

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sumber lampau dari hasil penelitian yang nantinya diusahakan oleh peneliti untuk membandingkan penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian terdahulu juga bisa berfungsi sebagai sumber inspirasi yang nantinya membantu pelaksanaan penelitian. Selain itu peneliti juga bisa memeriksa apa yang kurang dan kelebihan untuk dikembangkan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Masalah	Metode	Teori	Hasil
1	Eko Prasetyo, 2021	Analisis Kualitas Pelayanan Perizinan Melalui <i>Online Single Submission</i> (OSS) Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Binjai (Studi Kasus Pelayanan Izin Usaha Jasa Kontruksi (IUJK))	Berdasarkan data tersebut pelayanan publik di pemerintah Kota Binjai masih belum mencapai target yang diinginkan untuk tingkat kepatuhan terhadap pelayanan publik sesuai dengan target utama penilaian Ombudsman Republik Indonesia khususnya pelayanan publik di bidang pelayanan perizinan dan non perizinan.	Deskriptif Kualitatif	5 indikator pelayanan: <i>Tangible</i> (berwujud), <i>Reliability</i> (kehandalan), <i>Responsiviness</i> (ketanggapan), <i>Assurance</i> (jaminan), <i>Empathy</i> (empati).	Dinilai baik tetapi belum optimal, dikarenakan tim teknis pelayanan tidak melekat pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kota Binjai yang menyebabkan keterlambatan penyelesaian izin di DPMPTSP Kota Binjai.

2	Indra Suhaeman, 2022	Inovasi Pelayanan Berbasis Online Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai	Inovasi pelayanan berbasis online di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Sinjai ini belum berjalan maksimal dan belum mencapai titik dari tujuan di luncurkannya	deskriptif kualitatif	5 (lima) atribut inovasi yaitu, <i>relative advantage</i> atau keunggulan <i>relative Compatibility</i> atau kesesuaian, <i>Complexity</i> atau kerumitan, <i>Triability</i> atau kemungkinan, <i>Observability</i> atau kemudahan.	Menghadirkan berbagai keunggulan dan kemudahan dibandingkan inovasi sebelumnya, sehingga masalah pada inovasi sebelumnya seperti perlunya tanda tangan camat, lurah dan surat tanah kini sudah dapat teratasi cukup mempunyai KTP, NPWP, dan <i>E-mail</i> aktif. akan tetapi inovasi pelayanan online terdapat kendala pada masyarakat yang tidak mampu memahami perkembangan teknologi dan tidak mempunyai akses internet yang memadai.
3	Ika Ruwaina, 2019	Efektivitas Kebijakan <i>Online Single Submission</i> Dalam Pelayanan Perizinan Berusaha Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah	OSS resmi diluncurkan per Juli 2018, namun masih terdapat beberapa kendala yaitu kurang siapnya infrastruktur dan sistem OSS dan masih minimnya pengetahuan tentang OSS baik	Deskriptif kuantitatif	2 (dua) indikator oleh Campbell (1999) yaitu ketepatan sasaran kebijakan dan pencapaian tujuan kebijakan menggunakan	Menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan OSS dalam pelayanan perizinan berusaha di Dinas Penanaman Modal dan

			oleh pegawai PTSP maupun masyarakat terkhusus para pemilik perusahaan. Selain itu sistem yang masih baru tersebut masih terus mengalami pengembangan (<i>development</i>) serta kurangnya koordinasi antar pemegang kewenangan dan beberapa lembaga/instansi terkait sistem OSS.		deskriptif persentase dengan melihat keberhasilan kebijakan dengan target dan tujuan kebijakan OSS pada DPMPTSP Jawa Tengah.	Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah tergolong kedalam kategori kurang efektif dengan hasil perhitungan efektivitas sebesar 76,3%. Hal tersebut diperoleh dari indikator ketepatan sasaran kebijakan dalam kategori kurang efektif dan pencapaian tujuan kebijakan dalam kategori sangat efektif.
4	Nuzuli Fitriani, 2020	Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur Dalam Mengkampanyekan Imunisasi <i>Measles Rubella</i> (Mr) Tahun 2017	Pemerintah terus melakukan upaya membangun kesadaran masyarakat melalui kampanye imunisasi. Pentingnya kampanye imunisasi MR dilakukan untuk mencapai eliminasi campak dan pengendalian rubella yang menjadi masalah kesehatan dunia. Untuk itu, Pemerintah dengan gencar melakukan imunisasi massal	Deskriptif kualitatif	Strategi Komunikasi melalui Sosialisasi dan Pelatihan, Strategi Komunikasi melalui Kerjasama, Strategi Komunikasi melalui Media, Strategi Komunikasi melalui Pemilihan Komunikator yang Tepat	Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur menggunakan beberapa strategi komunikasi dalam kampanyenya, yaitu strategi komunikasi melalui sosialisasi dan koordinasi, strategi komunikasi melalui kerjasama, strategi komunikasi

			fase pertama di pulau Jawa dan Provinsi Jawa Timur mendapat prosentase paling tinggi yaitu 105,32%.			melalui media, dan strategi komunikasi melalui pemilihan komunikator yang tepat.
--	--	--	---	--	--	--

Oleh karena itu maka adanya perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti. Perbedaannya pada 1) Judul penelitian, 2) Objek penelitian, 3) Pembahasan penelitian, 4) Permasalahan penelitian, dan 5) Konsep yang digunakan.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar manusia baik individu maupun kelompok.

