

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Strategi *Public Relations* menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk sebuah institusi, terutama institusi yang memiliki aspek pelayanan publik atau mengharuskan untuk bertemu langsung dengan publiknya. Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang atau disingkat Setwan Sumedang menjadi salah satu institusi yang menerapkan strategi *public relations* ini sehingga memiliki reputasi positif. *Security* hingga seluruh staffnya yang ramah dan melayani dengan baik menjadi daya tarik yang unik dari institusi ini.

Kantor Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang yang terletak di pusat kota tepatnya di samping Alun-alun Sumedang ini meraih beragam ulasan positif di Google. Rating dan ulasan di Google sendiri sangat berkontribusi untuk citra sebuah institusi karena orang-orang yang belum pernah mengunjungi kantor institusi tersebut secara langsung biasanya mengecek rating dan ulasan di Google terlebih dahulu sebagai bahan pertimbangan untuk keputusan mereka sekalian untuk mengetahui lokasi kantor institusi tersebut menggunakan fitur Google Maps. Rating dan ulasan di Google ini tentu menjadi salah satu yang penting untuk dimonitoring oleh *Public Relations Officer* atau Bidang Humas sebuah institusi karena ini merupakan ujung tombak *image* institusi terhadap publik, investor, dan lain-lain.

Publik yang datang ke Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang memberikan ulasan yang beragam di Google dan kebanyakan ulasan mereka bernada positif serta mengaku puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang. Andre Bangsawan adalah salah satu orang yang memberikan ulasannya, ia mengatakan “Gedung lama, tapi orang2nya informatif disini. dan ramah pada pendatang baru yang ada keperluan kesini.” Berdasarkan ulasan tersebut, dapat diketahui bahwa publik yang datang merasa bahwa pelayanan Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang sangat memuaskan.

Sebuah institusi terlebih institusi yang berhubungan dengan pemerintahan seperti Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang memang sangat perlu memerhatikan aspek hubungan dengan publiknya, karena setiap harinya institusi tersebut akan menerima masyarakat di kantor dengan berbagai urusan atau keluhan. Publik yang datang ke kantor akan merasa dihargai yang kemudian akan menumbuhkan rasa saling percaya jika diperlakukan dengan baik dan disertai dengan mekanisme pengelolaan sistem dan teknis yang bagus.

Berbicara mengenai hubungan dengan publik atau disebut *public relations* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang, peneliti juga melakukan observasi pra-penelitian dengan mendatangi langsung kantor Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang. Sedari awal datang, peneliti disambut dengan sangat ramah oleh *security* yang langsung berdiri dari duduknya dan menghampiri peneliti untuk menanyakan mengenai keperluan peneliti disitu dengan kata-kata “Selamat siang, ada yang perlu kami bantu?” disertai dengan

senyum dan gestur sopan. Peneliti kemudian menyebutkan maksud dan tujuan datang ke kantor Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang tersebut sehingga *security* mempersilakan peneliti untuk duduk sambil menunggu. *Security* tersebut langsung masuk ke ruangan dimana staff yang ingin peneliti temui berada untuk mengkoordinasikan keperluan peneliti kepada staff itu. *Security* keluar dari ruangan itu dan kembali memberitahu peneliti untuk menunggu sebentar sampai staffnya dapat menemui peneliti. Peneliti memperhatikan staff lain yang berlalu-lalang selama menunggu, staff-staff yang melihat peneliti pun memberikan senyuman ramah kepada peneliti sambil menganggukkan kepala. Staff yang ditunggu juga tidak lama langsung keluar menemui peneliti, ia memaparkan dengan jelas mengenai mekanisme dan alur yang terdapat di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang agar keperluan peneliti dapat diproses.

Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang sendiri merupakan institusi pemerintah yang diharapkan mampu memberikan pelayanan publik, khususnya kepada anggota dewan dan umumnya kepada masyarakat untuk menjembatani kepentingan masyarakat di Kabupaten Sumedang dengan anggota dewan. Tugas dan fungsinya ini sangat penting untuk menyalurkan aspirasi masyarakat agar sampai ke komisi pemerintahan yang berwenang menanganinya. Citra pemerintahan DPRD Kabupaten Sumedang salah satunya bergantung kepada cara sekretariat menerima masyarakat saat mereka mengkomunikasikan kepentingannya.

Tahun ini sudah mendekati kontestasi politik 5 tahunan yaitu pemilihan umum yang akan diselenggarakan pada Februari 2024 mendatang sehingga anggota dewan pasti semakin sibuk menyelesaikan program yang tersisa agar tugas mereka sebagai wakil rakyat bisa selesai dengan baik. Masyarakat juga pasti lebih sering datang dan memiliki keperluan dengan anggota dewan pada masa-masa seperti ini. Di antara program anggota dewan yang dibantu oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang adalah audiensi, reses, musyawarah dll yang mengharuskan untuk berhadapan langsung dengan masyarakat Kabupaten Sumedang.

