

BAB I

PEDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Upaya meningkatkan pelayanan akan selalu dilakukan pada era persaingan seperti sekarang ini. Pada sebuah instansi yang memberikan sebuah pelayanan jasa ataupun barang, pelayanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan dengan mempertimbangkan bagaimana pelayanan yang ditetapkan dapat memenuhi dan memuaskan masyarakat. Masyarakat saat ini telah diberi berbagai macam fasilitas yang tersedia pada instansi pemerintah, mulai dari pelayanan secara langsung maupun tidak langsung. Instansi pemerintah yang dimaksud ialah yang memberikan berbagai pelayanan serta fasilitas yang ditujukan untuk keperluan masyarakat. Berbagai cara dilakukan agar instansi tersebut dikenal luas serta mendapatkan umpan balik positif dari masyarakat sehingga membangun reputasinya. Dalam hal ini, setiap instansi pemerintah kemudian bersaing untuk dapat melakukan pelayanan terbaiknya.

Penyelenggaraan pelayanan pemerintah atau pelayanan public merupakan upaya negara untuk memenuhi keperluan masyarakat dengan maksud memperoleh tujuan tertentu, yakni kesejahteraan pada masyarakat. Sebagai fasilitator pelayanan publik yang dibutuhkan masyarakat, pemerintah wajib bertanggung jawab dan bekerja keras dalam memberikan pelayanan terbaiknya agar meningkatnya kualitas pelayanan dan memperoleh kepercayaan publik. Seperti yang tertuang pada UU RI No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik bahwa membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan public yang dilakukan penyelenggara pelayanan public merupakan kegiatan yang harus dilakukan.¹ Disisi lain, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pelayanan publik yang diselenggarakan bergantung pada tingkat kepuasan masyarakat. Dengan demikian, pelayanan publik wajib dipusatkan dalam pewujudan kebutuhan masyarakat secara penuh, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

Upaya perwujudan pelayanan prima sendiri berkaitan erat dengan komunikasi efektif dua arah (*two way communications*) yang merupakan ciri khas dari *public Relations*. Untuk itu, *Public Relations* merupakan instrumen paling efektif dalam merencanakan program, memotivasi pegawai, dan mempengaruhi opini pegawai atau

¹ Pelayanan Publik, (Database Peraturan, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2023)

public. Agar perencanaan program berjalan dengan baik, praktisi *public relations* perlu menerapkan strategi agar terwujudnya pelayanan yang optimal salah satunya dengan melakukan manajemen. Manajemen *Public Relations* yakni bagaimana merencanakan dan mengatasi berbagai hambatan yang akan dijumpai oleh perusahaan dengan publicnya. *Public relations* melakukan proses perencanaan agar mendapat pengertian, pengakuan dari public, menghindari kesalahpahaman, dan membentuk citra yang positif.

Public Relations sendiri merupakan aktivitas manajemen yang mengevaluasi tingkah laku publik, mengidentifikasi prosedur serta kebijakan dari instansi untuk dasar kepentingan public. Manajemen memiliki kedudukan penting dalam memastikan bahwa praktisi PR telah melakukan tugas dengan efektif dan efisien. *Public Relations* termasuk elemen yang tidak dapat dilepaskan dari sebuah instansi karena pada dasarnya, kehumasan bertindak sebagai mediator (jembatan penghubung) antara organisasi dan publik melalui sebuah komunikasi. Hampir seluruh instansi baik pemerintah maupun swasta membutuhkan divisi *Public Relations* untuk memelihara dan membangun kepercayaan dan reputasi positif dimata public. Seperti yang dituturkan Alma bahwa *public relations* merupakan kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap perusahaan.²

Peran *Public Relations* dilembaga milik pemerintah disebut juga dengan humas (Hubungan Masyarakat). Divisi Humas dalam instansi pemerintah berperan dalam menyampaikan berbagai informasi dan kebijakan baru pada masyarakat serta memudahkan dan membantu masyarakat dalam memperoleh layanan informasi dengan menyediakan berbagai sarana maupun prasarana. Dalam melakukan manajemen, *Public Relations* diwajibkan melaksanakan aktivitas komunikasi dengan pihak internal dan eksternal instansi sebagai upaya mendukung terwujudnya pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat. Dengan melakukan komunikasi timbal balik, tujuan kedua belah pihak dapat terpenuhi.

