PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK DI KANTOR IMIGRASI KELAS I MAKASSAR

OLEH :

RATRI CHAIDIR PANE

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK DI KANTOR IMIGRASI KELAS I MAKASSAR

OLEH :

RATRI CHAIDIR PANE

E021201016

Skripsi Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Departemen Ilmu Komunikasi

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	**Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar**
Nama Mahasiswa	:	Ratri Chaidir Pane
Nomor Pokok	:	E021201016

Makassar, November 2023

Menyetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hasrullah, MA.	Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196203071987021001	NIP. 19641002190021001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 19641002190021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations pada hari Selasa, Tanggal Dua Puluh Delapan November Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga.

Makassar, 30 November 2023

TIM EVALUASI

Ketua	**: Dr. Hasrullah, MA**	(.....)
Sekretaris	**: Sartika Sari Wardanhi DH Phasa, S.Sos.,M.I.Kom**	(.....)
Anggota	**: 1. Dr. Sudirman Karnay, M.Si**	(.....)
	2. Dr. H. Muh Farid, M.Si	(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Ratri Chaidir Pane
NIM	: E021201016
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang	: S1

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul **"Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar"** ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian didalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pertanyaan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 17 November 2023

Yang membuat pernyataan

Ratri Chaidir Pane

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : "Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik Di Kantor Imgirasi Kelas I Makassar", guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kendala dan tidak akan berjalan lancar tanpa adanya pengorbanan, dukungan maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis tercinta, Bapak Alm. Chaidir Haring dan Ibu Irwani Pane yang senantiasa memberikan doa, perhatian, kasih sayang dan dukungan secara moral maupun materi kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penulis bisa sampai di titik ini, terkhusus Ibu Irwani Pane yang telah banyak berjuang *as single mom* membesarkan, menjadi *role model favorite* penulis serta tak hentinya mendoakan dan mendukung penulis pada setiap langkah kebaikan yang penulis inginkan, semoga kesehatan dan kebahagiaan selalu menyertai Mama.
2. Bapak Dr. Hasrullah, MA. Selaku penasihat akademik sekaligus pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan buah pikirannya dalam memberikan nasihat, bimbingan dan mengarahkan kepada peneliti selama masa perkuliahan hingga kearah penyempurnaan penulisan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai pembimbing II. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, bantuan, saran dan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Nosakros Arya, S.Sos.,M.I.Kom selaku Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, serta Bapak Dr. Muhammad Farid, M.Si dan Ibu Sartika Sari Wardhani DH Phasa, S.Sos.,M.I.Kom selaku tim penguji. Terima kasih atas waktu, ilmu dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.
5. Seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama dalam perkuliahan serta staff Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh berkas hingga selesai.
6. Seluruh Civitas Akademik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar
7. Mulkan Sastra Fianza, Mutiah Chaidir Pane, Hani Chaidir Pane, Muh Bintang Pane, Ulfa Qomariah dan Atri Muallim, Hafeesa, Haseefa, Hanan dan Virendra selaku kakak, adik dan keponakan penulis yang telah senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis serta menghibur dan memberikan doa dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini
8. Sepupu, Keponakan, Tante dan seluruh keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal pendidikan hingga pada tahap penyelesaian skripsi ini
9. Afton, Hj. Kanang, Ana, Dea Nindira dan Marwah selaku informan yang telah

bersedia dengan senang hati meluangkan waktu serta berbagi informasi cerita dan pengalaman demi membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