Menurut William I. Gordon menjelaskan bahwa dalam Bahasa Inggris komunikasi adalah *communication* dan berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Definisi komunikasi juga tidak ada yang benar ataupun salah. Definisi harus dilihat kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Komunikasi didefinisikan secara berbeda bagi setiap ahli

komunikasi dan melihat fenomena komunikasi manusia dari sudut pandang mereka sendiri (Yasir, 2020 : 4).

Disimpulkan bahwa komunikasi dapat dilihat dari fenomena apa yang terjadi dan dievaluasikan. Ahli komunikasi juga memiliki banyak definisi dikarenakan banyaknya sudut pandang mereka terkait fenomena yang terjadi .

Menurut Wiliam F. Glueck, komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama:

1. Interpersonal Communications
Proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih didalam kelompok kecil manusia.
2. Organization Communications
Pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak didalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga yang berhubungan.
(Wiliam F. Glueck dalam Yasir,2020)

Oleh karena itu, komunikasi sangat penting dikarenakan komunikasi dapat digunakan sebagai saling bertukar pesan, pendapat dan juga memiliki hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok. Komunikasi juga dapat berguna untuk saling memberikan informasi kepada banyak orang dan hal ini sangat berguna untuk pribadi dan suatu organisasi atau kelompok.

Menurut Trenholm dan Jensen (1992:8 dalam Yasir, 2020), adalah proses dimana manusia secara kolektif menciptakan dan meregulasikan realitas sosial. Definisi ini dapat diuraikan menjadi beberapa hal penting yang berkaitan dengan pengertian komunikasi:

1. Komunikasi sebagai proses (*communication as process*)
2. Komunikasi sebagai ciri khas manusia yang unik (*communication as uniquely human*)
3. Komunikasi sebagai aktivitas kolektif (*communication as collective activity*)

4. Komunikasi sebagai usaha kreatif (*communication as creative endeavor*)
5. Komunikasi sebagai pengatur (*communication as regulator*)
(Trenholm dan Jensen, 1992: 8-10).

Garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah kegiatan bertukar pendapat antar manusia baik individu maupun kelompok. Komunikasi juga dilihat dari fenomena komunikasi manusia dari sudut pandang mereka sendiri.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi sangat penting dan sangat diperlukan untuk kehidupan sehari-hari baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok.

Menurut Rahmawati (Rahmawati, 2021:43) antara lain:

1. Komunikasi berfungsi untuk memahami diri sendiri dan orang lain dalam suatu kelompok, hal ini berguna untuk mengungkapkan siapa diri kita dan bagaimana orang lain mempengaruhi kita dengan berkomunikasi dua arah.
2. Komunikasi berfungsi untuk mewujudkan relasi yang penuh makna.
3. Menjalinkan relasi dapat memperhatikan diri sendiri dan mempertimbangkan kebutuhan orang lain.
4. Komunikasi berfungsi untuk menguji dan merubah sikap dan perilaku.
(Rahmawati, 2021:43 dalam (Milyane et al., 2022))

Maka dari itu fungsi komunikasi sangat penting untuk individu maupun kelompok dikarenakan dapat memahami diri sendiri dan orang lain, mencari relasi, memperhatikan diri sendiri dan orang lain dan juga dapat merubah sikap seseorang.

Menurut Lutfi Basit, (Basit, 2018:44) terdapat empat fungsi komunikasi yaitu,

1. Menginformasikan : memberikan informasi kepada masyarakat, menginformasikan kepada masyarakat terkait peristiwa yang terjadi, pikiran dan tingkah laku orang lain, dan segala hal yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik : sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi dapat menyampaikan ide dan pikiran kepada orang lain sehingga mendapat informasi dan pengetahuan.
3. Menghibur : komunikasi berguna juga untuk menghibur orang lain dan mempengaruhi setiap individu.

4. Mempengaruhi : berfungsi untuk mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, berusaha mempengaruhi jalan pikiran, dapat merubah sikap dan tingkah laku sesuai yang diharapkan.
(Basit,2018:44 dalam (Milyane et al., 2022)).

Disimpulkan bahwa dari fungsi komunikasi diatas maka komunikasi sangat berguna bagi diri sendiri dan untuk orang lain.

Menurut Mudjito (n.d), mengatakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.
(Mudjito dalam (Suryanto, 2015:29)).

Disimpulkan bahwa komunikasi sangat berguna bagi organisasi karena komunikasi dapat membuat suatu organisasi mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan fungsi komunikasi diatas, maka komunikasi memegang peranan penting untuk diri sendiri, orang lain maupun dalam suatu organisasi.

Kehidupan kita sehari-hari, apabila kita memiliki suatu jabatan atau berperan sebagai seorang pemimpin, maka kita sering berhubungan dengan masyarakat. Dalam hal ini kita berusaha untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti, sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai.

