

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya, hubungan masyarakat (Humas) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah. Kebutuhan akan kehadiran humas tidak bisa dicegah, terlepas dari menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan "banjir informasi" seperti saat ini.



Upaya peningkatan kualitas pelayanan publik tersebut dilakukan melalui berbagai langkah kebijakan. Kebijakan yang paling mendasar adalah mengubah *mindset* para birokrat dari bermental penguasa menjadi birokrat yang bermental pelayan masyarakat. Kebijakan lainnya adalah penataan kelembagaan pelayanan publik, penyederhanaan prosedur pelayanan, penerapan standar pelayanan minimal, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam manajemen pelayanan, serta penerapan manajemen mutu dalam pelayanan publik, termasuk manajemen penanganan pengaduan masyarakat. (Bapenas, 2010: 7).

Seiring perkembangan arus reformasi birokrasi dan era keterbukaan informasi publik, peran bagian Humas semakin penting dan strategis. Sebagai komunikator publik, Humas Pemerintah harus mengamankan kebijakan lembaganya, memberikan pelayanan dan menyebarkan pesan atau informasi kepada masyarakat tentang kebijakan dan program kerja lembaganya. Dengan demikian, humas bukan hanya menyiapkan tempat acara peliputan dan mendampingi pimpinannya kemana pergi saja, namun humas Pemerintah dituntut mampu melakukan penyebaran informasi dalam pelayanan publik.

Sebagaimana diketahui bahwa bagian *Humas atau public relation* memiliki kedudukan sebagai penilai sikap masyarakat (publik) agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi atau instansi. Karena mulai dari aktivitas, program humas, tujuan (*goal*) dan hingga sasaran (*target*) yang hendak dicapai oleh organisasi atau instansi tersebut tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan citra positif dari pihak publiknya.

Pada prinsipnya, secara struktural, fungsi bagian Humas atau *public relation* dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan organisasi. Humas terkait langsung dengan fungsi *top manajemen*. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi atau instansi bersangkutan.

Fungsi bagian Humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah (*reciprocal two way traffic communication*) antara organisasi/badan instansi yang diwakilinya dengan publik sebagai sasaran (*target audience*) pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi bersangkutan.

Sesungguhnya fungsi kehumasan itu dapat bertindak sebagai tanda bahaya (*early warning system*) yang berfungsi mendukung atau membantu pihak manajemen organisasi berjaga-jaga menghadapi kemungkinan buruk yang terjadi terhadap organisasi. Mulai dari timbulnya isu berita negatif (*negative news*) di berbagai media massa, meluasnya isu negatif yang kurang menguntungkan terhadap sebuah instansi yang sedang bermasalah hingga penurunan citra, bahkan kehilangan citra (*Lost of image*) yang dapat menimbulkan berbagai resiko yang menyangkut krisis kepercayaan maupun krisis manajemen.

Humas di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang perlu memperhatikan bahwa dalam menjalankan aktivitas tugas dan fungsinya, hendaknya mampu memelihara nama baik institusi atau lembaga, mampu melakukan pelayanan yang

memadai, mampu menjalankan aktivitas yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat akan informasi.

Pada prinsipnya Humas di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang dituntut untuk mampu menyebarkan informasi mengenai pelayanan publik kepada masyarakat sesuai dengan kebijakan instansi, yang kemudian disampaikan ke media sebagai suatu agenda media dan diterima oleh publik sebagai agenda publik atau masyarakat. Melalui penyebaran informasi tentang pelayanan publik oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Sumedang diharapkan ke depan publik akan mendapatkan informasi alternatif dan benar, sehingga masyarakat tidak lagi terbelenggu oleh anomali informasi yang setiap detik membanjiri ranah publik, bahkan ranah privasi seseorang.

Keberadaan Humas di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang sangat dibutuhkan. Selain memiliki peran penting dalam mendukung tugas Kementerian Agama Kabupaten Sumedang peranan Humas di setiap pemerintahan daerah secara eksplisit diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor. 109/M.PAN/11/2005. Pasal 4 bahwa tugas pokok pranata humas adalah melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, meliputi perencanaan pelayanan informasi dan kehumasan, pelayanan informasi, hubungan kelembagaan, hubungan personal, dan pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan.

