisi yang berlaku dari sudut pandang keadaan khalayak atau sasaran publiknya. Menurut Alo Liliweri (2011:248) dalam bukunya berjudul Komunikasi Serba Ada Serba Makna, adapun tujuan dari strategi komunikasi antara lain:

1) Memberitahu (*announcing*).

Tujuan utama dari strategi komunikasi yaitu memberikan pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality*). Informasi yang akan dipromosikan didapatkan saling keterkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi penting. Informasi tersebut dipublikasikan melalui media massa.

2) Memotivasi (*motivating*).

Informasi yang disebar serta dipublikasikan bertujuan untuk menarik kepedulian masyarakat. Kepedulian tersebut diaplikasikan ke dalam daur ulang wadah ice cream sebagai upaya mengurangi limbah kemasan dari makanan dan minuman menjadi pot tanaman.

3) Mendidik (*educating*).

Memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa pot dapat dipergunakan sebagai media tanaman adalah wadah ice cream yang telah dihias.

4) Penyebaran Informasi (*informing*).

Penyebarluasan informasi merupakan bagian dari tujuan strategi komunikasi kepada masyarakat yang telah menjadi sasaran. Informasi yang akan disebarkan diupayakan informasi yang spesifik maupun aktual.

5) Mendukung pembuat keputusan (*supporting decision making*).

Informasi utama yang dibuat oleh pengambil keputusan melalui langkah-langkah, yaitu dalam rangka membuat sebuah keputusan, informasi yang telah terkumpul akan dikategorikan, kemudian dianalisis sedemikian rupa.

d. Pelayanan Prima (*Service of Excellent*).

Pelayanan prima (*service of excellent*) merupakan bentuk usaha terbaik yang dijalankan oleh lembaga atau organisasi dalam memberikan pelayanan yang unggul dan dimaksudkan agar memberikan pengalaman yang mengesankan, berbeda, serta memuaskan bagi publik sarasannya. Menurut Ritonga (2020:176) dalam buku berjudul Pelayanan Prima, menjelaskan pengertian dari pelayanan prima (*service of excellent*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas dan mengutamakan kepuasan serta harapan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang cepat, tepat, ramah dan profesional. Terdapat dua elemen penting dalam pelayanan prima yang saling berhubungan yaitu pelayanan dan kualitas.

Pelayanan prima (*service of excellent*) didasari pada prinsip bahwa “pelayanan merupakan sarana pemberdayaan”. Lingkungan sektor publik seperti lembaga pemerintahan, menyediakan pelayanan prima intinya agar

dapat memenuhi kebutuhan publik secara efektif dan optimal, serta terus berinovasi demi melampaui ekspektasi atau harapan yang dimiliki publik. Implementasi pelayanan prima yang unggul secara konsisten dan berkelanjutan akan membawa nama baik lembaga sehingga dapat membantu membentuk citra positif (*good image*) bagi lembaga atau organisasi, serta dapat meningkatkan tingkat kepercayaan publik (*public trust*) terhadap kinerja dan integritas lembaga.

Pelayanan prima merupakan suatu representatif paradigma layanan unggulan dari praktik manajemen modern, yang menitikberatkan pada kepedulian terhadap pelanggan sebagai inti dari orientasi strategis lembaga dalam memberikan pelayanan terbaiknya. Menurut Ritonga (2020:177) setidaknya ada tiga aspek utama yang mendasari pelayanan prima, yaitu; memberikan layanan dengan tindakan terbaik, menunjukkan empati atau rasa peduli serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan menciptakan kepuasan pelanggan berdasarkan standar kualitas layanan yang telah ditetapkan. Keberhasilan dari implementasi pelayanan prima sangat dipengaruhi oleh sejauh mana prinsip – prinsip dasar dari konsep pelayanan prima dapat diselaraskan dan diterapkan secara konsisten. Konsep dasar pelayanan prima (*service of excellent*), yaitu:

1) Kemampuan (*Ability*).