Komunikasi merupakan hal yang penting untuk dipelajari dengan seksama dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Secara umum komunikasi dalam organisasi di definisikan sebagai kegiatan mengirim atau menerima berbagai pesan organisasi pada kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam organisasi, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Adapun media yang digunakan dalam praktek komunikasi di organisasi meliputi : media komunikasi tertulis, lisan maupun digital.

2.1.3 Model Perencanaan Komunikasi

Model Perencanaan Komunikasi Secara garis besar model dapat dibedakan atas dua macam : (Hafied Cangara., 2013 : 48)

1. Model fungsional, berusaha mengspesifikasikan hubunganhubungan tertentu diantara berbagai unsur dari suatu proses serta menggeneralisasikan menjadi hubungan baru. Model fungsional banyak digunakan dalam pengkajian ilmu tingkah laku manusia (behavioral science).
2. Model operasional, menggambarkan proses dengan cara melakukan langkah-langkah pelaksanaan suatu program dengan berusaha mengspesifikasikan tugas dan hubungan antara komponen pendukung, serta membuat proyeksi terhadap kemungkinan yang bisa mempengaruhi proses pelaksanaan.

2.1.4 Elemen-elemen dalam Perencanaan Komunikasi

Elemen utama dalam perencanaan komunikasi terdapat empat macam elemen, yaitu:

1. Tujuan (Objective) yaitu kondisi masa depan yang akan dicapai

2. Aksi (Action) yaitu serangkaian kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. • Sumber daya (Resouces) yaitu hal-hal yang dibutuhkan dalam melaksanakan aksi.
3. Pelaksanaan (Implementation) yaitu tata cara dan arah pelaksanaan kegiatan. (Hidayat, 2015 : 79)

Untuk menunjang keberhasilan perencanaan komunikasi, maka perlu dipahami elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi antara lain:

1. Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan
2. Pesan adalah ide atau informasi yang disampaikan
3. Media adalah sarana komunikasi
4. Komunikan adalah sasaran atau pihak yang menerima pesan
5. Umpan balik adalah respon dari komunikan terhadap pesan yang diterimanya. (Hidayat, 2015 : 80).

2.1.5 Pengertian Strategi

Strategi diciptakan oleh bangsa Yunani dan memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu perang dan untuk memenuhi kebutuhan perang. Strategi dibuat untuk memberikan rincian data atau informasi terkait musuh dan digunakan untuk mengalahkan musuh dalam peperangan. Jadi strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan efektif demi mencapai kemenangan dalam suatu pertempuran (Bracker, 1980; Stead & Stead, 2008 Steiner & Miner, 1977). Strategi juga merupakan kemiliteran yang diartikan sebagai seni perang (*The art of generals*)

atau desain perang terbaik untuk menang (Cangara, 2014:61). Seiring perkembangan jaman, strategi digunakan juga dalam bidang organisasi.

Strategi menurut Stainer dan Miner, "strategi" mengacu pada mewujudkan misi organisasi, mencapai tujuan organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan, dan memastikan bahwa pelaksanaannya dilakukan sesuai dengan tujuan organisasi.

Organisasi atau perusahaan yang menggunakan strategi biasanya lebih mudah mencapai tujuan dibandingkan dengan yang tidak menggunakan strategi di dalam suatu perusahaan dan organisasi. Karena strategi memiliki peran penting dalam mencapai tujuan yang diharapkan suatu organisasi atau perusahaan.

2.1.6 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai suatu tujuan, strategi tidak berguna sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus taktik operasionalnya (Abidin, 2015 :155). Oleh karena itu, dalam berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan bisa mencapai target yang diinginkan.

Strategi komunikasi adalah cara atau teknik yang digunakan agar pesan dan isu dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Secara garis besar, kemampuan mengelola komunikasi meliputi:

1. Kemampuan manajemen komunikasi yang efektif. adalah strategi komunikasi yang dilaksanakan dengan mempertimbangkan kondisi psikologis, biologis, dan fisik kelompok sasaran. Komunikasi yang efektif dilakukan dalam komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan penggunaan media.
2. Strategi komunikasi terencana. Kompetensi manajemen komunikasi diwujudkan dengan bantuan metode perencanaan, aktivasi, implementasi dan evaluasi. Perencanaan komunikasi biasanya didahului dengan penelitian yang tujuannya adalah untuk melihat dan mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh kelompok sasaran. Siklus komunikasi juga mencakup saluran komunikasi dan umpan balik yang diperlukan serta ukuran hasil.
(Cangara, 2013)

Oleh karena itu agar strategi komunikasi dapat diterima dan tepat sasaran maka harus memiliki kemamuan dalam mengelola komunikasi.

Strategi komunikasi adalah aktivitas komunikasi yang mengimplementasikan tujuan komunikasi dan tindakan komunikasi juga berdasarkan strategi yang telah ditetapkan. Rencana yang mencakup metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara faktor dan unsur dari proses komunikasi yang berguna untuk hal operasional dalam mencapai suatu tujuan dan sasaran. (Cangara, 2013).

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan "strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang

untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2014 : 64.) Oleh karena itu, dalam melakukan komunikasi strategi sangat penting dikarenakan dengan adanya strategi maka akan mencapai suatu tujuan dan sasaran.