Penerapan pelayanan prima penting dilakukan pada instansi yang melakukan kegiatan pelayanan agar terciptanya kepercayaan serta kepuasan public atau pelanggan. Pelayanan prima apabila diterapkan akan membuat publik sadar bahwa dirinya dengan baik diperhatikan. Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara

² Buchari, Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung : CV. Alfabeta, 2002), p.145.

No.63 tahun 2003 bahwa hakikat pelayanan adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat.³ Untuk itu, kantor Dukcapil Sleman sebagai instansi yang melayani masyarakat, harus selalu memberikan pelayanan secara prima dan menjalankan setiap programnya sesuai dengan visi misi yang dimiliki.

Perbaikan layanan publik dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan melaksanakan program – program inovasi yang dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Apabila kebutuhan masyarakat terpenuhi masyarakat akan merasa puas dan tewujudnya pelayanan yang prima. Agar inovasi program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan sukses, diperlukannya peran *public relations* dalam melakukan manajemen. Apabila terdapat kebijakan yang tidak sesuai dengan public, maka humas wajib memberi respond dan menyampaikannya kepada instansi agar segera dilakukannya sebuah evaluasi untuk menemukan solusi. Seperti yang dikatakan Rosady fungsi utama dari manajemen *Public Relations* adalah mengevaluasi dan mengantisipasi efek dari setiap tujuan usulan, kebijakan, perencanaan, dan kepentingan kegiatan pihak organisasi dengan pihak publiknya.⁴

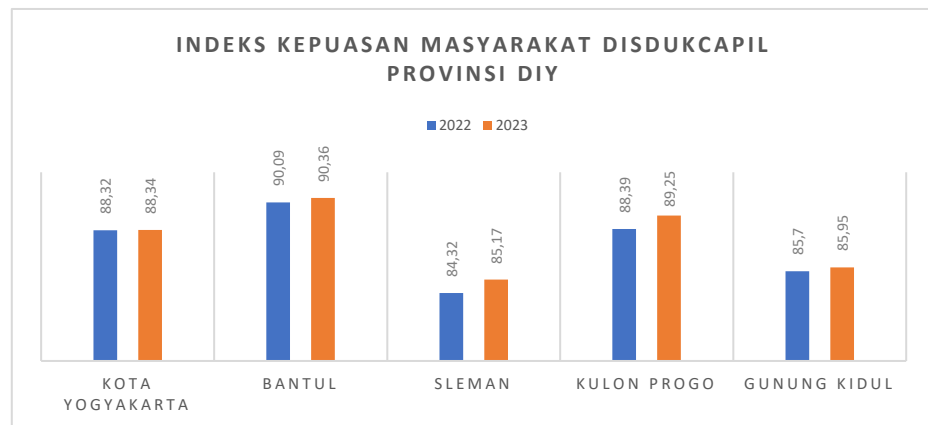
Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sleman merupakan lembaga pengelola berbagai pelayanan administrasi, mulai dari pelayanan pendaftaran kependudukan, pelayanan pencatatan sipil, informasi adminduk, hingga pemanfaatan data serta inovasi pelayanan. Ini berarti, instansi Dukcapil Sleman merupakan instansi yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan melakukan pelayanan public dengan mengaplikasikan dan mensosialisasikan kebijakannya kepada publik. Oleh karena itu, diperlukannya peran humas yang dapat menunjang keberhasilan aktivitas tersebut. Dengan terciptanya informasi pelayanan public yang optimal dan menyenangkan masyarakat, asumsi negative dari masyarakat tidak akan muncul atas pelayanan yang Dukcapil Sleman berikan.