Para pegawai Humas di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang sangat disiplin dan tertib dalam memberikan suatu dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat demi tercapainya kepuasan masyarakat tersebut bahkan mampu untuk mempengaruhi pendapat atau opini publik yang dihadapinya ini terbukti dengan

berbagai macam berbagai penghargaan yang di berikan kepada pemerintahan kabupaten sumedang baik yang sipatnya lokal maupun regional bahkan yang lebih menarik lagi bahwasanya angka kemiskina bilab di dibandingkan dengan kabuapten tetangga seperti Garut Subang dan sebagainya bahawasanya kabupaten Sumeang palling rendah in bearti bahwasanya kabupaten sumedang berbagai intasi peerintahan termasuk kemetrian agama kabupaten Sumedang mempunya andil yang sangat besar dalam membangun sumedang mnejadi lebih baik sejahtera aman dan nyaman. Di samping itu jugada dalam proses penyebaran infomasi yang d lakukan oleh humas kabupaten sumedang tidak hanya melalui media cetak dan media masa tapi lebih-lebih lagi sudah menggunakan prangkat lunak yang dinmakan dengan istilah website, twiitwe instragam dan media yang lainnya.

Selain itu, kemampuan Humas dalam menjalin hubungan yang baik dan saling mempercayai antara lembaga atau organisasi yang berada di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang sudah dengan bergaia kelebihan yang di miliki oleh instasi kabupaten sumedang termasuk instansi kementrianme agamanya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul: *Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik (Studi Penelitian Hubungan Masyarakat (Humas) di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang)*

### **1.1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

#### **1. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini, untuk menghindari pembahasan yang terlalu melebar dan tidak mengarah pada pokok permasalahan yang akhirnya akan mengakibatkan sulitnya mendapatkan suatu kesimpulan yang konkret, maka penulis menganggap perlu adanya fokus penelitian yang jelas yaitu melakukan kajian tentang Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik di Kabupaten Sumendang.

## **2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Agama Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik?
2. Bagaimana Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Agama Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik melalui media Online?

### **1.1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan fokus penelitian dan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Agama Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik?

2. Untuk Mengetahui Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Kementerian Agama Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Penyebaran Informasi Kepada Publik melalui media sosial?

#### **1.1.4. Kegunaan Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh nantinya dapat memberikan manfaat baik bagi penulis khususnya maupun bagi masyarakat pada umumnya dari aspek teoretis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian dakwah dan komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan peranan humas dalam meningkatkan penyebaran informasi pelayanan publik pada Kementerian Agama Kabupaten Sumedang.

2. Kegunaan praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi bagian Humas pada Kementerian Agama Kabupaten Sumedang sebagai kontribusi dalam meningkatkan penyebaran informasi pelayanan publik.

#### **1.1.5. Landasan Teoretis**

##### **1.1.5.1. Konsep Penyebaran Informasi**

Penyebaran informasi adalah salah satu spesialisasi atau kegiatan khusus dari komunikasi dan dalam istilah ilmunya merupakan subdisiplin dari komunikasi massa. Kata penyebaran sering pula disebut difusi. Istilah difusi berasal dari bahasa Inggris “diffusion”. Difusi adalah suatu tipe khusus komunikasi. Difusi adalah proses dimana inovasi tersebar kepada anggota suatu sistem sosial. Difusi mengkaji

tentang pesan-pesan yang berupa gagasan baru, sedangkan komunikasi mengkaji semua bentuk pesan.

Penyebaran informasi, menurut teorinya, adalah penyebaran pesan yang berisi fakta (data yang sesuai dengan kenyataan). Disamping itu, penyebaran bersifat kegiatan komunikatif yang satu arah atau one way traffic of communication, namun dalam perkembangan selanjutnya serta penerapannya mengalami modifikasi atau perubahan yang disesuaikan dengan kepentingan dan tujuan dari penyebaran informasi.

Difusi merupakan proses dimana inovasi tersebar kepada anggota khalayak dalam suatu sistem sosial. Pengkajian difusi adalah telaah tentang pesan-pesan yang berupa gagasan atau informasi baru. Dalam kasus difusi, karena pesan yang disampaikan ‘baru’, maka ada resiko bagi penerima. Hal ini berarti bahwa ada perbedaan tingkah laku dalam kasus penerimaan inovasi jika dibandingkan dengan penerimaan pesan biasa.