Berdasarkan kutipan di atas, elemen komunikasi terbagi menjadi 4 jenis yakni:

1. Partisipan berperan penting dalam proses penyampaian sebuah pesan dalam komunikasi, hal ini mengingat seorang komunikator tentu memiliki keinginan dan tujuan yang ingin dicapai. Keinginan inilah yang menjadi faktor komunikator untuk menyampaikan pesan komunikasi dengan baik.
2. Pesan dalam konteks komunikasi bisa diartikan sebagai sesuatu yang disampaikan oleh komunikator pada penerima pesan atau komunikan. Pesan sendiri bisa disampaikan melalui media seperti telepon, surat dan lain-lain.
3. Saluran (Media), merupakan sebuah alat yang digunakan oleh komunikator sebagai perantara penyampaian pesan kepada komunikan. Contoh media yang paling umum digunakan yaitu surat, telepon dan media lain seperti media cetak, elektronik dan daring.
4. Tujuan, merupakan hasil akhir yang diharapkan dalam terjadinya suatu proses strategi komunikasi. Tujuan tersebut bisa dalam bentuk umpan balik dan pengaruh pesan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator.

(Middleton, Cangara : 2014)

Oleh karena itu, elemen komunikasi ini memiliki peran yang sangat signifikan untuk menunjang terjadinya sebuah komunikasi yang baik.

Strategi komunikasi harus didukung oleh teori, salah satunya yang memadai untuk mendukung strategi komunikasi ialah yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yaitu "*Who Says What In Witch Channel to Whom With What Effect?*". Komponen – komponen dalam rumus Lasswell yaitu siapakah komunikatornya, pesan apa yang dinyatakannya, media apa yang digunakannya, siapa komunikannya, efek yang diharapkannya (Suratiningsih & Lukitowati, 2020).

Teori Harold Laswell, 5 komponen dan indikator strategi komunikasi meliputi:

1. *Who?* (siapakah komunikatornya).
Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup kepercayaan diri, kredibilitas, terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras, penuh perhitungan logika dan rasional, selalu mawas diri.
2. *Says what?* (pesan apa yang dinyatakan)
Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup benar, autentik, rasional, terukur, banyak, valid, reliable, cepat, jelas sumbernya, selalu menjadi sumber pemer kaya pesan lainnya.
3. *In which channel?* (media apa yang digunakan)
Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual diam, visual gerak, audio, audio visual.
4. *To whom?* (siapa komunikannya).
Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup personal, kelompok terbatas, masyarakat luas, lawan tujuan, pertemanan dalam satu tujuan, anggota baru, bukan anggota organisasi, anggota lama, orang yang membutuhkan laporan.
5. *With what effect?* (efek apa yang diharapkan)
Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup Pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam memahami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadinya perbedaan persepsi, ingin menunjukkan arah dari pesan, memberikan pesan yang dimaksud, bertambahnya persepsi baru yang sesuai, bertambahnya persepsi baru yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada pencapaian tujuan bersama dengan pesan yang sama, berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda. (Wijaya, 2015).

Oleh karena itu strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Oleh karena itu, strategi komunikasi sangat penting dikarenakan strategi komunikasi ini digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak agar

khalayakpun dapat mendapatkan informasi dan mengerti terkait informasi yang disampaikan.

2.1.7 Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas menurut Tjiptono (Hardiansyah, 2018) adalah

1. Kesesuaian dengan persyaratan;
2. Kecocokan untuk pemakaian;
3. Perbaikan berkelanjutan;
4. Bebas dari kerusakan/cacat;
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat;
6. Melakukan segala sesuatu secara benar;
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.
(Tjiptono (Hardiansyah, 2018)).

Maka dari itu, disimpulkan bahwa kualitas yang baik dapat dilihat dari prosedur yang dilakukan.

Menurut Ibrahim (2018: 55) kualitas pelayanan publik adalah kondisi dinamis yang terkait dengan produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang dimana penilaian kualitas ditentukan pada saat memberikan pelayanan publik. Sehingga pentingnya kualitas pelayanan dapat dilihat dan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perusahaan dan organisasi dapat mengetahui kualitas pelayanan dengan membandingkan pendapat konsumen atas pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat dinilai baik dan memuaskan dengan cara pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan dan jika melebihi harapan konsumen maka kualitas pelayanandinilai sangat baik dan berkualitas. Jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan dapat dinilai buruk.

Menurut Tjiptono (2018: 55) ciri-ciri yang menentukan kualitas pelayanan yang baik yaitu:

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang berhubungan dengan waktu menunggu dan waktu proses;
 2. Akurasi pelayanan, yang berhubungan dengan bebas dari kesalahan;
 3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan;
 4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti petugas pelayanan dan banyak fasilitas pendukung;
 5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berhubungan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, kesediaan informasi;
 6. Atribut pendukung pelayanan, seperti kebersihan, ruangan yang ber-AC dan lain-lainnya.
- (Tjiptono, 2018: 55)

Disimpulkan bahwa dari ciri – ciri kualitas pelayanan diatas maka jika dilakukan dalam suatu organisasi hasilnya dapat membuat kualitas pelayanan menjadi lebih baik.

Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang baik dengan lembaga atau instansi. Hubungan yang baik dapat membuat lembaga pelayanan memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atau pengunjung. Karena penyediaan layanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung untuk memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan dan menghindari pengalaman yang kurang menyenangkan.

2.1.8 Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah pemberian layanan keperluan masyarakat yang memiliki kepentingan kepada organisasi sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, dijelaskan bahwa “Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administrative yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”.

Menurut (Neneng Siti Maryam, 2016) kualitas pelayanan publik yang berkelanjutan untuk menyediakan layanan sesuai dengan harapan masyarakat karena pelayanan publik mempunyai tugas yang paling utama dari pemerintah yang diberikan kepada publik. Oleh karena itu, pelayanan publik dapat terwujud Ketika prinsip tata kelola pemerintahan diterapkan. Salah satu ciri pemerintahan yang baik didasarkan pada kualitas pelayanan.

Pelayanan publik dalam Menpan Nomor 63 Tahun 2003 adalah “Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Pelayanan publik dapat diartikan bahwa semua kegiatan yang dilakukan pihak lain untuk memenuhi kepentingan orang banyak. Pelayanan publik juga memiliki arti kegiatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok dan organisasi.

2.1.9 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dilihat pada dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kebutuhan atau kepentingan masyarakat selaku penerima pelayanan.

Menurut Van Looy (Hardiansyah, 2018), syarat model dimensi kualitas jasa yang ideal adalah :

1. Bersifat satuan yang komprehensif, dapat menjelaskan karakteristik secara keseluruhan terkait persepsi terhadap kualitas karena dengan adanya perbedaan dari dimensi yang diusulkan.
2. Model yang bersifat universal, setiap dimensi harus bersifat umum dan valid dibidang layanan
3. Setiap dimensi dalam model yang diajukan bersifat bebas
4. Jumlah dimensi dibatasi.
(Van Looy (Hardiansyah, 2018)).

Hal ini dapat dilihat sejauh mana kualitas pelayanan publik yang diberikan atau dilakukan dan dapat menjadi tolak ukur dari kriteria dimensi kualitas pelayanan.

Menurut Zeithaml et al. (Hardiansyah, 2018) kualitas pelayanan dilihat dari 5 (lima) dimensi yaitu: *Tangibles* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati).

Kelima dimensi ini mempunyai indikator masing-masing yaitu:

1. *Tangibles* (Berwujud), yaitu bukti fisik dari pelayanan
 - a) Kenyamanan tempat pelayanan
 - b) Kemudahan dalam proses pelayanan
 - c) Penampilan petugas dalam melakukan pelayanan
 - d) Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan
 - e) Kemudahan akses pelanggan dalam melakukan pelayanan
 - f) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya
 - a) Kepintaran petugas dalam melayani

- b) Standar pelayanan yang jelas
- c) Kemampuan petugas menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- 3. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kesiapan untuk memberikan layanan yang pelanggan butuhkan
 - a) Merespon setiap pemohon atau pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
 - b) Petugas memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat
 - c) Petugas melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
 - d) Petugas merespon semua keluhan dari pelanggan
- 4. *Assurance* (Jaminan), yaitu jaminan yang dilakukan perusahaan dan diberikan kepada pelanggan
 - a) Petugas memberikan jaminan waktu yang tepat
 - b) Petugas memberikan rincian biaya dalam melakukan pelayanan
 - c) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- 5. *Empathy* (Empati), yaitu rasa perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian petugas kepada pelanggan
 - a) Harus bersikap sopan dan santun
 - b) Mendahulukan kepentingan pelanggan
 - c) Tidak diskriminatif dalam melayani
 - d) Melayani dan menghargai setiap pemohon atau pelanggan (Zeithaml et al. (Hardiansyah, 2018)).

Hasil ini dapat dilihat sejauh mana kualitas pelayanan publik dengan menggunakan 5 dimensi indikator dan dapat menjadi pengukur kualitas pelayanan.

Adapun tiga fungsi utama yang harus dilakukan pemerintah tanpa melihat tingkatannya, yaitu fungsi pelayanan masyarakat (*public service function*), fungsi pembangunan (*development function*), dan fungsi perlindungan (*protection function*)

Hal ini menjadi penting dikarenakan pemerintah dapat mengelola fungsi-fungsi yang dapat menghasilkan barang atau jasa (pelayanan) yang ekonomis, efektif, efisien dan akuntabel kepada masyarakat yang membutuhkan. Pemerintah juga menerapkan prinsip equity dalam melakukan fungsi-fungsinya yang memiliki arti bahwa pelayanan pemerintah tidak diperkenankan melakukan secara

diskriminatif, dikarenakan semua warga masyarakat memiliki hak atas pelayanan yang telah sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2.1.10 Tujuan Pelayanan Publik

Menurut (Kurniawan & Cahyadi, 2017), tujuan pelayanan publik adalah untuk memuaskan masyarakat. Dalam mencapai kepuasan itu kualitas pelayanan harus tercermin dari:

- a) Transparansi, yaitu pelayanan yang terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua orang yang membutuhkan dan mudah dimengerti.
 - b) Akuntabilitas, yaitu pelayanan yang dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
 - c) Kondisional, yaitu pelayanan yang berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas
 - d) Partisipatif, yaitu pelayanan yang menarik masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan melihat apa yang dibutuhkan, keinginan, dan harapan masyarakat
 - e) Kesamaan hak, yaitu tidak melakukan pelayanan secara diskriminasi
 - f) Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang memiliki aspek keadilan antara pemberi dan oenerima dalam pelayanan publik.
- (Kurniawan & Cahyadi, 2017)

Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang berguna untuk memuaskan masyarakat dapat diukur dan dilihat dari enam kualitas yang tercermin diatas.