Strategi dibutuhkan sebagai pendekatan yang lebih detail dari bagian perencanaan agar pelaksanaan suatu tindakan dapat lebih terorganisir dan jelas arahnya. Strategi yang cerdas dan tepat merupakan salah satu poin penting yang dapat membuat tujuan diraih secara efektif, baik secara jangka panjang maupun jangka pendek. Pelayanan publik oleh institusi pemerintahan diatur dalam undang-undang sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap institusi tersebut, ada berbagai pelayanan seperti berupa barang atau jasa yang disesuaikan dengan tugas dan fungsi masing-masing institusi pemerintahan. Pelayanan publik yang baik idealnya memperhatikan berbagai karakteristik dari publiknya itu sendiri agar dapat tepat sasaran dan membuat publik nyaman, sehingga pelayanan ini tidak bisa disamakan untuk semua institusi pemerintahan, itulah mengapa dibutuhkan strategi di dalamnya guna memilih dan memilah pelayanan publik seperti apa yang paling cocok untuk sebuah institusi. Strategi

dalam pelayanan publik biasanya menjadi tugas dari bidang humas sebuah institusi pemerintahan.

Di Indonesia sendiri citra pemerintah di mata masyarakat terbilang kurang baik, banyak aspek pelayanan publik milik pemerintah yang harus diperbaiki karena terkesan tidak ramah bagi publiknya. Hal ini seperti sudah menjadi rahasia umum dan sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintahan. Semua lembaga pemerintahan sudah sebaiknya memperbaiki aspek *public relations* mereka untuk mendukung agar Indonesia menjadi negara yang maju, karena tidak jarang masyarakat malas memproses urusan administrasi karena sistem yang rumit dan pelayanan yang kurang baik. Institusi pemerintah yang bagus dari segi pelayanan bisa dikatakan cukup langka dan perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Komentar positif di Google mengenai *public relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dan pelayanan yang peneliti rasakan saat observasi pra-penelitian merupakan temuan yang menuntun kepada sebuah fenomena yang menarik bagi peneliti, sebab Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang menjadi salah satu dari sebagian kecil institusi pemerintah yang memiliki pelayanan yang baik. Publik sendiri memiliki peran yang sangat penting untuk menunjang lancarnya operasional sebuah institusi karena merekalah yang membuat target institusi dalam melaksanakan program bisa tercapai.

Kesadaran akan pentingnya *public relations* dalam sebuah institusi semakin bertambah dengan pesatnya perkembangan sosial media saat ini. Hal tersebut

menyebabkan sebuah institusi harus sangat berhati-hati dalam memperlakukan publiknya karena saat ini segala informasi sangat mudah tersebar. Informasi positif maupun negatif akan gampang dicerna oleh netizen (*internet citizen*). Netizen sekarang ini gemar membagikan pengalaman mereka terhadap sebuah perusahaan/lembaga/institusi ke sosial media dan tidak jarang postingan mereka menjadi viral. Fakta tersebut membuat citra institusi tidak hanya bergantung pada kualitas institusi tersebut namun juga sedikit-banyaknya bergantung pada pengalaman publik saat datang dan dilayani di kantor institusi itu.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang peneliti jelaskan, penelitian ini berfokus terhadap bagaimana Bidang Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang memberikan arahan untuk melakukan *customer relations* kepada semua pihak yang terlibat hingga perencanaan yang dimiliki untuk meningkatkan kualitas *customer relations* mereka, oleh karena itu dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian yaitu mengenai:

- 1) Bagaimana perencanaan (*planning*) Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang untuk membangun kualitas pelayanan publik?
- 2) Bagaimana orang-orang (*people*) dikoordinir dalam upaya membangun kualitas pelayanan publik Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang?

- 3) Bagaimana proses (*process*) pelaksanaan pelayanan publik yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasar pada fokus pertanyaan tersebut di atas, dengan itu penelitian ini akan menghasilkan analisis deskriptif mengenai Strategi *Public Relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dalam Pelayanan Publik. Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui perencanaan Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang untuk membangun kualitas pelayanan publik.
- 2) Untuk mengetahui cara orang-orang dikoordinir dalam upaya membangun kualitas pelayanan publik Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.
- 3) Untuk mengetahui proses pelaksanaan pelayanan publik yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini yaitu agar dapat memberikan kontribusi dan sumbangan berupa pengetahuan untuk memperdalam kajian Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat lebih lanjut lagi serta sebagai bukti nyata bahwa perkembangan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat saat ini

masih terus terjadi secara dinamis, lebih khususnya untuk mendalami tiga dimensi manajemen *customer relations* yaitu *planning, people and process* yang dilakukan di sebuah institusi, dengan disajikannya temuan yang sesuai fakta dan data serta bersifat deskriptif.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan dalam segi praktis dari adanya penelitian yang dilakukan mengenai hubungan pelanggan ini diharapkan dapat memicu evaluasi serta memberi saran bagi Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan publik agar tetap menjadi institusi yang dikenal dengan pelayanannya yang bagus di mata publik, serta untuk memberikan sudut pandang dan pengetahuan baru untuk para *Public Relations Officer* mengenai cara melakukan *public relations* yang efektif.