Kemampuan yang mencakup kemampuan kerja pada bidang yang ditekuni, yang dibutuhkan guna mendukung program *excellent of service*. Contoh: melaksanakan komunikasi yang efektif,

mengembangkan motivasi dan memakai humas sehingga alat yang dapat membina hubungan baik ke dalam maupun ke *luar organisasi/perusahaan*.

2) *Sikap (Attitude)*.

Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan.

3) *Penampilan (Appearance)*.

Penampilan baik secara fisik maupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan.

4) *Perhatian (Attention)*,

Adanya kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya.

5) *Tindakan (Action)*.

Suatu kegiatan nyata yang dilaksanakan dalam melayani pelanggan.

6) *Tanggung jawab (Accountability)*.

Suatu sikap keberpihakan yang merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan guna meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

Public relations (PR) adalah komunikasi terencana antara organisasi dan khalayaknya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pelayanan prima, PR dapat berperan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Pelayanan prima yang dilakukan oleh *public relations (PR)* dapat dilakukan dengan beberapa cara, di antaranya:

- 1) *Attitude*: Sikap yang baik saat menghadapi dan melayani pelanggan.
- 2) *Attention*: Kepedulian terhadap kebutuhan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.
- 3) *Action*: Pelayanan yang cepat dan tepat.

Pelayanan prima (*service excellent*) adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik internal maupun eksternal. Pelayanan prima bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta memberikan sesuatu yang melebihi harapan mereka sehingga akan berdampak pada peningkatan citra positif lembaga di mata publik.

e. Citra.

Suatu organisasi dan lembaga pemerintahan seperti DISPUSIPDA Jawa Barat dituntut untuk mampu menjadikan publik memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra dari institusi tersebut. Praktisi PR menganggap penting sekali memelihara hubungan baik dengan publiknya. Maka dari itu praktisi PR suatu lembaga atau instansi akan sangat memahami perlunya memberikan perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi lembaga tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan yang negatif dari publik.

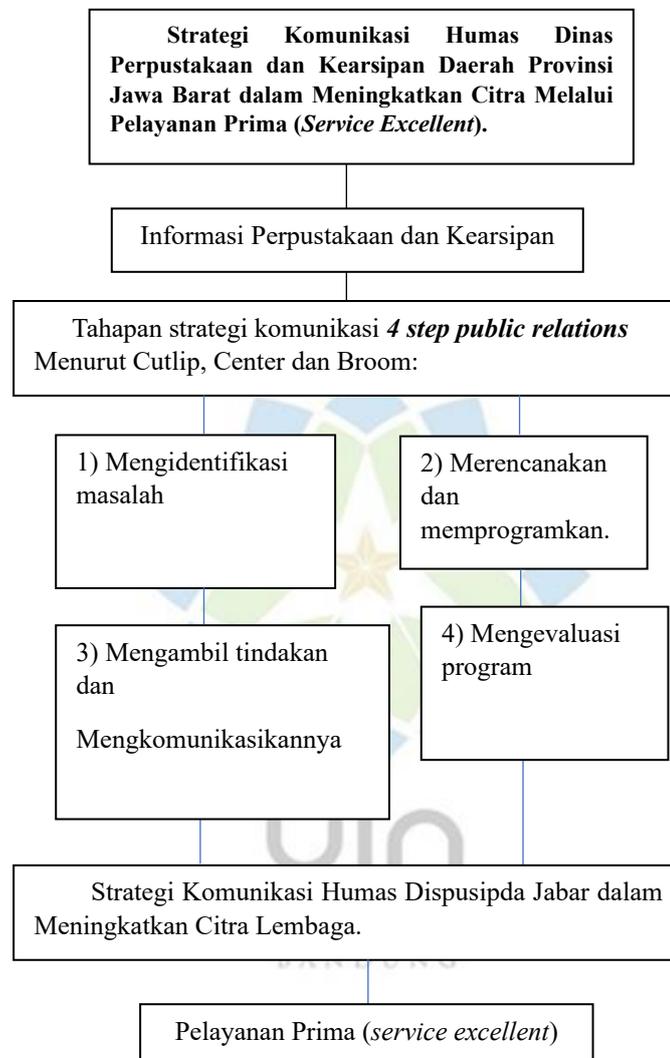
Citra merupakan salah satu aspek penting yang menentukan bagaimana sebuah organisasi dipersepsikan oleh publiknya. Citra yang baik akan mendukung kepercayaan dan loyalitas publik, sedangkan citra yang buruk dapat menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi.

Pengertian citra menurut pendapat Argenti (2010:60), Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi. Citra adalah organisasi sebagaimana terlihat dari sudut pandang konstituennya. Sebuah organisasi dapat memiliki banyak citra yang berbeda. Untuk mengerti identitas dan citra sama dengan mengetahui seperti apa organisasi itu sebenarnya dan kemana tujuannya. Citra dalam definisi yang lain juga dikemukakan oleh Ardianto (2011: 62), ia menyebutkan citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Kajian *public relations* menempatkan citra bukan hanya sebagai konsep umum, melainkan sebagai berbagai bentuk yang muncul dari persepsi publik terhadap organisasi. Pemahaman mengenai ragam citra tersebut penting agar lembaga mampu membangun serta mempertahankan reputasi yang positif. Ada banyak pendapat mengenai jenis-jenis citra (*image*). Menurut Jefkins (2004: 20), ada beberapa jenis citra yang dipelajari dalam kegiatan pencitraan yaitu;

- 1) Citra bayangan (*the mirror image*);
- 2) Citra yang berlaku (*the current image*);
- 3) Citra yang diharapkan (*the wish image*);
- 4) Citra perusahaan (*corporate image*);
- 5) Citra majemuk (*the multiple image*); dan
- 6) Citra yang baik dan buruk (*the good and bad image*).

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, maka bentuk kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil Olahan Peneliti.

F. Langkah – Langkah Penelitian.

1. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat yang berlokasi di Jl. Kawalayaan Indah II No. 4 Soekarno Hatta Bandung Kelurahan Jatisari, Kecamatan Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286. Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan menjadi objek yang menarik untuk diteliti.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.

Penelitian ini menggunakan model paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivistik merupakan paradigma yang menjelaskan tentang kebenaran suatu realitas sosial yang dapat dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial yang ada dilingkungan masyarakat, dan kebenaran realitas sosial tersebut bersifat relatif. Model paradigma ini merupakan kritik terhadap model paradigma positivistik.

Model konstruktivis mengandaikan bahwa setiap individu mempengaruhi lingkungan sosial. Individu manusia dalam proses sosial, diyakini telah menciptakan realitas sosialnya sendiri. Realitas dianggap lebih bebas dan lebih bermakna jika maknanya dikonstruksi secara subjektif oleh individu lain. Realitas sosial masih dapat dirasakan dan digunakan secara objektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, untuk menggali data tentang Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. Data yang dikumpulkan akan diklasifikasikan dan ditafsirkan secara aplikatif isinya untuk keperluan survei ini.

Menurut Sugiyono (2010: 10), didalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, menjelaskan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk melaporkan dan menyelidiki suatu kondisi objek yang dianggap alamiah. Peneliti merupakan instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif akan lebih menekankan pada proses komunikasi informal.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan fakta lapangan dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan, untuk mengetahui seperti apa Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan.

3. Metode Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Suatu penyelidikan semata-mata bertujuan untuk menjelaskan dan memberikan wawasan berdasarkan fakta dan data yang dikumpulkan dan dianalisis secara

keseluruhan untuk tujuan memperoleh atau menggeneralisasikan hasil atau kesimpulan yang berlaku umum.

Peneliti menggunakan pendekatan analisis deskriptif karena penelitian ini akan menjelaskan, mendeskripsikan dan memberikan gambaran secara umum mengenai proses dan strategi komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam pelaksanaan pelayanan prima untuk melihat bagaimana strategi, pengelolaan, proses, manfaat, hingga langkah yang tepat dalam mengatasi hambatan yang mungkin akan datang. Mengetahui bagaimana peran praktisi PR dalam menjalankan Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan.