2.1.11 Pelayanan Elektronik

Perkembangan teknologi, informasi dan komputer telah mempengaruhi penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia. Pemerintah telah memanfaatkan teknologi komputer dalam upaya mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*) melalui penerapan e-Government. Pelayanan yang baik berhubungan dengan kinerja aparatur, sehingga aparatur menjadi unsur penentu keberhasilan pemerintah dalam melayani masyarakat (Kurniasih et al., 2013).

Sistem layanan elektronik atau E-layanan (*Electronic Services* disingkat *E-Service*) adalah aplikasi yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi diberbagai daerah. Menurut Rowley 2006 (dalam M. Dhenda Zericka, 2013), layanan elektronik dapat diartikan sebagai perbuatan, usaha atau pertunjukkan yang dikirimkan di mediasi oleh teknologi informasi. Unsur dari layanan elektronik yaitu layanan *e-tailing*, dukungan pelanggan, dan pelayanan. Dari definisi itu terdapat tiga komponen yaitu penyedia layanan, penerima layanan dan saluran pelayanan (teknologi). Persyaratan dari layanan elektronik adalah saluran pelayanan dan internet menjadi saluran utama dari layanan elektronik. Adapun manfaat dari layanan elektronik, yaitu:

1. Memperluas jangkauan pasar
 2. Mengakses masyarakat yang lebih besar
 3. Alternatif saluran komunikasi
 4. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat
 5. Meningkatkan citra perusahaan
 6. Memiliki keunggulan kompetitif
 7. Dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat.
- (M. Dhenda Zericka, 2013).

Disimpulkan bahwa sekarang pemerintah telah memanfaatkan teknologi dalam pelayanan dan dapat dilihat juga ada banyak manfaat dalam menggunakan teknologi bagi pemerintah yang dapat membantu pemerintah dalam melakukan pekerjaan menjadi lebih baik lagi.

2.1.12 Pelayanan Perizinan Berusaha

Perizinan Berusaha Terintegritas Secara Elektronik atau *Online Single Submission* (OSS) adalah perizinan berusaha yang dikeluarkan langsung dari lembaga OSS atas nama menteri, pemimpin lembaga, gubernur, atau bupati/wali

kota kepada pelaku usaha dengan sistem elektronik yang terintegrasi. *Online Single Submission* (OSS) adalah sistem yang melakukan perizinan melalui teknologi informasi yang mengintegrasikan perizinan di daerah dan pusat untuk mempermudah kegiatan usaha dalam negeri. OSS juga merupakan amanat dari Perpres Nomor 91 Tahun 2017 tentang percepatan pelaksanaan berusaha.

Prinsip dasar *Online Single Submission* (OSS) :

1. Perizinan terstandarisai (nasional dan/atau internasional)
2. Terintegrasi dengan seluruh K/L/P
3. Menggunakan IT dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat dan pelaku usaha
4. Kepercayaan kepada pelaku usaha untuk memenuhi standar
5. Pengawasan dibantu dan dilakukan oleh profesi bersertifikat
6. Memastikan terpenuhinya aspek Keselamatan, Kesehatan, Keamanan, dan Lingkungan (K3L).

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 2018 tentang OSS sebagai dasar regulasi pelaksanaan pelayanan perizinan berusaha :

1. Jenis perizinan, pemohon perizinan, dan penerbit perizinan
2. Mekanisme pelaksanaan perizinan
3. Reformasi perizinan
4. OSS
5. Insentif atau disinsentif pelaksanaan perizinan melalui OSS
6. Penyelesaian permasalahan dan hambatan perizinan melalui OSS

7. Pengenaan sanksi

Pengelompokan jenis perizinan berusaha ada dua (2) yaitu izin usaha dan izin komersial atau operasional. Seluruh perizinan berusaha telah diatur dalam peraturan perundang-undangan sektor dan dikelompokkan sebagai izin usaha dan izin komersial atau operasional.

Pendaftaran OSS

1. Pendaftaran melalui laman OSS dan pengisian data yang diperlukan
2. Lembaga OSS menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang berguna sebagai identitas berusaha dan digunakan pelaku usaha untuk mendapatkan izin usaha dan izin komersial atau operasional.
3. NIB berlaku sebagai TDP, API, dan akses kepabeanan
4. Pelaku usaha yang telah mendapatkan NIB langsung terdaftar sebagai peserta jaminan sosial Kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan dan juga mendapatkan pengesahan Rencana Penggunaan Tenaga Kerja Asing (RPTK) serta mendapatkan informasi mengenai fasilitas fisik yang akan didapatkan.