1.5. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini peneliti awali dengan menganalisis terlebih dahulu penelitian lain yang mempunyai keterikatan sehingga peneliti mempunyai cukup referensi yang saling melengkapi dan menyeimbangkan. Pendekatan itu dilakukan untuk memperkirakan dan mengetahui perbedaan yang ada dalam penelitian. Penelitian yang memiliki perbedaan dan persamaan merupakan sesuatu yang baik untuk saling mendukung.

Pertama, Rania & Novalia (2021) meneliti mengenai penerapan *customer relationship management* pada Crematology Coffee Roasters saat pandemi Covid-19. Tujuan penelitian yang dilakukan Rania & Novalia ini adalah untuk melihat strategi *Customer Relationship Management* yang dijalankan oleh Crematology Coffee Roasters dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan di masa pandemi Covid-19. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus sehingga pendekatannya secara kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu dengan teknik observasi, wawancara mendalam dan kajian literatur. Hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan *Customer Relationship Management* pada Crematology Coffee Roasters untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya, diantaranya melakukan komunikasi untuk menyampaikan berbagai pesan melalui media *digital* yang ditujukan kepada *database* yang dimiliki oleh Crematology.

Kedua, Susilowati, Titi & Toto (2021) meneliti mengenai strategi *customer relations* dan kekayaan media PT. Mandiri Cipta Sejahtera dalam kondisi pandemi covid-19. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membahas dan menggambarkan strategi-strategi hubungan pelanggan dengan menggunakan video konferensi Zoom Meeting. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, analisis video zoom meeting, data dari *website* dan media sosial perusahaan. Hasil yang dapat diketahui dari penelitian yang dilakukan oleh Susilowati, Titi & Toto ini menunjukkan bahwa PT. Mandiri Cipta

Sejahtera telah memenuhi tahapan strategi *customer relations*, kegiatan perusahaan lainnya juga sudah menjalankan *customer relations*. Rapat dengan menggunakan Zoom Meetings di PT. Mandiri Cipta Sejahtera tidak sepenuhnya bisa mengirimkan sinyal yang beragam, namun dapat memberikan *feedback* secara langsung meskipun dari jarak jauh, juga dapat menampilkan berbagai bahasa, simbol, serta dapat berbagi data. Rapat di Zoom Meetings juga memungkinkan untuk fokus pada pesan yang disampaikan.

Ketiga, Wahdian & Sri (2020) meneliti mengenai bagaimana *customer relationship management* PT. Samsung Electronics Indonesia di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. Tujuan dari keberadaan penelitian ini adalah untuk melihat seperti apa upaya Samsung dalam menjalin hubungan dengan *customer* khususnya *customer* mereka yang berada di Indonesia. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan datanya sendiri adalah dengan melakukan tanya jawab, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa PT. Samsung Electronics Indonesia berupaya menciptakan hubungan pelanggan yang baik dengan dilakukan oleh karyawan dan media teknologi yaitu penggunaan *website* resmi, penggunaan aplikasi Whatsapp dan Instagram sebagai sosial media inti serta dilakukannya *advertising* di media daring.

Keempat, Difa (2022) meneliti mengenai *customer relations management* (CRM) PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan secara rinci mengenai gambaran perencanaan

customer relationship management yang dilakukan PT. KAI hingga mengetahui proses pelaksanaan CRM tersebut. Metode yang diaplikasikan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi pasif dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. KAI memiliki tiga proses *customer relationship management* yaitu perencanaan, orang dan proses. Salah satu programnya adalah pengelolaan dan penyediaan *healthy kit*.

Kelima, Well Vira (2022) meneliti mengenai manajemen *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami rencana yang akan dilakukan oleh *customer relations* Kantor Pertanahan Kota Bandung dalam memajemen *customer relations*-nya hingga mengetahui juga proses pelaksanaan dari strategi manajemen *customer relations* di Kantor Pertanahan Kota Bandung. Metode yang digunakan yakni deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai oleh Well Vira yaitu wawancara mendalam, observasi pasif partisipatoris, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kantor Pertanahan Kota Bandung menjalankan tahapan berupa perencanaan, orang dan proses dalam *customer relationship management*-nya.