Adapun realitas yang berlangsung dilapangan sendiri berdasar pengamatan yang dilakukan peneliti pada bulan September 2023 masih terdapat beberapa permasalahan dalam pelayanan. Terdapat kritik dan keluhan dari masyarakat yang diutarakan secara langsung maupun melalui internet. Keluhan tersebut antara lain

³ Laksana, Mukarom, Manajemen Pelayanan Publik, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), p.149

⁴ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2020), p.41

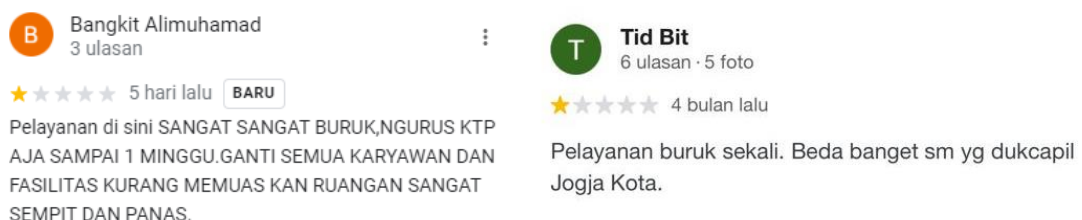
proses pelayanan yang berbelit – belit dan waktu penyelesaian dokumen yang cukup lama. Dari hasil laporan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil yang peneliti peroleh dari berbagai sumber resmi, juga menunjukkan bahwa Kantor Dukcapil Kabupaten Sleman mendapat angka paling rendah dibanding dengan Dukcapil lainnya pada Provinsi DIY.



Gambar 1.1: Laporan IKM Disdukcapil Provinsi DIY

Seperti yang dikatakan diawal, bahwa kepuasan masyarakat merupakan tolak ukur keberhasilan penyelenggaraan pelayanan. Pada gambar diatas terlihat bahwa kepuasan masyarakat terhadap pelayanan Dukcapil Sleman hanya sedikit dibanding dengan Dukcapil. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan belum optimal.

Begitupun pada review google Dukcapil Sleman 2023, dari 288 ulasan terdapat 25% masyarakat merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan. Berikut contoh keluhan dari masyarakat yang diutarakan.



Gambar 1.2: Keluhan Masyarakat

Sumber: Kolom Review Google Maps Kantor Dukcapil Kab.Sleman

Ini terbukti memang terdapat permasalahan dalam pelayanan di Kantor Dukcapil Kabupaten Sleman sehingga membuat masyarakat tidak puas dengan layanan publik yang diterima. Padahal, masyarakat seharusnya mendapatkan pelayanan yang baik, tepat waktu, dan dapat mengurus administrasinya dengan mudah. Pelayanan yang tidak memuaskan, maka akan berdampak negative pada instansi itu sendiri. Namun demikian, masih terdapat beberapa pegawai yang maksimal dalam memberi pelayanan, seperti membantu masyarakat yang tidak paham, bersikap ramah, serta melayani dengan cepat dan tanggap. Hal ini dibuktikan dengan adanya respond positif dari masyarakat seperti memberi unjuk jempol, tersenyum, dan berterima kasih saat setelah selesai mengurus administrasi.

Dengan tersedia banyaknya jenis pelayanan yang disuguhkan kepada masyarakat, tak luput bagaimana tugas humas dalam melaksanakan manajemen mulai dari menemukan permasalahan, melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Seperti yang diutarakan Scott M, Cutlip, Aleen H. Center dan Glen M. Broom, PR merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi berbagai kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.⁵ Namun permasalahannya, bagaimana pelaksanaan proses manajemen humas di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kab.Sleman dalam mewujudkan pelayanan prima kepada masyarakat sebagai instansi yang berhadapan langsung dengan masyarakat. Dengan tersedianya pelayanan yang baik, maka akan terwujudnya kepentingan bersama, memperoleh feedback yang positif, dan reputasi instansi menjadi baik.