Adapun sektor yang dapat diakses oleh OSS sebagai perizinan berusaha:

1. Kehutanan
2. Perhubungan
3. Perindustrian dan perdagangan
4. Pekerjaan umum dan penataan ruang
5. Lingkungan hidup

6. Koperasi, usaha kecil dan menengah
7. Pertanian
8. Sosial
9. Energi sumber daya mineral
10. Kelautan dan perikanan
11. Pendidikan
12. Kesehatan

2.1.13 Sektor Perikanan

Menurut Undang-Undang 45 Tahun 2009 amandemen Undang-Undang No.31 Tahun 2004 tentang Perikanan, yang dimaksud dengan perikanan adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan dan eksploitasi sumber daya ikan, mulai dari pra produksi, produksi, pengolahan hingga penangkapan ikan dan sistem komersial. Industri perikanan memberikan harapan untuk membuat orang aman sekarang dan masa depan. Penangkapan ikan merupakan sumber makanan, pekerjaan, dan rekreasi yang penting. Sebagai kegiatan utama, penangkapan ikan dibagi menjadi penangkapan (*capture fisheries*) dan budidaya (*aquaculture*).

Sektor kelautan dan perikanan merupakan salah satu dari industri yang berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam penyediaan makanan, pendapatan devisa dan penciptaan lapangan pekerjaan. Perikanan merupakan kegiatan ekonomi dimana masyarakat melestarikan sumber daya alam perikanan. Peraturan Pemerintah Bisnis No. 2002 mengartikan bahwa kegiatan penangkapan ikan sebagai setiap kepemilikan perseorangan atau badan hukum yang

menangkap atau menangkap ikan, termasuk kegiatan penyimpanan, dan pengawetan ikan yang bertujuan untuk komersial.

Surat Izin Penangkapan Ikan (SIPI) sangat diperlukan agar kapal tersebut tidak dikategorikan sebagai kapal yang melakukan kegiatan penangkapan ikan secara Illegal, Unreported, Unregulated Fishing (IUUF) atau melakukan tindak pidana di bidang perikanan. Setiap orang yang mengoperasikan kapal perikanan di WPPN-RI dan Laut Lepas tidak didaftarkan sebagai kapal perikanan, maka berdasarkan Pasal 96 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 dipidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 800.000.000,00. Berdasarkan ketentuan Pasal 36 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009, Buku Kapal Perikanan merupakan tanda bukti tertulis bahwa kapal telah melakukan pendaftaran kapal dan merupakan salah satu untuk memenuhi persyaratan penerbitan SIPI atau SIKPI.

Kegiatan perikanan dikelompokkan menjadi dua, yaitu perikanan laut dan darat.

1. Perikanan darat adalah usaha pemeliharaan dan penangkapan ikan di perikanan darat. Wilayah perairan darat biasanya yang berair tawar dan berair payau.
 - a) Perikanan air tawar dilakukan di sungai, danau, waduk, bendungan, dan empang.

- b) Perikanan air payau dilakukan di tambak pinggir pantai.
2. Perikanan laut adalah kegiatan penangkapan ikan dan budidaya ikan di pinggir pantai atau laut. Wilayah perairan Indonesia sangat luas dan memungkinkan adanya banyak jenis hewan laut dan hasil laut yang melimpah. Perairan laut Indonesia selain menghasilkan ikan, dapat juga menghasilkan mutiara, udang, rumput laut, dan garam. Hasilnya digunakan untuk keperluan penduduk dan ekspor.

2.2 Kerangka Pemikiran

Fokus penelitian ini mengarah kepada strategi komunikasi yang meliputi 4 hal yaitu: tujuan yang diharapkan, pengirim pesan, penyampaian pesan, media. Dalam pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, wawancara, dokumentasi. Pada sektor perikanan dan bisa disebut pada masyarakat nelayan yang akses iptek yang terbatas, kurangnya kompetensi, wawasan dan literasi masyarakat nelayan dalam pembuatan SIPI, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap prosedur administrasi dalam pembuatan SIPI.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Middleton (1980) dalam buku Cangara (2014: 64) menyatakan, “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.

Maka, strategi komunikasi sebagai berikut :