Tabel 1.1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
1.	Rania Nuan Syakila & Novalia Agung Wardjito Ardhoyo	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> pada <i>Crematology Coffee Roasters</i> saat Pandemi Covid-19	Kualitatif, studi kasus	Penerapan CRM pada <i>Cermatology Coffee Roasters</i> untuk menjaga loyalitas para pelanggannya diantaranya dilakukan dengan mengomunikasikan beragam pesan melalui media <i>online</i> yang ditujukan kepada <i>database</i> yang dimiliki oleh <i>Crematology</i> .	<p>Penelitian yang dilakukan Rania & Novalia ini menggunakan metode kualitatif berupa studi kasus. Sedangkan peneliti akan menggunakan metode deskriptif kualitatif.</p> <p>Dalam penelitian ini, Rania & Novalia melakukan metode wawancara terhadap manajemen yang terlibat dalam CRM <i>Crematology</i>. Peneliti juga melakukan teknik pengumpulan yang sama yakni wawancara.</p>
2.	Susilowati, Titi Widaningsih & Toto	Strategi <i>Customer Relations</i> dan Kekayaan	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT.	Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati, Titi dan Toto meneliti

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
	Subandono	Media PT. Mandiri Cipta Sejahtera dalam Kondisi Pandemi Covid-19		Mandiri Cipta Sejahtera telah memenuhi tahapan strategi <i>customer relations</i> , kegiatan perusahaan lainnya juga sudah menjalankan <i>customer relations</i> . Rapat dengan menggunakan Zoom Meetings di PT. Mandiri Cipta Sejahtera tidak sepenuhnya bisa mengirimkan sinyal yang beragam, namun dapat memberikan <i>feedback</i> secara langsung meskipun dari jarak jauh, juga dapat menampilkan berbagai bahasa, simbol, serta dapat	<p>efektivitas penggunaan aplikasi zoom meetings di PT. Mandiri Cipta Sejahtera ketika masa covid-19. Sedangkan peneliti melakukan penelitian secara offline saja, tidak melibatkan aplikasi online karena peraturan <i>work from office</i> telah diterapkan kembali seperti saat sebelum pandemi.</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati, Titi & Toto dan penelitian yang peneliti lakukan sama-sama ingin mengetahui strategi seperti apa yang dilakukan objek sebagai usaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan, sebab</p>

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
				berbagi data. Rapat di Zoom Meetings juga memungkinkan untuk fokus pada pesan yang disampaikan.	setiap perusahaan bisa saja memiliki strategi yang berbeda dalam menjalankan <i>public relations</i> mereka.
3.	Wahdian & Sri Dewi Setiawati	<i>Customer Relationship Management</i> PT. Samsung Electronics Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia	Kualitatif, studi kasus	Hasil penelitian ini diketahui bahwa PT. Samsung Electronics Indonesia dalam upaya membangun hubungan dengan pelanggan dilakukan melalui karyawan dan proses teknologi yaitu penggunaan website resmi, penggunaan aplikasi Whatsapp dan Instagram sebagai sosial media utama serta	Dalam penelitian ini, hasil yang didapatkan adalah bahwa <i>customer relationship management</i> yang dilakukan PT. Samsung Electronics Indonesia adalah dengan menggunakan media digital seperti sosial media. Sedangkan peneliti lebih berfokus kepada strategi <i>customer relations</i> secara langsung atau offline. Penelitian yang dilakukan Wahdin

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
				dilakukannya advertising online melalui Instagram Ads dan Facebook Ads.	& Sri ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi yang merupakan teknik pengumpulan data yang sama dengan apa yang akan peneliti lakukan.
4.	Difa Farhan Naufal	<i>Customer Relations Management (CRM) PT. Kereta Api Indonesia (Persero)</i>	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. KAI memiliki tiga proses <i>customer relationship management</i> yaitu perencanaan, orang dan proses. Salah satu programnya adalah pengelolaan dan penyediaan <i>healthy kit</i> .	Penelitian yang dilakukan oleh Difa dilatarbelakangi oleh adanya pandemi covid-19 yang sedikit mempengaruhi <i>customer relations</i> yang dilakukan oleh PT. KAI (Persero). Sedangkan peneliti melakukan penelitian di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang disaat suasana sudah kembali normal

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
					<p>usai pandemi covid-19.</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Difa mengamati tiga dimensi menurut Johnson and Weistern yaitu <i>planning, people</i> dan <i>process</i>. Peneliti juga mengamati tiga dimensi tersebut untuk mengamati <i>public relations</i> Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.</p>
5.	Well Vira Dela Cita Bakti	Manajemen <i>Customer Relations</i> Kantor Pertanahan Kota Bandung	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kantor Pertanahan Kota Bandung menjalankan tahapan berupa perencanaan, orang dan proses dalam <i>customer relationship management-</i>	Dalam penelitian yang dilakukan di Kantor Pertanahan Kota Bandung oleh Well Vira dibahas bahwa ada aplikasi bernama PASTI (Pelayanan Online Sertifikat Terintegrasi) dan website Curhat BPN. Pada penelitian yang