Dalam riset, komunikasi lebih ditekankan pada usaha-usaha untuk merubah pengetahuan atau sikap dengan merubah bentuk sumber, pesan, saluran atau penerima dalam proses komunikasi. Sedangkan dalam riset difusi lebih memusatkan pada terjadinya perubahan tingkah laku yang tampak (overt behavior) yaitu menerima atau menolak ide-ide baru daripada hanya sekedar perubahan dalam pengetahuan dan sikap saja. Pengetahuan dan sikap sebagai hasil dari kampanye difusi hanya dianggap sebagai langkah perantara dalam proses pengambilan keputusan oleh seseorang yang akhirnya membawa pada perubahan tingkah laku (Hanafi, 23-24).



Penyebaran informasi merupakan salah satu kegiatan khusus dalam komunikasi yang dapat bersifat satu arah atau one way traffic of 18 communication atau bersifat dua arah atau double way of communication. Dalam menyebarkan informasi hal penting yang harus diperhatikan adalah pengertian yang benar dan jelas, sehingga menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan.

Menurut Achmad (1990 : 91) yang menerjemahkan istilah diffusion ke dalam bahasa Indonesia dengan kata “sebaran” dalam kaitannya dengan berita, mengandung dua pengertian, yaitu pertama, menyebar, dan yang kedua, tersebar. Dalam pengertian menyebar mangacu kepada suatu kegiatan, sedangkan dalam pengertian tersebar yaitu akibat atau hasil dari suatu kegiatan.

Pengertian menyebar dibedakan dalam dua hal, yaitu pertama, kegiatan pemrakarsa (initiator), yaitu menunjuk kepada sebuah perbuatan, misalnya : seseorang atau sejumlah orang menyebar sebuah desas -desus, dan yang kedua, kegiatan dari apa yang disebarkan, hal ini menunjuk kepada sebuah proses, misalnya : sebuah desas-desus menyebar.

Dalam proses difusi inovasi, pada umumnya menyebarkan pesan berupa keterangan-keterangan yang dianggap baru oleh seseorang. Inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Kebaruan inovasi itu diukur secara subjektif, menurut pandangan individu yang menangkapnya. Jika sesuatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi 19 bagi orang tersebut. Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat oleh seseorang. Jika ia menerima (mengadopsi) inovasi, dia mulai menggunakan

ide baru, praktik baru, atau barang baru dan menghentikan penggunaan ide-ide yang digantikan oleh inovasi tersebut. Adopsi adalah keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik

#### **1.1.6.1. Pengertian Pelayanan Prima**

Pelayanan merupakan kegiatan yang diberikan, yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Kualitas layanan merupakan salah satu unsur indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan keuangan. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Definisi pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Definisi lain, dalam Kemenpan RI No. 81 Tahun 1983 menyebutkan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat, di daerah, BUMN, dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai perundang-undangan yang berlaku (Atep Adya Brata. 2006 : 23).

Sedangkan menurut Lukman dan Sugiyanto (2001, dalam Rahmayanty, 2013: 4) bahwa pelayanan merupakan kegiatan/keuntungan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen/*customer* yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Dalam pelayanan, yang disebut konsumen

(*customer*) adalah masyarakat yang mendapat manfaat dari aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau petugas dari organisasi pemberi layanan.

Adapun pelayanan prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan. (Zulkarnain Nasution, 2010: 4).

Pelayanan prima (*service excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat. (Lijan Poltak Sinambela, 2010: 8).

Pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan. Jadi pelayanan prima pada dasarnya adalah rasa kepedulian organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan tindakan nyata sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan. (Atep Adya Brata. 2006 : 26).

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima menurut M. Nur Rianto (2010: 215) sebagai berikut:

1) Sikap (*attitude*), adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikiran positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

2) Perhatian (*attention*), adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

3) Tindakan (*action*), adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

4) Kemampuan (*ability*), adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *publik relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi atau perusahaan.

5) Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan nonfisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

6) Tanggung jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

#### **1.1.6.2. Tujuan Pelayanan Prima**

Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima menurut Rahmayanty (2013: 12) sebagai berikut:

1) Memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

2) Adanya pelayanan prima tetap menjaga dan merawat pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya.

3) Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

#### **1.1.6.3. Dimensi Pelayanan Prima**

Vincent Gesperz dalam Maddy (2009, dalam Rahmayanty 2013: 10) menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut:

1) Ketepatan waktu pelayanan, berkaitan dengan waktu tunggu dan proses, 2) Kualitas pelayanan, berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan, 3) Kualitas pelayanan, berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis, 4) Kualitas pelayanan, berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan, 5) Kualitas pelayanan, berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya, 6) Kualitas pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan

petunjuk lainnya, dan 7) Kualitas pelayanan, berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, alat komunikasi, dan lain-lain.