Kantor Disdukcapil Kabupaten Sleman merupakan lembaga pemerintahan yang berjalan dibidang pelayanan public dengan menyediakan berbagai jenis pelayanan yakni mulai dari pelayanan yang dilakukan secara offline, online, ataupun mandiri. Adapun sasaran publik yang menjadi pelanggan dalam aktivitas pelayanannya yakni masyarakat selaku pemohon yang memiliki kebutuhan dalam kepengurusan dokumen adminduk. Kantor ini beralamat di Jl. KRT. Pringgodingrat Nomor 3 Beran, Beran Kidul, Tridadi, Kec.Sleman, Kabupaten Sleman, DIY.

⁵ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2020), p.25

Berdasarkan penguraian deskripsi latar belakang permasalahan penelitian di atas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian ini dengan memberi judul “Manajemen *Public Relation* Disdukcapil Kab.Sleman dalam Mewujudkan Pelayanan Prima kepada Masyarakat”

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari pemahaman yang sudah diuraikan di latar belakang penelitian diatas, untuk itu, rumusan masalah yang dimiliki oleh penelitian ini yaitu bagaimana Manajemen *Public Relations* Disdukcapil Kabupaten Sleman dalam Mewujudkan Pelayanan Prima Kepada Masyarakat.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tiap – tiap penelitian yang dilaksanakan pasti mempunyai tujuan yang diharapkan. Tujuan pada penelitian ini yakni untuk melihat seperti apa Manajemen *Public Relations* Disdukcapil Kab.Sleman dalam Mewujudkan Pelayanan Prima kepada Masyarakat.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Dari tujuan penelitian diatas, terdapat harapan dari manfaat yang didapat melalui penelitian ini, yakni :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa memperbanyak dan memperluas pengetahuan ilmiah, khususnya yang berkenaan dengan Manajemen *Public Relations* dalam mewujudkan pelayanan prima kepada Masyarakat dan sebagai acuan informasi untuk calon peneliti yang akan melaksanakan jenis riset yang serupa.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan pelaksanaan penelitian bisa memberi manfaat praktis kepada pihak yang terkait pada topik penelitian ini. Bagi Perusahaan: memberikan kesadaran dan pemahaman terkait pentingnya manajemen *public relations* dalam mewujudkan pelayanan prima agar meningkatnya reputasi instansi. Bagi Praktisi *Public Relations*: memberikan pengetahuan terkait bagaimana *manajemen public relations* yang baik sehingga dapat mewujudkan pelayanan prima sesuai dengan fungsi dan

tugas *Public Relations* yang sebenarnya. Bagi Pembaca: Memberikan ilmu baru dan memperluas pengetahuan terkait manajemen *Public Relations* dalam mewujudkan pelayanan prima kepada masyarakat di disdukcapil.

1.5. METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1. Paradigma Penelitian

Menurut Harmon dalam Moleong “Metodologi Penelitian Kualitatif”, paradigma merupakan cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas.⁶ Paradigma penelitian sebagai dasar peneliti untuk menentukan kerangka berpikir yang menuntun peneliti dalam merumuskan konsep teori, metode, serta teknik analisis data yang digunakan sehingga berkesinambungan. Adapun paradigma penelitian ialah suatu cara pandang peneliti terhadap asumsi-asumsi dasar dari suatu penelitian yang diimplementasikan dalam model, metode dan pelaksanaan penelitian.⁷

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini ialah konstruktivisme yang berarti hampir merupakan antithesis dari paham yang meletakkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma tersebut menganggap bahwa kebenaran akan suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran realitas sosial bersifat relative. Teori konstruktivisme mengemukakan bahwa seseorang memberikan kesan dan bertindak sesuai dengan apa yang ada dalam pikirannya, kenyataan tidak memandang sesuatu secara langsung tetapi disaring dahulu melalui bagaimana seseorang memandang sesuatu.⁸