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
				nya.	<p>dilakukan oleh peneliti, tidak ada aplikasi khusus yang spesifik untuk <i>customer relations</i>.</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Well Vira mengamati tiga dimensi yang berbeda berdasarkan landasan konseptual CRM (<i>Customer Relations Management</i>) yaitu <i>planning, people</i> dan <i>process</i>. Peneliti juga mengamati tiga dimensi tersebut untuk mengamati <i>public relations</i> Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.</p>

(Sumber : Hasil olahan peneliti, 2023)

1.6. Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoretis

Penelitian ini menjelaskan tentang *public relations* yang mempunyai tujuan untuk membangun koneksi yang harmonis dan bertahan dalam jangka panjang dengan publik. *Public relations* diperlukan untuk mengetahui kriteria publik serta keinginan dan kebutuhan mereka sehingga bisa merumuskan cara yang baik dalam menghadapi publik tersebut. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan dan loyalitas dalam diri publik sehingga dapat menguntungkan bagi institusi.

Ditinjau dari latar belakang dan data pra penelitian yang peneliti miliki, maka peneliti akan memakai pendekatan *Customer Relationship Management*. Pendekatan *Customer Relationship Management* yang dicetuskan oleh Johnson & Weistern (2001:53) yang bahwa manajemen hubungan pelanggan adalah sebuah strategi yang di dalamnya terlibat upaya untuk mengelola hubungan dengan pelanggan serta usaha untuk menyeleksi dengan tujuan mengoptimalkan nilai jangka panjang dari perusahaan atau juga lembaga. Pendekatan ini menyatakan bahwa ada tiga dimensi yang perlu ditempuh untuk meraih *goals* tersebut dan mendapatkan hasil yang sesuai harapan dari konsep *Customer Relationship Management*. Ketiga dimensi tersebut adalah *planning* (perencanaan), *people* (orang) dan *process* (proses):

- 1) *Planning* (perencanaan), keberhasilan dalam menjalankan perusahaan atau lembaga bisa diraih dengan adanya perencanaan terlebih dahulu. Tidak

ada tujuan yang dicapai dengan mulus tanpa adanya perencanaan yang matang.

- 2) *People* (orang), dalam hal ini seluruh bagian perusahaan perlu menyelaraskan tujuan melakukan *customer relations* ini untuk bekerja sama mencapai pelayanan terbaik dari segala sisi. Pada tahap ini Divisi Humas menjadi yang paling bertanggung jawab untuk memberikan arahan kepada seluruh bagian perusahaan dan mempersuasi mereka untuk mengikuti strategi yang telah dibentuk.
- 3) *Process* (proses), merupakan bagian dari perwujudan rencana yang telah disusun sebelumnya agar bisa mendapatkan hasil yang diharapkan. Proses ini menjadi penentuan berhasil atau tidaknya strategi tersebut di lapangan.

1.6.2 Landasan Konseptual

1) *Public Relations*

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang melakukan strategi komunikasi dengan menggunakan metode komunikasi sehingga komunikasi yang disampaikan menjadi sebuah seni guna menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya, baik internal maupun eksternal.

Public Relations dimaknai sebagai interaksi dan upaya untuk menciptakan opini publik sebagai salah satu input untuk kedua belah pihak. Oleh karena itu, *Public Relations* ini merupakan profesi yang profesional dalam bidang komunikasi dan mempunyai tugas untuk mendorong terwujudnya tujuan perusahaan /lembaga/organisasi secara tepat dan terencana serta terus menerus.

Sebuah lembaga atau perusahaan tidak dapat menjalankan manajemen komunikasi dengan baik tanpa adanya public relations, sedangkan setiap perusahaan atau lembaga pasti memiliki hubungan dengan publiknya yang perlu dijaga. Kasali (2003:63) menjelaskan bahwa *public relations* sangat diperlukan dalam menjalin komunikasi dengan para *stakeholder* agar bisa menyampaikan visi, misi, tujuan dan program organisasi kepada publik. Public Relations berfungsi sebagai perantara antara pimpinan lembaga dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Perusahaan atau lembaga yang memiliki *public relations* di dalamnya akan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan cara berkomunikasi, hal ini juga sangat menunjang untuk jalannya keseluruhan perusahaan/lembaga tersebut.

2) **Strategi *Public Relations***

Strategi merupakan sekumpulan cara untuk melakukan sesuatu agar dapat mencapai tujuan se-efektif mungkin, penggunaan strategi memungkinkan manusia memaksimalkan hasil dengan waktu yang sesingkat-singkatnya atau minimal tidak melebihi estimasi waktu yang telah ditetapkan. Tjiptono (2000:17) mendefinisikan bahwa strategi adalah pendekatan secara menyeluruh terkait ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan sebuah aktivitas dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik mencakup koordinasi tim, bertujuan untuk memahami faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan yang masuk akal, pendanaan yang efisien dan memiliki taktik untuk meraih

tujuan secara efektif. Strategi dibutuhkan dalam segala aspek untuk mempermudah kehidupan dan pekerjaan, termasuk dalam *public relations*.

Strategi dalam *public relations* sendiri diperlukan karena dalam praktiknya terkait dengan banyak pihak sehingga segala sesuatunya harus dilakukan dengan efektif dan efisien agar dapat mencapai target. Pembentukan citra atau upaya mempertahankan dan meningkatkan citra, pengenalan produk/program, dll sebaiknya memakai strategi yang terstruktur dan matang dengan acuan yang positif agar pendekatan kepada publik dapat direspon baik. Strategi yang telah dirancang juga terkadang memerlukan trial and error, namun jangan sampai hal tersebut mengorbankan kenyamanan publik.

3) Pelayanan Publik

Pelayanan merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pemenuhan kebutuhan terhadap pihak terkait. Pelayanan dilakukan untuk memuaskan dan menyenangkan *customer*, tamu, publik, dll. Salah satu hal yang mendasari adanya pelayanan adalah untuk menjalin hubungan positif dengan pihak-pihak yang dilayani. Pelayanan yang baik dan berhasil akan menimbulkan kepuasan dan selanjutnya akan memungkinkan terciptanya loyalitas. Istilah pelayanan prima atau *customer care excellent* sudah tidak asing lagi terutama dalam industri *hospitality*, karena bagi mereka konsumen adalah raja dan merupakan aspek yang menunjang kelangsungan perusahaan.

Pemerintah juga perlu melakukan pelayanan terhadap publik sebagai upaya mewujudkan citra *good governance*, selain itu kedaulatan berada di tangan

rakyat sehingga sudah sepatutnya pemerintah melakukan pelayanan yang layak. Mahmudi (2010:223) mendefinisikan pelayanan publik sebagai segala aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai usaha pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik dapat sangat membantu mencapai tujuan negara karena publik akan merasa lebih dekat dengan pemerintah dan lebih terbuka mengkomunikasikan aspirasi yang berguna.

4) **Manajemen *Customer Relations***

Manajemen merupakan proses pengorganisasian, perencanaan, pengendalian dan pengarahan yang dilaksanakan oleh perusahaan atau lembaga yang memiliki tujuan akhir untuk meraih target yang telah ditetapkan. Hal ini sesuai dengan prinsip *customer relations* yang juga merupakan strategi untuk mencapai target yang didahului dengan tahap perencanaan. Manajemen yang baik dalam sebuah perusahaan akan membawa kepada keberhasilan, termasuk manajemen *customer relations* di dalamnya.

Manajemen *customer relations* sangat krusial untuk menjadi perhatian seorang *public relations*, sebab kegiatan ini merupakan awalan terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan publiknya. Perusahaan yang memperhatikan pelayanan terhadap *customer* dengan memenuhi kebutuhan mereka akan dapat mengesankan *customer* sehingga membentuk reputasi positif. Buttle (2004:2) menjelaskan bahwa manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* merupakan salah satu strategi dalam

berbisnis untuk mengaitkan berbagai proses dan berbagai fungsi dalam perusahaan dengan publik eksternal agar dapat mewujudkan nilai bagi konsumen sasaran untuk menghasilkan profit. Tujuan diadakannya *customer relationship management* salah satunya adalah untuk memanfaatkan informasi yang telah diintegrasikan agar dapat memberikan pelayanan terbaik.

1.7. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sebuah institusi pemerintah yaitu Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang, Jalan Pangeran Soeriaatmadja No.10, Kotakulon, Kec. Sumedang Sel., Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45312. Penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut dikarenakan berdasarkan fenomena yang peneliti amati dan pencarian data pra penelitian yang peneliti lakukan, lokasi tersebut ideal untuk menjadi lokasi penelitian karena memiliki banyak review positif dari publik sehingga sesuai dengan fenomena yang terjadi mengenai reputasi institusi pemerintahan secara umum.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Berdasarkan latar belakang yang peneliti kemukakan, penelitian ini memakai paradigma konstruktivis yaitu cara memandang bahwa suatu kebenaran itu tidak mutlak atau tidak bisa digeneralisasikan melainkan merupakan hasil konstruksi dari masing-masing individu. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis

karena peneliti memandang *public relations* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang sangat menarik dilihat dari tindakan yang dilakukan *security* dan staffnya dalam memperlakukan publik. Berdasarkan kondisi di atas, penelitian ini memakai paradigma konstruktivis untuk mencari tahu secara langsung bagaimana strategi *public relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dalam aspek pelayanan publik.

Pendekatan yang diangkat dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif yang mempunyai tujuan agar dapat menggambarkan fenomena sosial yang ada berupa keunikan yang dimiliki menggunakan bahasa dan kata-kata untuk menyampaikan pesan realita tersebut di lapangan, yang dalam hal ini yaitu mengenai strategi *public relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dalam pelayanan publik.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metode deskriptif yaitu metode yang menjabarkan gambaran rinci mengenai permasalahan dengan fakta-fakta yang didapat dari pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Sugiyono (2016:9) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasar pada filsafat *postpositivisme*, biasanya digunakan untuk meneliti kondisi pada objek penelitian yang bersifat alamiah dimana peneliti sendiri merupakan instrumen paling penting dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data dilakukan dengan bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitiannya berfokus pada makna.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif sebab peneliti akan memberikan gambaran dan menjelaskan secara rinci mengenai strategi *public relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dalam pelayanan publik. Kerangka yang mendasari penelitian ini fokus kepada manajemen *customer relations* sehingga metode penelitian yang digunakan pun akan menyajikan penjelasan mengenai bagaimana proses Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang melakukan *public relations*.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif.

Jenis data yang akan diuraikan oleh peneliti yaitu:

- a. Data mengenai perencanaan Bidang Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang untuk membangun kualitas pelayanan publik.
- b. Data mengenai cara Bidang Humas mengarahkan orang-orang yang terlibat dalam pelayanan publik Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.
- c. Data mengenai proses pelaksanaan pelayanan publik yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.

2) Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua jenis yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang didapat dari sumbernya langsung, yang dalam penelitian ini yaitu Bidang Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang yang bertanggung jawab dalam strategi *public relations* yang dijalankan serta melaksanakan langsung strategi *public relations* tersebut. Sumber data primer ini digunakan untuk mendapatkan respons dari pertanyaan yang peneliti ajukan mengenai peran dan manajemen *customer relations*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapat untuk menjadi pelengkap sumber data primer, dalam artian sebagai pendukung data primer agar hasil penelitian memiliki kekuatan dari fakta-fakta yang ada. Data ini peneliti dapatkan dari internet mengenai bentuk-bentuk pengalaman publik terkait *public relations* yang dilakukan Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan dilakukan dengan pertimbangan pada kriteria informan yang diperlukan, yaitu informan yang dianggap paling memahami mengenai *public relations* dan informan yang terlibat langsung dalam pelaksanaannya. Syarat informan dalam penelitian ini adalah yang terjun langsung dalam aktivitas *public relations* Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang dan telah bekerja selama minimal 1 tahun. Ada dua macam informan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Informan kunci: Dua orang dari Bidang Humas Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang, dalam perihal ini peneliti mengambil dari posisi ketua bidang dan anggota.
- 2) Informan pelengkap: Satu orang dari luar Bidang Humas yang juga ikut serta dalam kegiatan *public relations* di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan keperluan dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang sinkron untuk mengumpulkan hasil yang diharapkan, antara lain:

1) Wawancara mendalam

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan wawancara mendalam kepada informan agar mendapatkan informasi sedetail mungkin untuk keperluan hasil penelitian. Moleong (2005:186) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan proses mencari informasi secara mendalam, transparan dan tidak terikat dengan kepentingan apapun dari informan mengenai permasalahan penelitian. Wawancara mendalam idealnya dilaksanakan sesuai dengan daftar pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelum proses wawancara berlangsung. Jawaban dari informan akan memunculkan pertanyaan baru yang bisa lebih melengkapi jawaban, untuk itu peneliti perlu memiliki kemampuan berimprovisasi dengan mengembangkan pertanyaan lanjutan. Teknik wawancara

mendalam ini peneliti lakukan dengan proses tanya jawab dengan informan dengan pedoman pertanyaan yang telah peneliti persiapkan dan dilakukan langsung di kantor Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang. Tahapan wawancara ini peneliti akan menanyakan tentang konsep *Costumer Relationship Management* yang meliputi *planning* (perencanaan), *people* (orang), dan *process* (proses).

2) Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melakukan pengamatan langsung di lapangan sambil mencatat suasana dan hal-hal penting yang menunjang untuk penelitian. Sugiyono (2014:66) menjelaskan bahwa dalam observasi partisipasi pasif, peneliti mengamati suatu aktivitas tetapi tidak terlibat langsung. Peneliti mengamati bagaimana strategi *public relations* dalam aspek pelayanan publik dijalankan di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang namun peneliti tidak ikut melakukan aktivitas-aktivitas tersebut. Observasi pasif ini dilakukan di kantor Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang agar mendapatkan gambaran yang jelas mengenai proses yang dijalankan terkait memberikan pelayanan kepada publik.

3) Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi untuk mendapatkan hasil yang objektif dari dokumen-dokumen yang diamati. Sukmadinata (2007: 220) mendefinisikan metode

dokumentasi sendiri sebagai pengumpulan data dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen baik yang bentuknya tertulis, gambar, maupun elektronik. Peneliti akan mengamati gambar, video, surat, dan dokumen-dokumen tertentu yang telah diizinkan oleh pihak Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang untuk diamati. Peneliti juga berencana untuk mendokumentasikan sendiri kegiatan *public relations* di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang selama masa observasi dengan dokumen berupa gambar, video serta catatan kecil jika memang memungkinkan untuk dilakukan, hal ini bertujuan agar data yang peneliti dapat menjadi lebih valid.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Data penelitian kualitatif dijabarkan dengan analisis data yang menyediakan data berupa hasil wawancara dan observasi yang telah ditempuh oleh peneliti. Teknik analisis data merupakan langkah yang dimulai dengan mencari data, menyusun dan memahami data yang telah didapat, menjelaskannya dan mengkategorikan data tersebut, kemudian memilih pola yang tepat sehingga bisa ditarik kesimpulan yang lebih mudah dimengerti. Penelitian yang dilakukan peneliti memakai teknik analisis yang dicetuskan oleh Miles & Huberman (1992:16) yang meliputi:

a. Reduksi Data

Reduksi data berisi serangkaian proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah yang muncul

dalam tulisan-tulisan yang dibuat di lapangan. Data kualitatif dapat direduksi dengan berbagai macam cara seperti dengan melakukan seleksi ketat, meringkas menggolongkan dalam pola yang lebih luas, dan lain-lain. Penelitian ini memakai cara-cara reduksi data untuk mengambil poin-poin yang dibutuhkan dari hasil wawancara maupun hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap informan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu cara untuk menyajikan sekumpulan informasi menjadi tersusun sehingga memudahkan untuk menarik kesimpulan atau membuat keputusan. Analisis kualitatif yang valid diyakini dapat dilihat dari penyajian-penyajian yang meliputi berbagai jenis matrik, grafik, bagan dan jaringan. Semuanya dirancang sedemikian rupa agar informasi yang didapat menjadi padu dan mudah dimengerti. Peneliti dengan begitu akan dapat memutuskan untuk menarik kesimpulan atau melakukan analisis lanjutan terhadap data-data tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang sebelumnya telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan harus dapat menjawab rumusan masalah dan pertanyaan penelitian. Makna-makna yang mungkin muncul dari data lain harus peneliti uji kebenaran dan kecocokannya. Penarikan kesimpulan bisa sangat singkat seperti misal meninjau ulang catatan atau juga bisa menjadi sangat proses yang memakan waktu seperti menempatkan suatu temuan dalam

seperangkat data lain. Peneliti akan menarik kesimpulan dari data-data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi yang kemudian juga telah direduksi dan disusun menjadi kelompok-kelompok tertentu.

1.7.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang peneliti dapat dalam penelitian yang dilakukan di Sekretariat DPRD Kabupaten Sumedang. Triangulasi merupakan bagian dari uji kredibilitas yang diartikan sebagai pengecekan data dari beragam sumber dengan waktu yang berbeda-beda. Aspek-aspek yang terdapat dalam triangulasi dibagi menjadi tiga yakni triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data serta triangulasi waktu.

a. Triangulasi Sumber

Digunakan dalam uji kredibilitas data dimana peneliti akan mengecek data yang didapat dari beberapa sumber. Data-data tersebut dianalisis oleh peneliti agar hasilnya dapat berbentuk kesimpulan yang selanjutnya ketiga sumber data akan dimintai kesepakatan (*member check*).

b. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Digunakan dalam uji kredibilitas data dimana peneliti akan mengecek data kepada sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya adalah teknik mengecek data dengan melakukan wawancara, observasi dan kemudian dokumentasi. Jika ada data yang berbeda, maka peneliti

akan melakukan konfirmasi kepada sumber data untuk menentukan data mana yang dianggap paling benar.

c. Triangulasi Waktu

Data yang diperoleh di waktu pagi pada saat melakukan wawancara dengan narasumber yang dalam keadaan masih segar kemungkinan lebih valid dibanding data yang didapat di waktu lain. Jika hasil uji menunjukkan data yang berbeda ketika dilakukan pengecekan dengan teknik wawancara, observasi serta teknik lain, maka perlu dilakukan secara terus-menerus hingga mendapatkan data yang pasti dan kredibel.

Berdasarkan penjelasan tersebut, pada intinya teknik triangulasi digunakan pada data kualitatif dapat memastikan bahwa analisis yang dilakukan peneliti menjadi lebih mendalam, valid dan layak digunakan untuk ilmu pengetahuan yang akurat dalam hal penelitian kualitatif.