#### **1.1.6.4. Urgensi Pelayanan Prima**

Ada beberapa alasan mengapa pelayanan prima penting bagi suatu perusahaan atau organisasi (Rahmayanty. 2013 : 21).

##### 1) Pelayanan prima memiliki makna ekonomi

Pelanggan adalah kunci meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya.

Kalau membangun hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan informasi kepada orang lain dan tingkat kepercayaan melalui testimoni (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah.

##### 2) Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Perusahaan bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

##### 3) Persaingan yang semakin maju

Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

#### 4) Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Memahami sudut pandang pelanggan menyadari kepuasan pelanggan tak sekedar membeli produk, melainkan juga memenuhi berbagai unsur emosi dan afeksi, seperti gaya hidup, jati diri, petualangan, cinta dan persahabatan, kedamaian serta kepercayaan.

Selain itu, Majid (2011: 61) menjelaskan lebih spesifik betapa pentingnya pelayanan prima (*service excellent*) kepada pelanggan karena beberapa alasan berikut:

- 1) Pelanggan menilai efisiensi perusahaan melalui karyawan yang ditemui.
- 2) Kesan pertama (*positive first impression*) sangat penting. Sungguh sulit mengatasi kesan pertama yang negatif.
- 3) Perusahaan memiliki harapan dan standar yang tinggi dari para pekerja.
- 4) Pelanggan percaya kepada perusahaan dan akan terus senang dilayani jika ia diperlakukan dengan baik.

5) Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dari periklanan adalah *word of moth* (promosi dari mulut ke mulut). Jika pelanggan senang, dia akan memberitahukan kepada orang lain.

6) Kita merasa senang dan bangga akan diri kita sendiri jika memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

7) Pelanggan mempercayakan kita sebagai sumber informasi dan bantuan utama.

#### 1.1.6.5. Strategi Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan *service excellent* yang mana memiliki strategi dalam pelayanannya. Kata *service* dapat diolah menjadi sebuah strategi yang mana kata tersebut akan menjadi kata atau kalimat yang akan bermakna dengan cara menguraikan tiap hurufnya. Penguraian kata *service* pada pelayanan prima sebagai berikut: (Atep Adya Brata. 2006 : 32).

**S** : *self awareness*, menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi agar mampu memberikan pelayanan dengan benar.

**E** : *enthusiasm*, melaksanakan pelayanan dengan penuh gairah (antusias).

**R** : *reform*, memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.

**V** : *value*, memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.

**I** : *impressive*, menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.

**C** : *care*, membeirkan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal.

**E** : *evaluation*, mengevaluasi pelayanan yang sudah diberikan.



Pendapat lain dari beberapa pakar dan instruktur pelatihan sumber daya manusia bahwa *self awareness and self esteem*, menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah tugasnya dan melaksanakannya dengan menjaga martabat diri dan pihak lain yang dilayani. *Empathy and enthusiasm*, mengedepankan empati dan melayani pelanggan dengan penuh antusias. *Reform*, berusaha untuk selalu memperbaiki pelayanan.

*Vision and victory*, berorientasi ke masa depan dan memberikan layanan yang baik untuk memenangkan semua pihak. *Initiative and impressive*, memberikan layanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan pihak yang dilayani. *Care and cooperativeness*, menunjukkan perhatian kepada konsumen dan membina kerjasama yang baik.

Dengan demikian, strategi dalam pelayanan prima yang harus dilakukan oleh *customer service* atau semua orang yang berhubungan dengan pelanggan, harus menanamkan pada dirinya sendiri akan kesadaran diri untuk memberikan pelayanan dengan penuh antusias. Pelayanan yang baik akan memberikan nilai tambah ini dapat dicapai dengan memberikan perhatian secara optimal dan berguna dalam memperbaiki dan mengevaluasi kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi kepada masyarakat atau pelanggannya.

#### **1.1.6.6. Prinsip-prinsip Pelayanan Prima**

##### **1. Kebijakan Pemerintah**

Kompetensi pelayanan prima yang diberikan oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat selain dapat dilihat dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Peningkatan Kualitas Pelayanan Aparatur Pemerintah Kepada

Masyarakat dan Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003, juga dipertegas dalam Rancangan Undang Undang Pelayanan Publik. Kualitas pelayanan publik bahkan hendaknya disesuaikan dengan tuntutan era globalisasi.

Masyarakat selama ini memiliki persepsi bahwa pelayanan yang diberikan aparat pemerintah cenderung kurang bahkan tidak berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengaduan atas perilaku oknum aparat pemerintah yang memberikan pelayanan. Salah satu keluhan yang sering terdengar adalah selain berbelit-belit akibat birokrasi yang kaku, juga perilaku oknum aparat yang sering kurang bersahabat.

Realita tersebut memerlukan kepedulian aparat pemerintah agar masyarakat memperoleh layanan prima. Kepriimaan layanan selanjutnya akan mendapatkan pengakuan atas kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan. Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 bahwa prinsip-prinsip pelayanan prima sebagai berikut:

1) Kesederhanaan. Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan bagi konsumen.

2) Kejelasan, yakni: a) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik, b) Unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan, persoalan, dan sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik, dan c) Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.

3) Kepastian Waktu. Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

- 4) Akurasi. Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah
- 5) Keamanan. Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- 6) Tanggung jawab. Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan dan persoalan dalam pelayanan publik.
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
- 8) Kemudahan Akses. Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
- 9) Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan. Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- 10) Kenyamanan. Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

Kualitas pelayanan publik mendapat perhatian serius dari pemerintah. Pemerintah menegaskan pentingnya penataan dan perbaikan seperti dimaksud dalam Surat Edaran Menkowsabngpan No. 56/MK.Waspan/6/98 (Menko Wasbangpan, 1998: 2) yang ditujukan kepada seluruh Menteri Kabinet Reformasi

Pembangunan, Gubernur Bank Indonesia, Gubernur dan Bupati/Walikota seluruh Indonesia. Intinya sebagai berikut:

1) Dalam waktu secepat-cepatnya mengambil langkah-langkah perbaikan mutu pelayanan masyarakat pada masing-masing unit kerja atau kantor pelayanan termasuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Langkah-langkah perbaikan mutu pelayanan masyarakat tersebut diupayakan sebagai berikut:

a) Menerbitkan pedoman pelayanan yang antara lain memuat persyaratan, prosedur, biaya atau tarif pelayanan dan batas waktu penyelesaian pelayanan, baik dalam bentuk panduan dan pengumuman atau melalui media informasi lainnya.

b) Menempatkan petugas yang bertanggungjawab melakukan pengecekan kelengkapan persyaratan permohonan untuk kepastian diterima atau ditolaknya berkas permohonan tersebut pada saat itu juga.

c) Menyelesaikan permohonan pelayanan sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan, dan apabila batas waktu yang ditetapkan tersebut terlampaui, maka berarti bahwa permohonan tersebut disetujui.

d) Melarang atau menghapus biaya tambahan yang dititipkan pihak lain dan meniadakan segala bentuk pungutan liar di luar biaya jasa pelayanan yang telah ditetapkan.

e) Menerapkan pelayanan secara terpadu (satu atap atau satu pintu) bagi unit-unit kerja kantor pelayanan yang terkait dalam proses atau menghasilkan satu produk pelayanan.

## 2. Komitmen Pelayanan Prima

Pedoman untuk mencapai keberhasilan dalam memperkenalkan inisiatif pelayanan dengan menggunakan indikator pelayanan membutuhkan komitmen semua komponen birokrasi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dukungan dan komitmen dalam bentuk sebagai berikut:

1) Kejelasan. Kejelasan segala hal yang berkaitan dengan sistem dan prosedur pelayanan menurut ketentuan yang berlaku pada organisasi pemerintah diperlukan dalam pelayanan. Tujuannya agar masyarakat mengerti hak dan kewajibannya dalam memperoleh pelayanan prima dari birokrasi.

2) Konsistensi. Aparatur birokrasi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dituntut bersikap konsisten dalam melaksanakan aturan. Prosedur pelayanan diharapkan konsisten dengan kenyataan dan harapan masyarakat.

3) Komunikasi. Pemberi layanan perlu mengkomunikasikan bahwa sistem dan prosedur pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tujuannya agar tercipta suasana yang harmonis antara pemberi layanan dan masyarakat.

4) Komitmen. Komitmen yang kuat diperlukan dalam mengimplementasikan pelayanan prima kepada masyarakat. Komitmen pelayanan prima dimulai dari pengambil keputusan.