1.5.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang dipakai yakni deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan data yang dikumpulkan berupa, kata-kata, gambar, bukan angka-angka.⁹ Dalam laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan wawancara, catatan lapangan, dan

⁶ Lexy J, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), p.49

⁷ Zuchri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), p.33

⁸ Morissan, Teori Komunikasi Organisasi, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), p.107

⁹ Lexy J, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Ed Revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), p.11

dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif peneliti sebagai human instrument dan dengan teknik pengumpulan data *participant observation* (observasi berperan serta) dan *in depth interview* (wawancara mendalam), maka peneliti harus berinteraksi dengan sumber data.¹⁰

Deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat terkait fenomena yang diteliti. Metode deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian ini supaya mendapatkan gambaran pada proses manajemen PR dalam mewujudkan pelayanan kepada masyarakat di disdukcapil Kabupaten Sleman.

1.5.3. Subyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan subyek dari pihak yang memiliki kewenangan dalam memberikan keterangan informasi terkait realitas keadaan di lapangan sehingga didapatkan banyak data dan menciptakan informasi yang benar. Adapun yang menjadi subyek penelitian ini ialah Humas Internal pada divisi Sekretariat seksi Kerja sama dan Inovasi Pelayanan yang melakukan tindak manajemen mulai dari perencanaan, pengarahan, hingga evaluasi dan juga Humas eksternal pada Divisi PIAK yang melakukan publikasi informasi pelayanan melalui berbagai media.

- 1) Ety Ratnawati, S.Si (Seksi Kerja Sama dan Inovasi Pelayanan Divisi Skeretariat) menjabat selama 5 Tahun 5 bulan
- 2) Yulia Sukawati Suyamto, S.Kom (Divisi Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan dan Pemanfaatan Data (PIAK)) menjabat selama 4 tahun 3 bulan

1.5.4. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan teretak di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kab.Sleman yang beralamatkan di Jl. KRT. Pringgodingrat No.3, Beran Kidul, Tridadi, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, DIY. Dinas Dukcapil Kab.Sleman dipilih karena merupakan lembaga pemerintahan pelayanan public yang memerlukan pentingnya manajemen *public relations* dalam mewujudkan pelayanan prima agar terwujudnya visi misi dinas dalam lingkup pelayanan. Penulis memfokuskan penelitian ini kepada proses manajemen yang dilakukan oleh *public*

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2013), p.9

relations Dukcapil sebagai objek penelitian utama khususnya dalam perwujudan pelayanan prima.

1.6. JENIS DATA

Jenis data kualitatif berguna untuk mengartikan data yang mentah menjadi penjelasan dan uraian yang lebih mudah dimengerti. Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang dipakai mencakup data primer, selaku data utama penelitian dan data sekunder, selaku data pendukung penelitian.

1.6.1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapat melewati observasi dan juga wawancara secara langsung pada informan atau narasumber yang dianggap mampu dalam memberikan keterangan realitas yang terjadi dilapangan. Data primer dapat berwujud pendapat opini secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu.¹¹

Perolehan data ini dilakukan melalui pelaksanaan observasi dan wawancara langsung terhadap subjek yang bersangkutan yakni praktisi *Public Relations* yang terdapat pada Divisi Kerja Sama dan Inovasi Pelayanan dan pada divisi Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK).

1.6.2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang didapat melalui pihak lain, tidak langsung didapat oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi.¹²

Data sekunder ialah data yang sudah tersedia sebelumnya dan sengaja dikumpulkan untuk melengkapi keperluan data pada penelitian yang sedang diteliti. Peneliti memperoleh data sekunder dari artikel, situs web, publikasi media, laporan, dan berbagai keterangan lainnya yang berkaitan akan permasalahan yang diselidiki atau dari instansi yang terkait.

¹¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2008), p. 138

¹² *Ibid.* p.138

1.7. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1.7.1. Observasi

Metode pengamatan atau observasi ialah kegiatan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengumpulkan data dengan memanfaatkan panca indera mata dan panca indera lainnya, disertai pencatatan terhadap keadaan. Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan teknik observasi, dengan mengadakan pengamatan pada aktivitas kehumasan dan pelayanan pada Kantor Disdukcapil Kabupaten Sleman.

1.7.2. Wawancara

Wawancara ialah proses berkomunikasi secara tanya jawab antara peneliti (*interviewer*) dengan narasumber atau subjek dari penelitian agar bisa mendapatkan serta mengumpulkan keterangan. Dalam teknik ini, peneliti mengajukan pertanyaan – pertanyaan yang telah disiapkan dan dibuat kerangka sistematis sebelum datang ke lokasi. Peneliti melakukan wawancara semi struktur dengan memakai pedoman wawancara pokok lalu pertanyaan dikembangkan setelah informan tersebut menjawab. Wawancara ini ditujukan untuk memahami bagaimana manajemen humas dalam mewujudkan pelayanan prima kepada masyarakat di Disdukcapil Kabupaten Sleman. Adapun wawancara ini dilakukan kepada (Ety Ratnawati, S.Si) selaku PR internal pada divisi Sekretariat seksi Kerja Sama dan Inovasi Pelayanan dan (Yulia Sukawati Suyamto, S.Kom) selaku PR eksternal pada divisi Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK).

1.7.3. Dokumentasi

Dokumen yaitu catatan peristiwa yang telah terjadi atau berlalu. Data tersebut dapat berbentuk berbagai dokumen, baik dokumen gambar, elektronik, maupun tertulis. Peneliti menggunakan dokumentasi dengan tujuan memperjelas data yang diperoleh dari interview dan observasi, karena dokumentasi merupakan sumber data yang intern dari perusahaan.

Metode dokumentasi ini dilakukan peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen, tulisan, atau foto-foto yang berguna sebagai informasi dalam penelitian ini.

1.8. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis 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 bahan – bahan lain sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹³ Proses analisis data dimulai dengan memilah terlebih dahulu seluruh data yang diperoleh. Penerapan model analisis interaktif Miles and Huberman pada teknis analisis data mencakup: data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), serta conclusions (verifikasi/penarikan kesimpulan).

1.8.1. Reduksi Data

Peneliti mencatat seluruh data dan memilih hal pokok yang sudah didapatkan secara merinci. Data akan diperoleh deskripsi yang lebih terang dan memudahkan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan informasi data selanjutnya. Data yang didapat ialah hasil catatan lapangan dari kegiatan wawancara serta observasi yang dilaksanakan. Kemudian direduksi agar data tidak menumpuk dan menyulitkan peneliti dalam menganalisis dengan melakukan pemilihan informasi yang berhubungan, bermakna, dan relevan, dengan permasalahan yang akan dibahas dan diteliti.

1.8.2. Penyajian Data

Data yang sudah didapatkan kemudian digabungkan dan peneliti olah berdasarkan kategori yang ingin dipahami persoalannya. Penyajian data dilakukan pada seluruh data yang didapatkan di lapangan yang berwujud hasil observasi, dokumentasi serta wawancara. Selanjutnya seluruh informasi disusun dengan diuraikan dan disajikan rapi sesuai dengan data dan realitas yang didapat agar peneliti memahami apa yang terjadi.

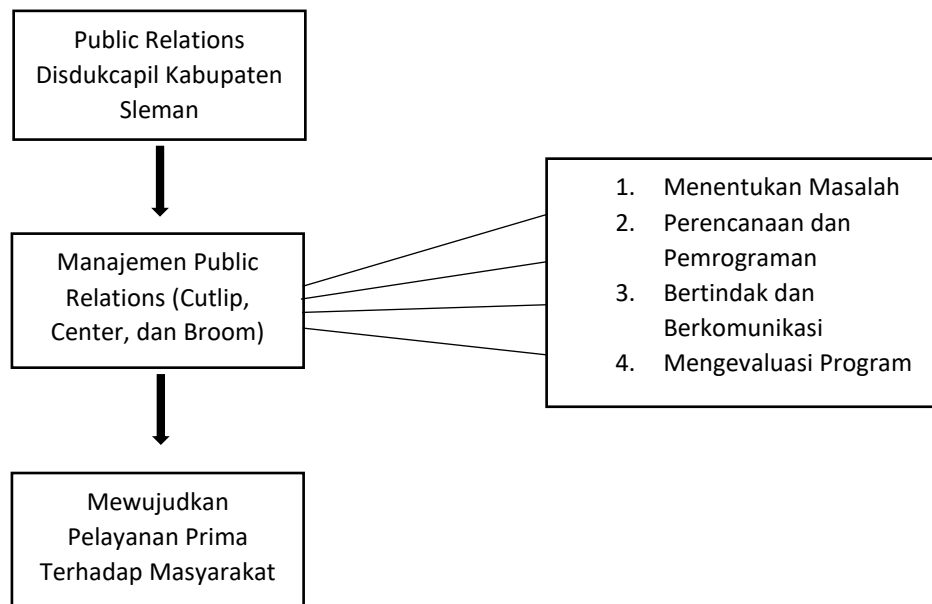
¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013), p.244

1.8.3. Mengambil Kesimpulan

Terakhir peneliti menarik kesimpulan/data verifikasi terhadap data-data yang sudah diolah. Namun, kesimpulan diawal dapat berubah dan masih bersifat sementara karena dikhawatirkan peneliti tidak menemukan bukti/data - data yang valid dan konsisten ketika kembali ke lapangan. Setelah menemukan bukti, data atau informasi pendukung lainnya secara lengkap dan valid, barulah dapat dibuat kesimpulan akhir.

1.9. KERANGKA KONSEP, DEFINISI KONSEP, DAN DEFINISI OPERASIONAL

1.9.1. Kerangka Konsep



Gambar 1.3 : Kerangka Konsep

1.9.2. Definisi Konsep

1.9.2.1. *Public Relations*

Public Relations diartikan sebagai praktisi yang bertugas membantu terlaksananya manajemen perusahaan dalam menghadapi persoalan yang tidak terduga dan menganggapi opini public. Sedangkan menurut Cutlip, Center, dan Broom mengatakan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara

organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.¹⁴

Dengan demikian, *public relations* mempunyai hubungan yang erat dan terikat dengan manajemen. Dengan keahliannya melakukan perencanaan dan membangun kerja sama yang baik dengan berbagai pihak akan mendorong organisasi mencapai tujuannya.

1.9.2.2. Proses Manajemen *Public Relations*

Dalam melaksanakan sebuah manajemen, praktisi PR perlu melalui proses beberapa tahap terstruktur agar program yang direncanakan terlaksana dengan maksimal dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Proses manajemen PR yang digunakan ialah teori dari Cutlip, Center, dan Broom yang berdasar pada empat tahap yakni:¹⁵

- 1) Menentukan Masalah. Mencakup penyelidikan dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap, dan perilaku pihak – pihak yang terkait dan dipengaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi.
- 2) Perencanaan dan pemrograman. Informasi yang dikumpulkan sebelumnya digunakan untuk membuat keputusan terkait program, strategi, tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran. Langkah ini mempertimbangkan temuan dalam membuat kebijakan dan program organisasi.
- 3) Bertindak dan Berkomunikasi. Langkah ini mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing – masing public dalam rangka mencapai tujuan program.
- 4) Mengevaluasi Program. Langkah terkahir meliputi penilaian akan persiapan, pelaksanaan, dan hasil program.