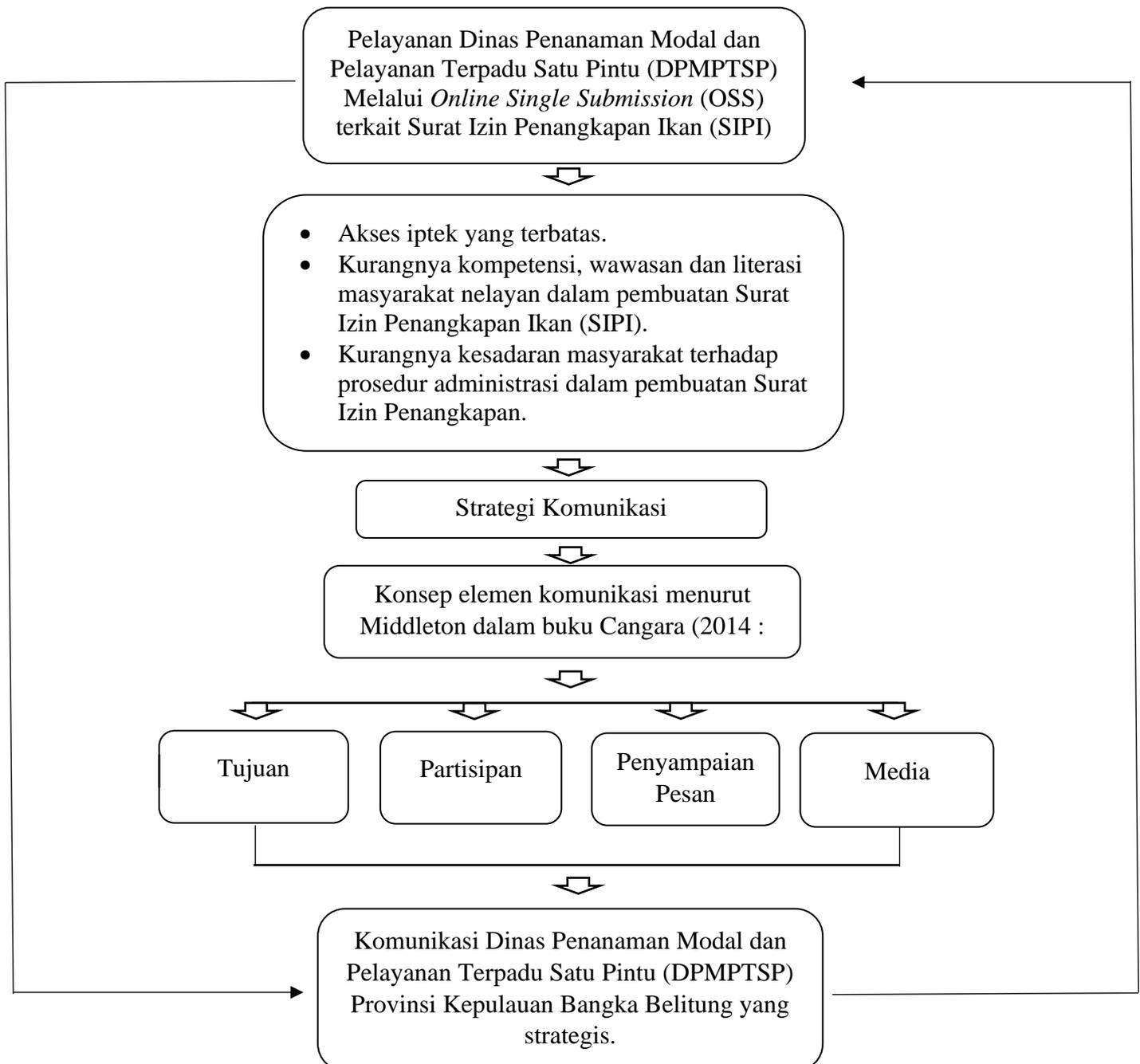
1. Tujuan yang diinginkan : Merupakan sasaran atau maksud yang akan dicapai oleh DPMPTSP dalam perizinan SIPI melalui OSS.
2. Menetapkan Partisipan : Untuk menetapkan seorang komunikator harus sangat diperhatikan kesesuaian antara bidang ilmu yang dimiliki dengan kelompok sasaran, karena komunikator merupakan sumber utama dan pengendali atas semua bentuk aktivitas komunikasi. Maka seorang komunikator memiliki peranan penting, karena jika komunikasi tidak berhasil maka kesalahan utama berasal dari komunikator yang tidak memahami penyusunan pesan dan tidak memilih media yang tepat. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. (Cangara : 2014 : 133). Dalam hal ini yang menjadi fokus adalah mengenai perizinan SIPI melalui OSS, maka harus dipilih komunikator yang kompeten di bidangnya.
3. Menyusun/penyampaian Pesan : Penyusunan pesan sangat tergantung pada program apa yang akan dilaksanakan. Jika tujuan program adalah untuk program penyuluhan (sosialisasi) maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif (Cangara, 2014 : 140). Dalam hal penyampaian pesan ini yang menjadi sasarannya adalah masyarakat nelayan dan khususnya untuk masyarakat nelayan yang bisa meneruskan isi pesan ini kepada orang banyak, jadi pesan yang disampaikan haruslah bersifat persuasif (mengajak) dan edukatif (mendidik) yaitu untuk membuat masyarakat yang mendapatkan pesan ini bisa mendapatkan pengetahuan yg lebih, cerdas,

kritis dan rasional sehingga bisa sadar dan bertindak dalam menyusun /penyampaian pesan tersebut.

4. Memilih Media (saluran) : Untuk memilih media komunikasi yang akan digunakan haruslah mempertimbangkan karakteristik isi pesan dan tujuan pesan yang akan disampaikan serta jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Hal ini penting dilakukan guna menghindari pemborosan biaya, waktu dan tenaga (Cangara, 2014 : 146). Dalam hal ini harus lah sangat diperhatikan media apa saja yang cocok dan sering digunakan oleh masyarakat luas, agar pesan yang akan disampaikan mendapatkan tujuan yang telah diinginkan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui strategi komunikasi DPMPTSP melalui OSS dalam perizinan SIPI perlu menentukan komunikator yang tepat dan menyusun pesan yang sesuai dan tepat sehingga informasi yang diberikan dapat diterima, juga hal ini dibantu dengan media yang sesuai sehingga mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran