

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra dari sebuah lembaga yang memberikan layanan publik muncul dari bagaimana masyarakat melihatnya. Citra merupakan pandangan yang muncul dalam pikiran orang-orang tentang seseorang, organisasi, atau lembaga tertentu. Citra itu bukan sesuatu yang tetap melainkan bersifat berubah dan dapat beradaptasi dengan pengalaman serta komunikasi yang diterima oleh masyarakat.

Citra dapat terbentuk oleh pengalaman pribadi, pemberitaan di media, serta cerita yang berkembang di masyarakat. Apabila masyarakat memiliki pengalaman yang baik dengan layanan tertentu, hal itu bisa menjadi kekuatan simbolik yang menambah legitimasi dan reputasi lembaga tersebut di mata orang banyak. Upaya untuk membangun citra bukan hanya tambahan, tetapi telah menjadi bagian penting dalam merancang komunikasi yang baik.

Samsat atau singkatan dari Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap, merupakan lembaga layanan publik yang bertugas mengelola pajak kendaraan bermotor, menerbitkan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) dan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), serta menghimpun Sumbangan Wajib Dana Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Lembaga ini bergerak di berbagai sektor, seperti Dinas Pendapatan Daerah, Kepolisian, dan PT Jasa Raharja. Samsat dalam menjalankan tugasnya, kerap kali menghadapi berbagai kendala terkait layanan administrasi, yang dapat menimbulkan antrean panjang, pengaduan, dan persepsi negatif.

Upaya memperbaiki situasi ini, sejumlah strategi komunikasi dan pelayanan telah dirancang, termasuk pelaksanaan layanan Samsat Keliling. Ide ini tidak hanya fokus pada pemerataan pelayanan, tetapi juga mencerminkan pelaksanaan prinsip-prinsip *Public Relations* (PR). PR dalam konteks pelayanan publik, berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat untuk membangun kepercayaan serta citra yang baik melalui metode yang strategis dan fleksibel.

Proses membangun citra atau *image building* adalah usaha yang dilakukan dengan perencanaan dan konsistensi untuk membangun pandangan positif masyarakat terhadap sebuah lembaga.. Pembangunan citra dalam konteks hubungan masyarakat, melibatkan berbagai tindakan komunikasi yang strategis, pelayanan yang stabil, dan pengelolaan pandangan publik lewat media massa, sosial, serta interaksi secara langsung.

Kegiatan PR dalam membangun citra tidak hanya melibatkan penyampaian informasi, namun juga menciptakan cerita, mengelola interaksi dengan para pemangku kepentingan, serta mengadakan komunikasi yang bersifat timbal balik.

PR Saat ini tidak hanya sekadar tambahan dalam komunikasi sebuah institusi, tetapi telah menjadi elemen penting dalam proses pengambilan keputusan strategis lembaga. PR dalam konteks pelayanan publik, memiliki peranan yang sangat krusial dalam meningkatkan legitimasi, menciptakan kepercayaan, dan menangani krisis. Aktivitas pelayanan yang dilakukan di lapangan juga harus dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi PR yang sistematis dan terencana.

Samsat sebagai bagian dari layanan publik, memainkan peranan penting dalam mengelola keuangan negara melalui pendapatan dari pajak kendaraan.

Kinerja lembaga ini sangat berimplikasi pada tingkat kepatuhan pajak, dan sekaligus menjadi ukuran sejauh mana kehadiran negara dirasakan di masyarakat. Berdasarkan analisis, masyarakat masih sering melihat Samsat sebagai sebuah birokrasi yang rumit, dengan waktu tunggu yang lama dan pelayanan yang tidak begitu ramah.

Wilayah Rancaekek, layanan Samsat Keliling telah menjadi salah satu cara aktif untuk membangun citra Samsat Rancaekek. Layanan ini fokus pada memberikan layanan langsung kepada warga di berbagai tempat penting seperti pasar, kantor desa, dan ruang publik lainnya. Melalui pemberian layanan kepada masyarakat, Samsat Rancaekek berusaha menciptakan pandangan baru yang lebih positif, modern, dan inklusif.

Tagline "Bayar Pajak Kendaraan Kini Lebih Dekat Dengan Anda" yang diusung dalam layanan Samsat Keliling bukan sekedar semboyan, tetapi juga bagian dari usaha untuk membangun citra yang terencana. Pesan ini memiliki arti simbolis bahwa Samsat Rancaekek berusaha untuk mendekatkan diri kepada masyarakat, mempermudah proses membayar pajak, serta menegaskan komitmen terhadap pelayanan yang sesuai.

Samsat Keliling merupakan sebuah unit yang memberikan layanan perpajakan kendaraan secara langsung di lokasi masyarakat. Tujuan dari layanan ini adalah untuk memperluas akses layanan, terutama di area yang jauh dari kantor Samsat induk. Menurut laporan dari Bapenda Jabar dalam *website* <https://bapenda.jabarprov.go.id/>, kualitas layanan Samsat Keliling mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2022 hingga 2023 di wilayah Bandung

Timur, termasuk Rancaekek, yang menunjukkan bahwa masyarakat menyambut baik pendekatan strategi yang dilakukan Samsat Rancaekek.

Strategi dalam hal ini dapat dilihat sebagai serangkaian langkah yang terencana dan teratur digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dalam konteks pelayanan publik, berfungsi sebagai panduan yang memastikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan tetap sesuai dengan tujuan besar lembaga. Strategi komunikasi dalam Samsat Keliling lebih dari sekadar kegiatan teknis biasa, melainkan bagian dari strategi terstruktur guna menciptakan citra lembaga yang lebih kuat dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Perencanaan strategis menjadi fondasi dari setiap kegiatan pembangunan citra yang dilakukan oleh lembaga publik. Aspek perencanaan strategis yang dilakukan Samsat Rancaekek dapat dilihat dari pemilihan lokasi untuk pelayanan Samsat Keliling yang memperhatikan kepadatan penduduk, mobilitas masyarakat, serta tingkat kesadaran pajak di area tersebut. Keputusan yang diambil bukanlah hasil dari kebetulan, tetapi melalui sebuah perencanaan yang mengedepankan kualitas dan kelancaran dalam komunikasi layanan.

Pelaksanaan layanan Samsat Keliling merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas layanan publik, yang bertujuan untuk mendekatkan layanan administrasi kendaraan kepada masyarakat. Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat memberikan informasi resmi bahwa layanan ini dibuat agar masyarakat lebih mudah memenuhi kewajiban pajak kendaraan tanpa perlu datang ke kantor Samsat Induk. Kehadiran Samsat Keliling di berbagai lokasi layanan dianggap memudahkan akses, menghemat waktu, dan memberikan kenyamanan bagi

masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap layanan yang dihadirkan secara langsung, sehingga secara tidak langsung menciptakan kesan bahwa lembaga yang menyelenggarakan layanan peduli terhadap kebutuhan dan keterbatasan masyarakat.

Proses menciptakan citra untuk organisasi publik terdiri dari tiga langkah utama: penetapan harapan, pengalaman pelayanan, dan penyebaran pandangan. Langkah awal, masyarakat mulai membangun harapan terhadap pelayanan dengan mengandalkan informasi awal seperti slogan atau pengalaman orang lain. Langkah berikutnya melibatkan interaksi langsung dengan layanan keliling, yang akan baik menguatkan maupun merobohkan harapan tersebut. Langkah terakhir adalah penyebaran pandangan melalui cerita, media sosial, atau testimoni yang pada akhirnya memengaruhi citra lembaga secara lebih luas. Berdasarkan Langkah tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap interaksi antara Samsat Rancaekek dan masyarakat dalam layanan Samsat Keliling menjadi salah satu area penting dalam proses pembentukan citra.

Kesan positif dari pelayanan Samsat Rancaekek dapat dilihat dari informasi yang disebarkan melalui saluran komunikasi resmi dan berita lokal. Unggahan di media sosial resmi Samsat serta Bapenda Kabupaten Bandung menunjukkan dokumentasi dari kegiatan Samsat Keliling di Rancaekek, dengan tanggapan positif dari masyarakat, seperti antusiasme dan partisipasi warga dalam menggunakan layanan tersebut. Dokumentasi visual dan narasi yang disajikan menunjukkan interaksi yang baik antara petugas dan masyarakat serta kelancaran dalam pelayanan di lapangan. Pemberitaan ini mencerminkan adanya pandangan yang

baik terhadap kinerja Samsat Rancaekek sebagai lembaga pelayanan publik yang berusaha hadir di tengah masyarakat.

Penelitian ini dianggap penting karena masih terdapat perbedaan antara cara komunikasi publik yang digunakan dan hasil yang diterima oleh masyarakat. Berdasarkan data dari Bapenda Jabar melalui *website* <https://bapenda.jabarprov.go.id/>, menunjukkan bahwa ada peningkatan tingkat kepuasan terhadap layanan Samsat di kawasan Bandung Timur, yaitu sebesar 18% dalam dua tahun terakhir, bersamaan dengan berkembangnya layanan Samsat Keliling. Masih sedikit penelitian yang mendalami secara kualitatif mengenai bagaimana citra ini terbentuk dari perspektif masyarakat dan strategi PR yang diterapkan. Harapannya bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara komunikasi, sudut pandang, dan metode yang digunakan oleh lembaga untuk menciptakan kepercayaan publik yang tahan lama.

Keberhasilan dari komunikasi yang diterapkan tidak lepas dari penggunaan strategi membangun citra yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dengan layanan Samsat Keliling. Strategi ini memiliki tujuan yaitu untuk menarik minat masyarakat, menciptakan ketertarikan terhadap layanan, serta mendorong masyarakat untuk ikut serta secara aktif dalam membayar pajak kendaraan bermotor di lokasi-lokasi layanan yang tersedia. Kegiatan ini merupakan salah satu langkah Samsat Rancaekek untuk membangun citra sebagai lembaga pelayanan publik yang responsif, dekat dengan warga, dan aktif dalam memberikan kemudahan dalam layanan.

Fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya penting untuk mengungkap dan menganalisis secara ilmiah strategi pembentukan citra yang diterapkan melalui kegiatan pelayanan dalam layanan Samsat Keliling oleh Samsat Rancaekek. Strategi ini merupakan inovasi dalam praktik pelayanan publik yang mengintegrasikan fungsi kehumasan dengan pendekatan langsung kepada masyarakat. Upaya ini tidak hanya fokus pada penyampaian informasi administratif, melainkan juga pada penciptaan pengalaman pelayanan yang membangun kesadaran, partisipasi aktif, dan pandangan positif terhadap institusi.

Penelitian ini mengangkat judul “Strategi *Image Building* Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling“. Penelitian ini dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penerapan metode ini adalah untuk mempelajari secara menyeluruh fenomena komunikasi strategis yang digunakan oleh Samsat Rancaekek dalam menciptakan citra lembaga melalui layanan Samsat Keliling. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami makna dan pengalaman secara langsung dari berbagai pihak yang terlibat dalam layanan serta perspektif masyarakat tentang citra lembaga.

Penelitian ini menerapkan model Manajemen Citra Organisasi yang diajukan oleh Russell Abratt sebagai dasar analisis, karena model ini menyediakan kerangka yang teratur untuk memahami bagaimana citra dibangun melalui langkah-langkah yang sistematis dan berkelanjutan. Istilah strategi dalam judul penelitian ini merujuk pada arah dan metode yang diambil oleh lembaga dalam membentuk citra di mata publik lewat suatu layanan pelayanan. Strategi dipahami sebagai pilihan tindakan dan langkah-langkah yang disusun untuk mencapai tujuan

pencitraan dalam jangka panjang. Analisis terhadap strategi tersebut, dibutuhkan kerangka yang dapat menjelaskan perencanaan, pengelolaan, dan penerapan langkah-langkah pencitraan secara teratur. Model manajemen citra organisasi dipakai sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi bagaimana strategi pembentukan citra disusun, disampaikan, dan dilaksanakan dalam praktik pelayanan. Pendekatan ini membuat penelitian melihat strategi tidak hanya sebagai konsep perencanaan, tetapi juga sebagai proses manajerial yang terstruktur dan berkelanjutan dalam konteks lembaga publik.

Paradigma yang diambil dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Melalui paradigma ini, penelitian melihat bagaimana realitas sosial mengenai citra Samsat tidak semata-mata tunggal dan objektif, tapi dibentuk lewat interaksi sosial dan konstruksi makna oleh kedua belah pihak, yaitu masyarakat dan petugas layanan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan informasi yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pendekatan kegiatan Pembentukan Citra dalam layanan Samsat Keliling yang diadakan oleh Samsat Rancaekek. Pertanyaan penelitian berikut muncul berdasarkan fokus penelitian:

- 1) Bagaimana strategi *Corporate Personality* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling?
- 2) Bagaimana strategi *Corporate Identity* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling?

- 3) Bagaimana strategi *Corporate Image* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan diatas, penelitian ini menghasilkan analisis dan pemahaman mendalam terkait strategi *image building* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Mengetahui strategi *Corporate Personality* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling
- 2) Mengetahui strategi *Corporate Identity* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling
- 3) Mengetahui strategi *Corporate Image* yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek dalam layanan Samsat Keliling

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang didapat baik secara langsung maupun tidak langsung pada penelitian ini berkaitan dengan *image building*. Penelitian ini memiliki kegunaan baik secara akademis dan kegunaan secara praktis berdasar pada model Komunikasi Proses Manajemen Citra Organisasi Menurut Russell Abratt (1989). Kegunaan penelitian ini meliputi:

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi akademik dengan menyajikan pemahaman empiris mengenai bagaimana citra lembaga publik terbentuk melalui layanan layanan yang langsung dihadirkan untuk masyarakat. Fokus utama dari

penelitian ini yaitu penerapan model Proses Manajemen Citra Organisasi dalam konteks layanan publik, di mana model ini sebelumnya lebih banyak digunakan dalam studi mengenai organisasi bisnis atau perusahaan. Penelitian ini juga menambah wawasan ilmu komunikasi dengan memperlihatkan peran interaksi, pengalaman dalam pelayanan, dan pandangan pemangku kepentingan dalam membangun citra lembaga secara positif. Melalui menggunakan pendekatan kualitatif, kajian ini menawarkan perspektif baru yang menjadikan pengalaman masyarakat sebagai sumber utama dalam proses pembentukan citra, sehingga dapat menjadi referensi baik secara konseptual maupun metodologis untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan public relations dan komunikasi di sektor publik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan keuntungan nyata untuk seluruh pihak yang terlibat dalam layanan publik, khususnya bagi Samsat Rancaekek dan instansi lain yang menerapkan strategi komunikasi berbasis lapangan. Temuan dari penelitian ini bisa berfungsi sebagai alat evaluasi dan pengembangan kebijakan strategis dalam merencanakan layanan layanan yang tidak hanya unggul dalam administrasi, tetapi juga optimal dalam menciptakan citra positif institusi di mata masyarakat.

Bagi Samsat Rancaekek, temuan dari kajian ini dapat digunakan sebagai pedoman dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih relevan dan sesuai dengan keinginan masyarakat, dengan memanfaatkan kemampuan dari layanan Samsat Keliling sebagai media untuk presentasi dan pendekatan yang lebih manusiawi kepada masyarakat. Temuan ini juga berfungsi sebagai landasan untuk

menetapkan prioritas pesan, media komunikasi, dan pola interaksi yang lebih optimal dalam mendukung tujuan lembaga.

Untuk petugas layanan di lapangan, penelitian ini bisa berfungsi sebagai panduan untuk memahami pentingnya interaksi interpersonal dan komunikasi tatap muka dalam membentuk pandangan masyarakat, sehingga layanan tidak hanya terfokus pada pemenuhan prosedur, tetapi juga pada penciptaan pengalaman yang positif dan berarti bagi pengguna layanan.

Hasil penelitian dalam konteks yang lebih luas, dapat dimanfaatkan oleh lembaga pemerintahan lainnya, seperti dinas pendapatan daerah, kepolisian, dan instansi layanan publik lain, sebagai contoh penerapan strategi pembentukan citra yang relevan dengan tuntutan masyarakat modern. Layanan Samsat Keliling bisa menjadi model untuk replikasi dalam konteks layanan respon dan komunikasi publik yang lebih bersentuhan langsung dengan masyarakat.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini membahas mengenai aktivitas *image building* yang dilakukan pada layanan Samsat Keliling di Samsat Rancaekek. Tujuan dari *image building* yaitu untuk menciptakan pandangan yang baik tentang lembaga di pikiran Masyarakat, melalui komunikasi yang strategis dan pelayanan yang selalu konsisten. Salah satu model yang dapat menjelaskan aktifitas *image building* yaitu model Komunikasi Proses Manajemen Citra Organisasi Menurut Russell Abratt pada tahun 1989.

Model manajemen citra organisasi dipakai sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi bagaimana strategi pembentukan citra disusun, disampaikan, dan dilaksanakan dalam praktik pelayanan. Pendekatan ini membuat penelitian melihat strategi tidak hanya sebagai konsep perencanaan, tetapi juga sebagai proses manajerial yang terstruktur dan berkelanjutan dalam konteks lembaga publik.

Model ini membahas tiga komponen: 1) *Corporate Personality*, (2) *Corporate Identity*, (3) *Corporate Image*. Ketiga komponen ini berinteraksi satu sama lain dalam siklus yang berlangsung selama penelitian.

1) *Corporate Personality*

Karakter perusahaan menjadi fondasi utama dalam pengembangan citra institusi, karena mencerminkan nilai, kepercayaan, dan prinsip yang dipegang oleh organisasi selama menjalankan kegiatan. Karakter ini mencakup filosofi perusahaan, nilai-nilai inti, dan budaya kerja yang bersama-sama menciptakan identitas dasar organisasi. Unsur-unsur ini berkontribusi dalam mengarahkan manajemen strategis, misi institusi, serta sasaran layanan yang ingin diraih melalui berbagai layanan pelayanan, termasuk layanan Samsat Keliling. Tahapan merencanakan strategi, menyusun langkah, hingga penerapan kebijakan pada kegiatan Samsat Keliling menjadi bagian dari pengembangan karakter institusi yang dialami langsung oleh masyarakat di lapangan. Pengalaman masyarakat saat berinteraksi dengan petugas dan system pelayanan Samsat Keliling membentuk pemaknaan terhadap karakter Lembaga secara keseluruhan. Karakter yang kuat akan terlihat melalui kesesuaian antara nilai yang dianut dan tindakan nyata organisasi dalam memberikan layanan yang ramah, tertib, dan responsif. Ciri ini

menjadikan karakter perusahaan sebagai dasar utama dalam pengelolaan citra Samsat Rancaekek, karena melalui layanan Samsat Keliling identitas dan arah strategi lembaga terbentuk sebelum diperkenalkan kepada masyarakat.

2) *Corporate Identity*

Identitas suatu perusahaan merupakan representasi nyata dari karakter institusi, yang terlihat melalui cara struktur, sistem, dan cara komunikasi yang diterapkan. Identitas dalam konteks Samsat Rancaekek berfungsi sebagai cara operasional untuk nilai-nilai dan filosofi yang telah ditentukan pada tahap pembentukan karakter organisasi. Unsur-unsur dalam identitas institusi meliputi tujuan komunikasi, rencana strategis untuk komunikasi, atau *game plan*, serta pengembangan sistem yang membantu menyampaikan pesan yang diinginkan kepada masyarakat. Identitas institusi tidak hanya mencerminkan bagaimana Samsat Rancaekek ingin dilihat, tetapi juga menunjukkan bagaimana lembaga mengelola komunikasi dengan lingkungan sekitarnya. Proses ini mencakup perencanaan komunikasi, manajemen pesan, dan konsistensi dalam penyampaian informasi kepada publik selama pelaksanaan Samsat Keliling. Pola tersebut menjadikan identitas kelembagaan Samsat Rancaekek terlihat secara nyata dan dialami langsung oleh Masyarakat melalui interaksi pelayanan keliling yang berlangsung.

3) *Corporate Image*

Citra lembaga terbentuk dari segala interaksi antara organisasi dan para *stakeholder*-nya. Pengalaman Masyarakat sebagai pengguna layanan Samsat Keliling di Samsat Rancaekek menjadi fondasi utama dalam membangun persepsi

di mata publik. Setiap stakeholder memiliki pengalaman yang unik, tergantung pada cara manajemen dan komunikasi yang digunakan oleh organisasi. Pengelolaan sistem pelayanan Samsat Keliling yang terhubung dan konsisten, sinergi dapat tercipta dalam proses pembentukan citra yang menyeluruh. Citra yang baik muncul ketika semua bagian dari organisasi menghasilkan pengalaman yang harmonis, sehingga meningkatkan kepercayaan dan penilaian positif dari publik terhadap Samsat Rancaekek secara keseluruhan.

Penjelasan sebelumnya telah menguraikan bahwa citra Samsat Rancaekek dapat terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu *Corporate Personality*, *Corporate Identity*, dan *Corporate Image*. *Corporate Personality* menggambarkan nilai dan karakter lembaga yang terlihat dalam perilaku, etika kerja, dan komitmen dalam melaksanakan tugas pelayanan layanan Samsat Keliling. *Corporate Identity* terlihat melalui konsistensi dalam penggunaan simbol, cara komunikasi, dan budaya kerja yang menunjukkan dengan jelas jati diri Samsat Rancaekek kepada masyarakat. *Corporate Image* lebih fokus pada pandangan yang muncul di titik interaksi antara lembaga dan pemangku kepentingan, di mana setiap kelompok seperti masyarakat umum, mitra, dan instansi lainnya mengembangkan sudut pandangnya berdasarkan pengalaman interaksi, kualitas pelayanan, dan pengelolaan layanan Samsat Keliling yang dijalankan secara konsisten.

Keberhasilan dalam mencapai keempat indikator tersebut melalui layanan Samsat Keliling berpotensi untuk memperkuat citra positif Samsat Rancaekek. Citra yang kokoh dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperbaiki pandangan mengenai profesionalisme lembaga, serta mendorong masyarakat untuk

memilih layanan Samsat Keliling sebagai opsi utama dalam mengelola administrasi kendaraan.

1.5.2 Landasan Konseptual

1) Pembentukan Citra

Image building merupakan sebuah proses yang dirancang secara strategis oleh individu, lembaga, atau organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan gambaran positif di mata masyarakat atau target audiens. *Image building* dalam konteks Samsat Rancaekek tercermin melalui upaya menghadirkan pelayanan yang mudah diakses dan responsif melalui layanan Samsat Keliling. Gambaran ini merefleksikan cara pandang publik mengenai kualitas, karakter, dan nilai dari pihak yang terkait. Kotler dan Keller (2016:274:edisi 15), citra diartikan sebagai kumpulan pemahaman, kepercayaan, dan impresi yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Makna ini mengindikasikan bahwa pembangunan citra di Samsat Rancaekek terjadi melalui pengalaman masyarakat saat mereka berinteraksi langsung dengan petugas dan sistem layanan Samsat Keliling. Dengan demikian, citra lembaga dibentuk dari perpaduan antara komunikasi pelayanan dan tindakan nyata yang dialami oleh publik.

Image building sebagai suatu proses strategis, bertujuan untuk membentuk persepsi yang dikehendaki oleh institusi melalui berbagai pendekatan komunikasi dan tindakan yang terencana. Pembangunan citra bukan hanya sekadar usaha permukaan, tetapi juga mencerminkan komitmen institusi untuk meningkatkan standar pelayanan, meningkatkan keterbukaan, serta memperkuat ikatan emosional

dengan masyarakat. Tujuan utama dari *image building* dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Membangun Kepercayaan Publik

Sasaran paling mendasar dari pembentukan citra Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling terletak pada upaya membangun dan menguatkan keyakinan masyarakat terhadap Samsat Rancaekek. Keyakinan ini diperoleh melalui keselarasan antara pesan yang disampaikan dan tindakan nyata yang dialami langsung oleh Masyarakat di Lokasi layanan Samsat Keliling. Ketika masyarakat merasakan pelayanan yang baik, keterbukaan, dan keadilan dalam layanan Samsat Keliling maka kepercayaan terhadap Samsat Rancaekek akan berkembang secara alami.

b) Meningkatkan Kredibilitas dan Reputasi Institusi

Pembangunan citra melalui pelaksanaan Samsat Keliling dapat membentuk kepercayaan publik terhadap Samsat Rancaekek. Tingkat kepercayaan yang tinggi membuat institusi lebih diandalkan dalam menyampaikan informasi atau kebijakan. Reputasi yang positif merupakan aset berharga yang dapat memberikan dampak yang berkelanjutan fungsi Samsat Rancaekek baik dari segi sosial maupun administratif.

c) Memperkuat Identitas dan Positioning Institusi

Strategi untuk membangun citra melalui Samsat Keliling membantu memperkuat identitas Samsat Rancaekek sebagai lembaga yang responsif dan dekat dengan warga. Identitas ini terlihat dari cara pelayanan, perilaku petugas, dan sistem kerja yang digunakan di lapangan. Penempatan lembaga terjadi saat masyarakat

melihat Samsat Rancaekek sebagai institusi yang proaktif menyediakan solusi layanan, bukan hanya menunggu masyarakat datang ke kantor utama.

d) Meningkatkan Loyalitas dan Partisipasi Masyarakat

Citra positif yang tercipta dari layanan Samsat Keliling mendorong masyarakat untuk terus menggunakan layanan Samsat Rancaekek. Keterlibatan masyarakat terlihat dari kemauan untuk mengikuti langkah-langkah yang ditentukan, memberikan masukan, dan memanfaatkan layanan yang ada. Loyalitas ini menjadi hal penting dalam mendukung keberhasilan layanan publik dan kelangsungan dari layanan Samsat Keliling.

e) Mempengaruhi Opini Publik Secara Positif

Pembangunan citra lewat Samsat Keliling memberikan kesempatan untuk Samsat Rancaekek dalam membangun opini masyarakat yang sesuai dengan nilai dan tujuan lembaga. Mengelola komunikasi layanan dengan baik membantu membangun pandangan positif tentang kinerja Samsat. Pendapat publik yang terus menerus terbentuk akan memperkuat citra Samsat Rancaekek sebagai lembaga publik yang profesional dan fokus pada kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tujuan dari pembangunan citra digunakan oleh suatu lembaga sebagai taktik komunikasi untuk menciptakan gambaran positif di benak publik, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong loyalitas dan keterlibatan masyarakat, sehingga terbentuk hubungan yang saling menguntungkan dan pandangan yang mendukung terhadap eksistensi dan fungsi lembaga itu.

Pembuatan citra tidak muncul secara mendadak, tetapi melalui tahapan-tahapan yang saling terhubung dan berlangsung terus-menerus. Proses ini berkaitan

dengan cara seseorang atau organisasi dikenal, dinilai, dan dipahami oleh masyarakat berdasarkan pengalaman dan informasi yang mereka terima. Mengetahui langkah-langkah dalam pembuatan citra sangat penting untuk memahami bagaimana pandangan publik terbentuk dan berubah seiring waktu. Menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2003:97), pembentukan citra diri dilakukan dalam empat tahap, yaitu:

- a) Langkah Persepsi. Persepsi yaitu perspektif yang muncul sebagai hasil dari pengamatan terhadap sekitar yang selanjutnya dihubungkan dengan makna. Dengan kata lain, seseorang akan memahami apa yang mereka lihat, dan makna tersebut dapat berasal dari respons yang dihasilkan dari pengalaman pribadi mereka sendiri. Dari persepsi yang terbentuk, proses penciptaan citra diri di individu akan berlangsung. Persepsi atau pandangan ini akan dianggap positif, asalkan informasi yang terkait telah mencukupi dalam kognisi individu.
- b) Langkah Kognisi, yang diartikan sebagai kepercayaan yang muncul di dalam diri seseorang terkait dengan stimulus. Jika stimulus tersebut menarik dan dapat memberikan informasi yang relevan pada individu, maka hal itu dapat mempengaruhi perkembangan kognitifnya.
- c) Langkah Motivasi, didefinisikan sebagai dorongan untuk bertindak bisa berasal dari keinginan untuk mengikuti pesan atau rangsangan yang disampaikan. Tentu saja, dorongan ini dipengaruhi oleh motif. Motif merupakan pendorong dalam diri seseorang yang mencerminkan keinginan untuk melakukan kegiatan tertentu demi meraih tujuan yang diinginkan.

d) Langkah Sikap adalah hasil dari cara pandang yang kemudian menyebabkan tindakan. Dalam konteks ini, sikap dipengaruhi oleh hal-hal yang disukai atau tidak disukai, serta oleh dorongan atau motivasi yang ada. Selain itu, sikap juga mempengaruhi cara seseorang menyukai, menilai, dan merespons terhadap sesuatu. Dengan kata lain, sikap memiliki elemen evaluatif yang mungkin berubah.

Selaras dengan penjelasan sebelumnya, strategi membangun citra yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek melalui inisiatif Samsat Keliling bertujuan untuk menciptakan pandangan yang baik dari masyarakat mengenai layanan publik, serta mempengaruhi keyakinan mereka tentang kemudahan dan kecepatan pelayanan yang diberikan. Layanan ini juga bertujuan untuk mendorong masyarakat agar lebih proaktif dan patuh dalam memenuhi kewajiban membayar pajak kendaraan bermotor. Melalui pendekatan yang persuasif dan layanan yang mudah diakses, diharapkan layanan ini dapat mengubah sikap dan perilaku masyarakat untuk lebih sadar dan bertanggung jawab terhadap kewajiban pajak kendaraan bermotor.

2) Humas Pemerintah

Humas pemerintahan merupakan elemen penting dalam pengelolaan pemerintahan yang bertujuan untuk menciptakan dialog antara masyarakat dan pemerintah. Tujuan dari humas pemerintah adalah untuk menyajikan informasi yang tepat, membangun citra yang baik, dan mewujudkan hubungan yang baik antara publik dan pemerintah. Ruslan (2007:341) mendefinisikan humas pemerintah sebagai kegiatan komunikasi strategis yang dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk mengatur pandangan masyarakat, meningkatkan keterlibatan

publik, dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi pemerintah. Humas pemerintah memiliki peran penting dalam menginformasikan kebijakan publik, merespon keinginan masyarakat, dan menangani krisis yang dapat memengaruhi citra pemerintah.

Tugas humas pemerintah bukan hanya untuk menyampaikan berita, tetapi juga untuk membantu masyarakat memahami dan mendukung kebijakan serta layanan yang ada. Jefkins (2003:9) memiliki pendapat yang berbeda, menekankan bahwa hubungan masyarakat pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi tetapi juga membantu orang memahami dan mendukung kebijakan yang dibuat. Untuk mencapai audiens yang lebih luas, hubungan masyarakat pemerintah harus dapat menggunakan berbagai media, baik yang tradisional maupun digital. Mereka juga harus mengelola hubungan dengan media, berkomunikasi langsung dengan masyarakat, dan mengelola masalah strategis yang penting untuk kepentingan publik. Melalui kemajuan teknologi, hubungan masyarakat pemerintah harus lebih inovatif dalam menyampaikan informasi secara cepat, efisien, dan transparan. Pandangan ini berkaitan dengan penelitian tentang strategi *Image Building* Samsat Rancaekek melalui Layanan Samsat Keliling. Layanan ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk pelayanan administratif, tetapi juga berperan sebagai media komunikasi langsung yang membantu masyarakat dalam memahami kebijakan, prosedur, dan fungsi Samsat sebagai lembaga pelayanan publik.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Samsat Rancaekek, yang berlokasi di Jl. K.H. Ahmad Syadili No. 66, Jelegong, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40394. Peneliti tertarik dalam penelitian ini karena Samsat Rancaekek memainkan peran penting dalam menyediakan layanan publik, terutama dalam pengelolaan pajak kendaraan bermotor, yang menarik perhatian peneliti. Sebagai bagian dari pemerintah yang berhubungan langsung dengan masyarakat, Samsat Rancaekek harus menciptakan citra yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat. Melalui layanan Samsat Keliling, lembaga ini berusaha menghadirkan layanan yang lebih dekat dan lebih mudah diakses oleh masyarakat. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena menunjukkan cara-cara yang dilakukan untuk membangun citra secara langsung melalui pelayanan, dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi pandangan serta sikap masyarakat terhadap lembaga pelayanan publik.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1) Paradigma

Paradigma merupakan cara seseorang melihat dan memahami fenomena yang ada di sekitar kita. Seperti yang dijelaskan oleh Ikbar (2012: 57), paradigma adalah pandangan dasar yang berkaitan dengan isu-isu yang muncul dan juga cara penelitian dalam menganalisis fakta-fakta tersebut. Berdasarkan perspektif ini, terbentuklah sebuah disiplin ilmu yang menjadi fokus utama dalam pembahasan.

Penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Menurut Mulyana (2004), konstruktivisme melihat kebenaran sebagai realitas sosial yang beragam dan menunjukkan bagaimana sesuatu dibentuk berdasarkan realitas yang ada, seperti pengalaman sosial dan interaksi dengan orang-orang yang terlibat. Konstruktivisme berpendapat bahwa realitas sosial adalah tempat tindakan manusia diberi makna.

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Jenis penelitian ini, pengetahuan tidak dilihat sebagai sesuatu yang objektif dan tunggal, tetapi terbentuk melalui hubungan antara peneliti dan peserta. Menurut Creswell (2014:260), tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menciptakan pemahaman melalui keterlibatan, di mana makna dan pengetahuan dibangun dari sudut pandang peserta yang ikut serta dalam penelitian tersebut. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena proses yang dilakukan dalam pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi menyeluruh dengan kepala dan staf subbagian humas Samsat Rancaekek selama proses pengumpulan data. Data yang dikumpulkan kemudian ditafsirkan secara tulisan untuk memenuhi standar penelitian kualitatif.

2) Pendekatan

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif merupakan suatu cara dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau menceritakan fenomena sosial atau kejadian tertentu melalui pandangan atau pengalaman dari individu atau kelompok. Menurut Sandelowski (2000:334) kualitatif deskriptif adalah metode yang dipakai untuk memberikan

penjelasan yang rinci dan tepat tentang fenomena tertentu seperti adanya, tanpa adanya manipulasi atau pengaruh dari peneliti. Pendekatan ini fokus pada penggambaran kenyataan sebagaimana yang dipahami oleh orang-orang yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, peneliti memilih untuk menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan secara mendalam untuk memahami bagaimana Samsat Rancaekek menerapkan strategi membangun citra positif melalui layanan Samsat Keliling di mata publik. Pilihan ini diambil karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara komunikasi yang digunakan, pandangan masyarakat terhadap layanan, serta dinamika yang berlangsung di lapangan. Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang fenomena yang diteliti dengan metode ini. Metode ini juga akan membantu mengembangkan teori tentang strategi pembangunan citra dalam konteks pelayanan masyarakat.

1.6.3 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Tidak dengan menggunakan simbol, bilangan, atau angka, penelitian ini menggunakan data kualitatif deskriptif yang dikumpulkan melalui wawancara dan tulisan. Data dikumpulkan dengan fokus pada informasi mengenai usaha Samsat Rancaekek untuk menciptakan citra positif melalui layanan Samsat Keliling, yang dianalisis menurut strategi membangun citra. Melalui pendekatan ini, peneliti bisa menyelidiki lebih dalam mengenai praktik komunikasi yang dilakukan dan pandangan masyarakat terhadap layanan yang ada.

2) Sumber Data

a) Sumber data Primer

Data utama penelitian ini berasal dari orang-orang yang secara langsung terlibat dalam pelaksanaan layanan Samsat Keliling di Samsat Rancaekek. Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti keterlibatan langsung, pengetahuan mendalam mengenai strategi komunikasi lembaga, serta jabatan mereka yang memungkinkan untuk memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data utama menggunakan teknik wawancara mendalam dengan petugas Samsat, pihak internal yang terlibat dalam perencanaan layanan, serta masyarakat yang menerima layanan. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika yang terjadi di lapangan, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap layanan Samsat Keliling. Dokumentasi dilakukan dengan mencatat di lapangan, mengambil foto, serta merekam audio sebagai pelengkap dan validasi data. Menurut pendapat Sugiyono (2016:137), data utama adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber awal di lokasi penelitian dan terkait langsung dengan masalah yang dianalisis. Diharapkan bahwa metode ini akan memberikan Gambaran yang jelas tentang pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Samsat Rancaekek untuk menciptakan reputasi yang baik di mata Masyarakat.

b) Sumber data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai tambahan untuk mendukung informasi primer yang telah dikumpulkan sebelumnya. Berbeda dengan data primer, yang

diperoleh langsung dari informan, data sekunder diambil dari berbagai sumber yang sudah ada. Ini dikumpulkan melalui pencarian dokumen tertulis dan digital yang relevan dengan tema penelitian.

Jenis data sekunder yang digunakan meliputi arsip kegiatan Samsat Keliling, konten media sosial resmi Samsat Rancaekek, publikasi di situs web yang relevan, artikel berita, serta dokumen terkait. Data ini sangat penting untuk memberikan konteks tambahan serta meningkatkan pemahaman peneliti mengenai strategi komunikasi yang diterapkan. Peneliti dapat menyusun analisis yang lebih komprehensif, mendalam, dan akademis dengan menggabungkan data sekunder dan primer untuk mengkaji strategi pembangunan citra yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Informan

Pemilihan informan merupakan langkah kunci dalam penelitian kualitatif sebab kualitas informasi yang dikumpulkan sangat tergantung pada sumber data yang dipilih. Informan merupakan orang-orang yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan dan pengelolaan layanan tersebut. Menurut Creswell (2017:124), jumlah informan dalam penelitian kualitatif bersifat fleksibel, biasanya antara tiga hingga lima belas orang. Jumlah tersebut tergantung pada kompleksitas fenomena yang diselidiki serta kedalaman data yang ingin diperoleh. Berdasarkan hal ini, peneliti memilih tiga informan dari pihak internal Samsat Rancaekek yang aktif dalam layanan Samsat Keliling. Adapun kriteria pemilihannya dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Pegawai atau individu yang terlibat langsung dalam merencanakan dan melaksanakan layanan Samsat Keliling.
- 2) Memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang strategi komunikasi serta pencitraan lembaga.
- 3) Dapat memberikan informasi yang relevan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai pelaksanaan layanan serta persepsi masyarakat terhadapnya.

Melalui pertimbangan kriteria ini, diharapkan data yang terkumpul bisa memberikan gambaran yang komprehensif, mendalam, dan valid tentang strategi pembangunan citra yang dijalankan oleh Samsat Rancaekek melalui pendekatan pelayanan langsung kepada masyarakat. Metode ini juga bertujuan untuk menjamin bahwa proses pengumpulan data mengikuti prinsip-prinsip penelitian kualitatif yang baik dan dapat dipercaya.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data merupakan langkah yang sangat krusial dalam suatu penelitian, karena dari proses ini informasi penting mengenai objek yang diteliti dapat diperoleh. Melalui penelitian ini, data dikumpulkan untuk menyelidiki lebih dalam bagaimana strategi membangun citra yang diterapkan oleh Samsat Rancaekek berjalan melalui layanan Samsat Keliling. Proses ini menjadi dasar utama bagi analisis dan penafsiran yang akan dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti menggunakan metode yang sesuai yaitu:

1) Wawancara Mendalam

Metode pengumpulan data yang sangat penting untuk penelitian kualitatif karena memberikan peneliti kesempatan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber yang terlibat dan memiliki pengalaman yang terkait dengan subjek penelitian. Berdasarkan pendapat Moleong (2005:185), wawancara mendalam adalah jenis interaksi langsung antara peneliti dan informan yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara bebas dan terperinci. Teknik ini dipilih karena memberikan kesempatan bagi informan untuk mengutarakan pandangan, pengalaman, serta praktik komunikasi yang mereka lakukan tanpa banyak batasan.

Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian ini karena strategi image building Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling memerlukan pemahaman mendalam mengenai praktik komunikasi, pengambilan keputusan pelayanan, serta pengalaman langsung para pelaksana dan masyarakat yang terlibat dalam interaksi layanan.

2) Observasi Partisipatori Pasif

Pengamatan dengan cara menjadi partisipatori pasif diterapkan dalam studi ini untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang pelaksanaan layanan Samsat Keliling yang merupakan bagian dari strategi pembentukan citra Samsat Rancaekek. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati berbagai kegiatan yang terjadi di lokasi tanpa berpartisipasi secara aktif di dalamnya.

Proses pengamatan ini, peneliti memperhatikan interaksi antara petugas dan masyarakat, alur pelayanan, serta respon publik terhadap keberadaan layanan

Samsat Keliling. Metode ini dipilih agar peneliti mampu menangkap dinamika sosial yang terjadi secara alami, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih objektif dan mencerminkan keadaan sebenarnya di lapangan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data yang bertujuan mendapatkan informasi tertulis dan visual yang berkaitan dengan fokus penelitian. Proses ini mencakup pengumpulan berbagai jenis sumber, termasuk arsip institusi, laporan kegiatan, konten dari media sosial, poster, brosur, dan publikasi resmi yang diterbitkan oleh organisasi terkait.

Data yang diambil dari dokumentasi berfungsi sebagai sumber tambahan yang bisa memperkuat hasil dari wawancara dan pengamatan, serta memberikan bukti nyata mengenai aktivitas dan strategi yang diterapkan oleh lembaga untuk membangun citra positif. Melalui analisis dokumen tersebut, peneliti bisa memahami pola komunikasi, bagaimana lembaga diwakili di ruang publik, dan konsistensi antara pesan yang disampaikan dengan pelaksanaan layanan di lapangan. Pendekatan ini menjadikan dokumentasi bukan sekadar tambahan data, tetapi juga alat untuk memverifikasi yang memperkuat keabsahan temuan penelitian.

1.6.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan Langkah penting dalam memproses dan memahami data di lapangan. Creswell (2018:46) berpendapat bahwa analisis data merupakan langkah sistematis yang bertujuan untuk menyusun dan menafsirkan data agar makna yang mendalam dapat diperoleh sesuai dengan fokus penelitian.

Proses analisis dilakukan secara bertahap untuk mencapai kesimpulan yang mencerminkan strategi pembangunan citra Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1) Menyiapkan dan Mengorganisir Data

Tahap pertama dimulai dengan mengumpulkan semua data dari wawancara dan observasi yang berkaitan dengan layanan Samsat Keliling, lalu menyusun data tersebut. Tahap ini, data diorganisasi dengan cara yang teratur untuk mengidentifikasi informasi yang relevan, penting, dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian. Semua data yang didapat dari pengumpulan seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi dimasukkan dalam tahap ini. Proses ini termasuk transkrip hasil wawancara dengan informan utama, seperti petugas Samsat Rancaekek dan pihak-pihak yang terlibat dalam layanan Samsat Keliling, serta mengklasifikasikan data berdasarkan sumber dan jenisnya.

2) Membaca Data Secara Menyeluruh

Setelah semua data disusun dengan baik, langkah berikutnya yaitu membaca dan memeriksa semua informasi yang diperoleh dari pelaksanaan layanan Samsat Keliling oleh Samsat Rancaekek. Proses ini melibatkan analisis hasil wawancara dengan narasumber, catatan pengamatan di lapangan, serta dokumen lain yang relevan dengan aktivitas pelayanan dan komunikasi yang dilakukan. Setelah membaca, data tersebut kemudian ditulis ulang atau dicatat untuk membantu peneliti memahami keseluruhan gambaran dari data yang ada.

3) Pemberian kode seluruh data

Tahap ini merupakan proses untuk mengelompokkan atau memberi kode pada setiap informasi sesuai dengan topik yang sama agar penelitian menjadi lebih mudah. Dengan cara ini, peneliti bisa menjelaskan data dengan lebih teratur berdasarkan kelompoknya. Pengelompokan data dalam tahap ini berorientasi pada aktivitas layanan dan komunikasi yang dilakukan dalam layanan Samsat Keliling oleh Samsat Rancaekek.

4) Penggunaan kode dalam menyusun deskripsi data

Tahap ini, peneliti menggunakan kode yang telah dibuat untuk menjelaskan data dengan rinci. Peneliti menggunakan kode untuk setiap data yang berhubungan dengan kegiatan pelayanan dan komunikasi dalam layanan Samsat Keliling yang diadakan oleh Samsat Rancaekek. Kode-kode itu disusun menurut kategori-kategorinya agar menghasilkan deskripsi data yang terperinci dan teratur.

5) Penafsiran deskripsi dan tema

Deskripsi yang didapat pada langkah sebelumnya sekarang dihubungkan dengan topik penelitian. Peneliti melihat bagaimana deskripsi data yang diperoleh berhubungan dengan tema yang akan dibahas dalam bentuk cerita. Dalam langkah ini, peneliti memeriksa kaitan antara deskripsi hasil pengodean data tentang layanan Samsat Keliling dan tema strategi pembentukan citra Samsat Rancaekek.

6) Menginterpretasikan temuan

Pada tahap ini, peneliti memberikan interpretasi atau memaknai hasil temuan penelitian mengenai aktivitas pelayanan dan komunikasi yang dilakukan oleh Samsat Rancaekek melalui layanan Samsat Keliling.

1.6.7 Rencana Jadwal Penelitian

Jenis Kegiatan	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	Apr 2026	Mei 2026	Jun 2026
Tahapan Pertama : Observasi dan Pengumpulan Data di Lapangan									
Pengumpulan data untuk proposal dan penelitian									
Membuat proposal penelitian									
Bimbingan proposal penelitian									
Revisi proposal penelitian									
Tahapan Kedua : Usulan Penelitian									
Sidang usulan penelitian									
Revisi usulan penelitian									
Tahapan Ketiga: Penyusunan Skripsi									
Menyusun Skripsi									

Sidang Skripsi									
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Kegiatan

(Sumber: Data Olahan Peneliti)