1.9.2.3. Pelayanan Prima

Pelayanan prima ialah pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan mutu pelayanan yang baik atau berkualitas, menyuguhkan pelayanan yang maksimal, yang bisa memenuhi keperluan serta keinginan masyarakat sehingga masyarakat merasa puas. Pelayanan ini sebagai bentuk kepedulian perusahaan atau organisasi kepada masyarakat.

¹⁴ Cutlip, Center, Broom, *Effective Public Relations*, Ed 9, (Jakarta: Kencana, 2016), p.6

¹⁵ Cutlip, Center, and Broom, *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*, (Jakarta: Kencana, 2016), p.320

Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam perusahaan maupun diluar perusahaan.¹⁶

Strategi pelayanan prima perlu memperhatikan hal selain melaksanakan metode pelayanan administrasi secara cekatan, namun juga, bagaimana memperlakukan masyarakat, dengan menunjukkan cara melayani yang sebaik mungkin serta mewujudkan persepsi atau anggapan positif dari pihak masyarakat.

1.9.3. Definisi Operasional

1.9.3.1. Manajemen *Public Relations*

Manajemen *public relations* bertujuan memaksimalkan fungsi manajemen untuk meningkatkan dan menciptakan hubungan kerja sama antara instansi dengan publik dalam kepentingan bersama agar mendapat pengakuan baik dari public. Peneliti menggunakan teori dari Cutlip, Center, and Broom yakni dalam pelaksanaannya, manajemen humas melewati empat tahap proses, yaitu:

1) Menentukan Masalah

Tahap ini digunakan untuk menyelidiki dan memantau ataupun menganalisis kondisi yang tengah terjadi antara instansi dengan masyarakat. Dukcapil Kabupaten Sleman melakukan analisis terkait apa yang dibutuhkan masyarakat dan permasalahan yang terjadi dengan melihat kritikan & keluhan masyarakat atas kebijakan pelayanan yang ditetapkan instansi.

2) Perencanaan dan Pemrograman

Dari analisis yang telah dilakukan, selanjutnya menentukan sebuah rencana dan program yang akan dilakukan. Pada tahap ini Disdukcapil Kabupaten Sleman merancang sebuah rencana dan program solusi atas hasil analisis permasalahan sebelumnya. Apa yang seharusnya diubah, lakukan, dan dikatakan terhadap pelayanan kepada masyarakat.

3) Bertindakan dan Berkomunikasi

Pada fase ini, dilakukannya tindakan atas perencanaan yang telah ditetapkan dan melaksanakan komunikasi yang efektif agar dapat mempengaruhi target sasaran sehingga tercapai tujuan. Humas Dukcapil Kabupaten Sleman menentukan

¹⁶ Daryanto, Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), p.53

siapa yang harus melaksanakan dan mengatakannya, kapan, dimana, dan bagaimana caranya.

4) Mengevaluasi Program

proses terakhir ini, Disdukcapil Kabupaten Sleman melakukan penilaian atas program yang telah dilaksanakan. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat umpan balik yang diterima. Dengan melakukan evaluasi, akan diketahui sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program dan menjadi acuan untuk memperbaiki program setelah terjawab pertanyaan “Bagaimana kondisi kita saat ini atau seberapa baik usaha yang telah kita lakukan?”

1.9.3.2. Pelayanan Prima (Service Excellent)

Pelayanan prima ialah pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan mutu pelayanan yang baik atau berkualitas, menyuguhkan pelayanan yang maksimal, yang bisa memenuhi keperluan serta keinginan masyarakat sehingga masyarakat merasa puas. Pelayanan ini sebagai bentuk kepedulian instansi kepada masyarakat.

Seandainya layanan publik yang diperoleh masyarakat melebihi harapannya, maka mutu pelayanan dapat dikatakan memiliki mutu yang unggul. Sebaliknya, seandainya layanan publik yang diperoleh masyarakat lebih rendah dari apa yang telah diharapkan, maka mutu pelayanan dapat dikatakan buruk.