4. Jenis Data dan Sumber Data.

a) Jenis Data.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber/informan.

Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu :

- a. Data mengenai bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses menentukan masalah (*defining the problem*) pada pelaksanaan pelayanan prima terhadap pengunjung perpustakaan.

- b. Data mengenai bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses perencanaan dan pemograman (*planning and programming*) pada pelaksanaan pelayanan prima terhadap pengunjung perpustakaan.
- c. Data mengenai bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses mengambil tindakan dan komunikasi (*taking actions and communicating*) pada pelaksanaan pelayanan prima terhadap pengunjung perpustakaan.
- d. Data mengenai bagaimana kegiatan humas Dispusipda Jabar dalam proses evaluasi program (*evaluating*) pada pelaksanaan pelayanan prima terhadap pengunjung perpustakaan.

b) Sumber Data.

1) Sumber Data Primer.

Sumber data primer adalah informasi utama dari mana data dihasilkan. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber dasar atau sumber aslinya. Sumber data terpenting dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang (Kabid), para staf atau anggota yang bertugas melakukan kegiatan kehumasan, para staf yang melakukan pelayanan langsung kepada pengunjung, para staf yang mengelola *media social*, praktisi *public relations* di Dispusipda Jabar.

2) Sumber Data Sekunder.

Data sekunder merupakan data pendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur, referensi dan data penunjang, yaitu seperti buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang relevan dengan penelitian ini. Sumber data sekunder dalam penelitian ini juga diperoleh dari akun media sosial aktif Dispusipda Jabar seperti *Instagram @dispusipdajabar*, *twitter/X @DispusipdaJabar*, serta situs web resmi aktif <https://dispusipda.jabarprov.go.id/> yang dikelola oleh humas Dispusipda Jabar sebagai data penunjang.

5. Teknik Pemilihan Informan.

Dalam proses mengidentifikasi informan dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi hingga tiga orang dengan pertimbangan tertentu. Persyaratan yang digunakan sebagai informan dalam penelitian ini adalah:

- a) Kepala bagian, Staf atau bagian humas Dispusipda Jabar.
- b) Staf minimal sudah bekerja dalam kurun waktu dua tahun dan melakukan kegiatan kehumasan di Dispusipda Jabar.
- c) Staf yang bekerja dengan melakukan pelayanan atau berhubungan langsung dengan pengunjung perpustakaan.
- d) Pernah bekerja sebagai admin atau pengelolaan media sosial *Instagram @dispusipdajabar*, *twitter/X @DispusipdaJabar*, situs web resmi <https://dispusipda.jabarprov.go.id/> yang dikelola oleh humas Dispusipda Jabar.

6. Teknik Pengumpulan Data.

a) Wawancara Mendalam.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Menurut Ardianto (2010: 175), “Wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) adalah metode pengumpulan data atau informasi dengan cara bertemu langsung dengan informan untuk memperoleh data yang lengkap, terperinci dan mendalam”.

Pertama, peneliti sendiri menggunakan daftar pertanyaan yang dihasilkan sebagai panduan wawancara terstruktur. Kedua, wawancara tidak terstruktur, ini adalah daftar pertanyaan tidak resmi dari pertanyaan yang ada menggunakan pertanyaan spontan.

b) Observasi Partisipatif Pasif.

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan secara sistematis tentang hal-hal atau fenomena. Pengamatan atau observasi dapat dilakukan secara non partisipatif. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif, yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan guna memperoleh informasi berupa data dan fakta tetapi tidak terjun langsung melakukan pelayanan terhadap pengunjung di perpustakaan serta tidak terlibat dalam pengelolaan media sosial Dispusipda Jabar.

Metode observasi partisipasi pasif dipilih karena dengan mengamati obyek penelitian, peneliti bisa melihat lebih mendalam tentang pengelolaan media sosial yang baik dari pihak informan atau humas yang

menjadi bagian dari sumber data di lapangan. Observasi ini dilakukan dengan menganalisis strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan.

c) Dokumentasi.

Dokumentasi berkontribusi dalam menunjang data – data yang telah ditemukan serta memperoleh informasi penelitian yang lebih lengkap dan sistematis. Sugiyono (2017:240) mengemukakan bahwa metode dokumentasi memiliki fungsi sebagai pelengkap terhadap teknik pengumpulan data seperti observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung perpustakaan. ini juga membutuhkan data dokumentasi untuk memperkuat keabsahan data melalui bukti tertulis, foto, atau arsip yang relevan dengan fokus penelitian.

7. Teknik Analisis Data.

Analisis data merupakan proses sistematis mengumpulkan data dan memodifikasi data yang diperoleh selama wawancara atau secara langsung di lapangan untuk membuat informasi lebih mudah dipahami dan dikomunikasikan dengan jelas kepada publik.

Menurut Sugiyono (2011: 7), dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D menjelaskan bahwa, Analisis data adalah proses sistematis untuk meneliti dan mengumpulkan data dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lain yang dapat anda pahami dan sampaikan dengan mudah. Analisis data dilakukan dengan cara mengkonstruksi data, membaginya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, mengorganisasikannya menurut suatu pola, memilih item dan item penting untuk dipelajari, dan menarik kesimpulan.

Peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada praktisi humas Dispusipda Jabar yang dituangkan kedalam sebuah tulisan. Hasil wawancara mendalam dengan Humas ini, dijabarkan oleh peneliti kemudian digambarkan kemudian ditafsirkan berdasarkan hasil analisis peneliti.

a) Reduksi Data.

Reduksi data adalah proses pengorganisasian data dengan memilih, mengklasifikasikan, mengorientasikan data, menghilangkan data yang tidak perlu, menarik kesimpulan dan memvalidasinya. Minimisasi data dilakukan dengan membuat ringkasan data, menggabungkan dan memfokuskan hasil data pada pertanyaan penelitian penting.

Data yang didapatkan dari hasil wawancara dan obeservasi yang dilakukan dilapangan dengan praktisi *public relations* disana, mengenai strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada

pengunjung perpustakaan, data tersebut kemudian direduksi dengan pemilihan dan klasifikasi informasi yang relevan dengan apa yang telah dibahas dan dipelajari. Setelah itu, materi-materi yang terkait dengan empat langkah strategi humas untuk kegiatan humas terkait diklasifikasikan dan dijadikan bahan penelitian.

b) Penyajian Data.

Penyajian data dilakukan dengan menyusun dan mengolah sekumpulan informasi yang telah melalui tahapan reduksi data tentang strategi komunikasi humas Dispusipda Jabar dalam pelaksanaan pelayanan prima (*service excellent*) kepada pengunjung sebagai upaya meningkatkan citra lembaga. Penyajian data dilakukan terhadap semua data yang ditemukan di lapangan berupa observasi, wawancara dan dokumen, kemudian dianalisis berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya dan data serta fakta yang ditemukan di lapangan akan disajikan secara masuk akal.

Penyajian data kemudian akan memunculkan deskripsi tentang penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Dispusipda Jabar dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Pelayanan Prima (*Service Excellent*) kepada pengunjung perpustakaan sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan.

8. Rencana Jadwal Penelitian.

No	Daftar Kegiatan	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025	Agust 2025
1	Tahapan Pertama: Observasi dan Pengumpulan Data										
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian										
	Penyusunan Proposal Penelitian										
	Bimbingan Proposal Penelitian										
	Revisi Proposal Penelitian										
2	Tahap Kedua: Usulan Penelitian										
	Sidang Usulan Penelitian										
	Revisi Usulan Penelitian										
3	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi										
	Pelaksanaan Penelitian										
	Analisis dan Pengelohan Data										
	Penulisan Laporan										
	Bimbingan Skripsi										
4	Tahap Keempat: Sidang Skripsi										
	Bimbingan Akhir Skripsi										
	Sidang Skripsi										
	Revisi Skripsi										

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penelitian.
Sumber: Hasil Olahan Peneliti.