### 3. Proses dan Tahapan Pelayanan Prima

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan dan citra perusahaan. Proses dan tahapan dalam pelayanan prima sebagai berikut:

1) Tunjukkan segenap sikap positif kepada orang lain atau pelanggan. Menunjukkan sikap yang positif kepada pelanggan dapat melalui penampilan fisik, bahasa tubuh, bunyi suara saat menggunakan alat bantu kantor.

2) Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Langkah dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan adalah identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), mengatur waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).

3) Aplikasi diri pengidentifikasi kebutuhan pelanggan Pengaplikasian diri dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dapat dilakukan dengan mengambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, menciptakan lingkungan yang menyenangkan.

4) Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang Anda layani Pengakuan kepuasan dari pelanggan dapat didapat dengan cara tuntas semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelanggan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihaknya. (Josina Jodiari. 2010:25)

#### **1.1.6. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Berikut ini penelitian sejenis dan relevan dengan penulis, yang telah dilakukan sebelumnya, antar lain sebagai berikut:

1) Skripsi yang disusun oleh Zaqiyah Muawanah (2017) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta dengan judul: *Strategi Humas Kabupaten Karanganyar*

*dalam Upaya pengembalian Citra Positif (Studi Kasus GLA dan BKK di Kabupaten Karanganyar).* Zaqiyah Muawanah (2017) menyimpulkan sebagai berikut:

a) Humas menjalankan strategi peningkatan komunikasi informasi publik dengan mengadakan liputan semua kegiatan yang berhubungan GLA dan BKK.

b) Humas Kabupaten Karanganyar menjalin hubungan dengan awak media untuk bekerja sama menyampaikan informasi GLA dan BKK melalui medianya masing-masing.

c) Humas Kabupaten Karanganyar menuangkan beberapa gagasan baru yang dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan program (GLA) seperti pemberian subsidi, uang muka ringan, dan angsuran yang ringan.

d) Humas Kabupaten Karanganyar ikut berperan dalam pengembalian citra BKK dengan mempublikasikan keberadaan BKK secara umum dan memfasilitasi kegiatan BKK yang akan melibatkan masyarakat secara langsung.

2) Skripsi yang disusun oleh Intan Muharni (2016) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul: *Strategi Humas dalam Peningkatan Mutu Pelayanan RS Islam Siti Khadijah Palembang.* menyimpulkan bahwa strategi humas yang digunakan humas RS Islam Siti Khadijah dalam peningkatan mutu pelayanan sudah sesuai dengan strategi *PR On The Net*, yaitu mengadakan open house untuk menginformasikan program-program perusahaan seperti kunjungan dan bakti sosial, mengirim press release ke koran sumeks dan sripo jika terdapat kasus, membuat website perusahaan untuk membentuk citra positif di mata publiknya.

Skripsi yang di susun oleh m nuzulul putra analisis respon produsen terhadap pelayanan sertifikasi halal era digital di kota banda aceh LPPOM MUI merupakan lembaga tunggal yang menerbitkan sertifikasi halal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal produk masih dilaksanakan oleh LPPOM MPU Aceh, hal ini belum sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yaitu Undang-undang nomor 33 tahun 2014. LPPOM MPU Aceh sudah melaksanakan perannya namun masih belum optimal dikarenakan beberapa kendala. Respons masyarakat terhadap pelayanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MPU sudah cukup baik, akan tetapi mayoritas produsen baik muslim ataupun non muslim menyatakan belum efisien dikarenakan lambatnya waktu diterbitkan sertifikat halal, serta akademisi juga berpendapat bahwa proses kepengurusan sertifikasi halal di Aceh khususnya Banda Aceh belum optimal dikarenakan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM), sehingga membuat proses tersebut menjadi lambat. LPPOM MPU Aceh sudah menyediakan kepengurusan sertifikasi halal secara online namun di era digital ini mayoritas dari produsen Kota Banda Aceh masih belum memanfaatkan hal tersebut, produsen lebih memilih datang langsung ke LPPOM untuk mengurus sertifikasi halal produk.

Penelitian sejenis dan relevan dengan penulis, yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat pada bagan berikut:

| No | Nama Peneliti | Tahun | Judul Penelitian | Jenis Penelitian | Persamaan dengan | Persamaan dengan |
|----|---------------|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|    |               |       |                  |                  |                  |                  |



|   |                     |      |   |         | <b>penelitian<br/>Penulis</b>  | <b>penelitian<br/>Penulis</b>   |
|---|---------------------|------|---|---------|--|---|
| 1 | Zaqiyah<br>Muawanah | 2017 | <i>Strategi Humas<br/>Kabupaten<br/>Karanganyar<br/>dalam Upaya<br/>Pengembalian<br/>Citra Positif<br/>(Studi Kasus GLA<br/>dan BKK di<br/>Kabupaten<br/>Karanganyar)</i> | Skripsi | Penelitian<br>Zaqiyah<br>Muawanah<br>dengan<br>penulis<br>ialah<br>Humas<br>(hubungan<br>masyarakat) | 1. Penelitian<br>Zaqiyah<br>Muawanah<br>tentang strategi<br>Humas<br>(hubungan<br>masyarakat)<br>dalam<br>Pengembalian<br>Citra Positif<br>Kabupaten<br>Karanganyar.<br>Sedangkan<br>penelitian<br>penulis tentang<br>peranan<br>Humas<br>(hubungan<br>masyarakat)<br>dalam<br>penyebaran |

|  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  |  |  | <p>informasi pelayanan publik.</p> <p>2. Metode penelitian Zaqiyah Muawanah ialah studi kasus. Sedangkan metode penelitian penulis ialah kualitatif.</p> <p>3. Lokasi penelitian Penelitian Zaqiyah Muawanah di GLA dan BKK di Kabupaten Karangnayar. Sedangkan</p> |
|--|--|--|--|--|--|---|

|   |                  |      |  |         |   |   |
|---|------------------|------|--|---------|---|---|
|   |                  |      |  |         |   | lokasi di<br>Kementrian<br>Agmana<br>Kabupaten<br>Sumedang<br>Jawa Barat.   |
| 2 | Intan<br>Muharni | 2016 | <i>Strategi Humas<br/>dalam<br/>Peningkatan Mutu<br/>Pelayanan Rumah<br/>Sakit Islam Siti<br/>Khadijah<br/>Palembang</i> | Skripsi | 1. Penelitian<br>Intan<br>Muharni<br>dengan<br>penulis<br>ialah<br>Humas<br>(hubungan<br>masyarakat)<br>2. Metode<br>penelitian<br>Intan<br>Muharni<br>dan penulis<br>menggunak<br>an metode<br>kualitatif. | 1. Penelitian<br>Intan Muharni<br>strategi Humas<br>(hubungan<br>masyarakat)<br>untuk<br>meningkatkan<br>pelayanan<br>Rumah Sakit<br>Islam.<br>Sedangkan<br>penelitian<br>penulis tentang<br>peranan<br>Humas<br>(hubungan<br>masyarakat) |

|  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  |  |  | <p>dalam penyebaran informasi pelayanan publik.</p> <p>3. Lokasi penelitian</p> <p>Intan Muharni di Rumah Sakit Islam Palembang. Sedangkan lokasi di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang Jawa Barat.</p> |
|  |  |  |  |  |  | <p>Dari beberapa penelitian terdahulu di atas menekankan</p>  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  | <p>           pelayanan<br/>           strategi ke<br/>           masyarakat<br/>           secara umum<br/>           akan tetapi<br/>           penelitian yang<br/>           saya lakukan<br/>           di kementerian<br/>           agama di<br/>           samping<br/>           pelayanan<br/>           secara luring<br/>           tetapi juga di<br/>           kaji perihal<br/>           pelayanan yang<br/>           sifatnya daring<br/>           atau melalui<br/>           berbagai media<br/>           sosial         </p> |
|--|--|--|--|--|--|--|

#### 1.1.6. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan konsep tentang teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang akan diteliti.

Teori yang digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan peranan hubungan masyarakat (Humas) dalam penyebaran informasi pelayanan publik.

### **1.1.8. Langkah-langkah Penelitian**

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang. Lokasi Kementerian Agama) Kabupaten Sumedang di Jl. Kutamaya No. 55 Desa Kotakulon Kecamatan Sumedang Selatan Kabupaten Sumedang Jawa Barat Kode Pos 45312.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). (Imam Gunawan 2013: 6).

#### 3. Jenis dan Sumber Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif tidak bermaksud mengadakan pengujian, menjelaskan hubungan, tetapi lebih memfokuskan diri untuk menilai dan memainkan unsur-unsur, sifat-sifat, bentuk atau karakteristik tertentu dari suatu kasus atau peristiwa yang terjadi di lapangan. (Jalaluddin Rachmat. 2007: 12)

Menurut Imam Gunawan (2013) bahwa metode deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi.

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### 1) Jenis Data

Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan, maka jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Jenis data ini dianggap tepat dalam mengkaji masalah yang diajukan karena ciri khas kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktu alamiah, peneliti merupakan instrumen pengumpul data dan kemudian data dianalisis secara induktif guna menjelaskan proses yang diteliti secara ekspresif dan peneliti siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. (Sugiyono. 2013 :10)

##### 2) Sumber Data

a) Data primer, ialah data yang diperoleh oleh peneliti dengan cara wawancara atau pengukuran secara langsung.

b) Data sekunder, ialah data yang didapat peneliti dari pihak kedua atau dari sumber pihak lain seperti karya ilmiah apakah berbentuk hasil laporan, penelitian yang dipublikasi berupa jurnal, majalah ilmiah, buku-buku yang lainnya, ataukah berupa hasil penulisan skripsi, tesis, dan disertasi yang tidak dipublikasi, dan sebagainya. (Sugiyono. 2013 :22)

#### **5. Penentuan Informan Penelitian**

##### 1) Informan dan Unit Analisis

Informan digunakan dalam penelitian kualitatif ketika yang menjadi subjek penelitiannya manusia. Informan adalah orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dengan minat atau fokus

penelitian. Sedangkan unit analisis merupakan batasan satuan objek yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian. (Tim Fakultas Dakwah. 2018 : 17)

Dengan demikian, informan dalam penelitian ini adalah pengurus Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Sumedang, sedangkan unit analisisnya adalah bagian Humas yang akan dimintai data dan informasinya mengenai kegiatan humas dan pelayanan publik

## 2) Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian didasarkan pada penguasaan permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi secara lengkap dan akurat. (Tim Fakultas Dakwah. 2018 : 19)

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. (Sugiyono. 2013 :85).

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Observasi



Observasi berarti peneliti secara terus-menerus melakukan pengamatan atas opini, sikap, dan perilaku seseorang. Cara apakah dengan membagi-bagikan angket (kuesioner) dan mengamati orang mengisi angket dan mendengarkan ucapan-ucapan mengenai berbagai ragam soal, mencatat ekspresi-ekspresi tertentu responden dalam suatu wawancara, atau menanggapi komentar sebagai suatu isi dalam konteks wawancara atau mengamati dengan cermat opini, sikap, dan perilaku individu yang digunakan sebagai subjek perangkat (*setting*) eksperimental, peneliti bukan sebagai penguat (intensif) bagi berbagai ragam cara perilaku orang-orang dalam situasi (*setting*) riset yang mana mereka menemukannya sendiri. (Elvinaro Ardianto. 2014 345-346)

## 2) Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah alat penelitian yang paling sosiologis dari semua teknik penelitian sosial karena bentuknya berasal dari interaksi verbal antara peneliti dan responden. Banyak yang mengatakan bahwa cara yang paling baik untuk menentukan mengapa seseorang bertingkah laku adalah dengan bertanya secara langsung. (Elvinaro Ardianto. 2014 :246)

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai bagian humas Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Sumedang terkait dengan program kerja bidang humas dan pelayanan publik.

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui penyelidikan terhadap dokumen-dokumen dan melakukan pemetaan dari sumber-sumber tertulis. Dalam

hal ini, peneliti melakukan penyelidikan terhadap berbagai dokumen yang berkaitan dengan kegiatan bidang humas dan pelayanan publik.

### **7. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Menurut Sugiyono bahwa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi: (Sugiyono. 2012: 244-245)

#### 1) Uji kredibilitas

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*.

#### 2) Pengujian *Transferability*

Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Oleh karena itu, supaya orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, maka pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian tersebut di tempat lain.

#### 3) Pengujian *dependability*

Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor yang

independen atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

#### 4) Pengujian confirmability

Dalam penelitian kualitatif, uji confirmability mirip dengan uji dependability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji confirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability.

### 8. Teknik Analisis Data

Sugiyono menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistmatis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono (2012) 269-270).

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data adalah sebagai berikut:

#### 1) Pengumpulan data (*data collection*)

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang

sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

## 2) Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi.

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil, dan angka dan data yang tidak penting dibuang.

## 3) Penyajian data (*display data*)

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah mendisplaykan data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, *flowchart*, dan sebagainya.

## 4) Penarikan kesimpulan (*conclusion verification*)

*Conclusion verification* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