10. Pimpinan dan Staf pada Kantor Imigrasi Kelas I Makassar yang telah menerima penulis untuk melakukan penelitian dan telah membantu memberikan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Raina Ahaddina, Shalfira Ramadhani, Tasya Nurul Aulia Irsyam selaku kakak tingkat di KOSMIK yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian penulisan serta alur berkas skripsi ini.
12. Sonda (Isma, Salma, Dilla, Caca dan Afi), Lambe (Jihan Maharani, Jihan Salsabila, Ismainar, Faiqah Azizah, Fadilla Zalsabilah, Rifdah Zahra dan Azira Faiqa Risqita), Wonderwoman (Muti, Mumu, Qila, Lulu, Naila, Fira dan Nadit), Alumnus (Fatimah Carlos, Puput, Amel, Kayla, Arzety, Utti, Rifdah, Afifah, Dien, dan Nisnur), Ngopiyu (Chica, Luna, Dimpu, Lilis, Mimi, Amol, Cibe, Farah dan Jihan) dan Dina Faradhillah, Selaku sahabat penulis yang telah banyak membantu dalam menghibur, berdiskusi, berbagi cerita dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga doa baik dan kemudahan beserta kalian.
13. LRR selaku teman baik penulis yang menjadi tempat berbagi cerita dalam setiap hal yang dialami penulis, selalu siap menemani penulis dimana saja dalam penyelesaian skripsi ini serta tidak bosan dalam memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
14. Nur Ersya Ananda, Nur Aini Febriani Putri, Nalendra 2020, Pemburu Diskon, Sirkel Besar dan Genap rock n roll selaku teman-teman penulis saat menduduki bangku perkuliahan. Penulis tidak dapat menyebutkan satu-satu persatu, namun terima kasih karena telah hadir menghibur dan memberi banyak cerita bersama selama penulis menduduki bangku perkuliahan
15. Teman-teman KKN Kanwil Kemenkumham Gel 110 (Fitria, Sube, Indy, Farah, Cacaz, Elvira, Gilang, Tata, Kenneth, Rifki, Livia, Syasya)

yang telah banyak membantu, menghibur dan memberikan dukungan selama proses penulisan proposal skripsi ini yang berlangsung bertepatan pada saat pelaksanaan KKN.

16. Pengurus Kosmik Periode XXXIV yang telah banyak memberikan cerita serta pengalaman di dunia organisasi mahasiswa dan Seluruh keluarga besar Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOSMIK).
17. Semua pihak yang penulis tidak sempat sebutkan namanya. Terima kasih karena telah banyak memberikan bantuannya dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
18. Terakhir, terima kasih untuk diri penulis yang telah kuat bertahan menjalani proses penyelesaian skripsi padahal di waktu yang sama penulis sedang menjalani KKN dan bekerja di 2 tempat sekaligus, terimakasih sudah banyak berkorban dan bertahan. U did it, Ratri.

Makasssar, 01 November 2023

Ratri Chaidir Pane

ABSTRAK

RATRI CHAIDIR PANE. Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar. (Dibimbing oleh Hasrullah dan Sudirman Karnay)

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap komunikasi pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis kualitatif deskriptif, dengan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Maka digunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi masyarakat pengguna layanan di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar terhadap kualitas komunikasi pelayanan publik telah berhasil dibangun dan menghasilkan persepsi yang positif hal ini dibuktikan dengan tanggapan yang diberikan informan terhadap kualitas komunikasi pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar selain itu dibuktikan pula dengan wawancara peneliti kepada Kasi TI dan Informasi Kantor Imigrasi Kelas I Makassar, Bapak Andi Rezka Putra Arupalaka yang memberikan informasi yang peneliti simpulkan bahwa Kantor Imigrasi Kelas I Makassar terus berupaya melakukan inovasi dalam meningkatkan kualitas komunikasi pelayanan publik. Hal ini terjadi karena terjalinnya komunikasi interpersonal yang dibangun seperti pemilihan kata yang sopan, keramahan dalam pelayanan, staff dapat memahami dan mengerti kemauan pengguna layanan, seluruh sarana dan prasarana komunikasi serta informasi yang telah memadai serta hubungan yang terjalin baik antara staff dan masyarakat.

Kata kunci : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian

ABSTRACT

RATRI CHAIDIR PANE. Public Perception of the Quality of Public Service Communication at the Makassar Class I Immigration Office. (Supervised by Hasrullah and Sudirman Karnay)

The aim of this research is to determine the public's perception of communication service quality at the Immigration Office Class I Makassar.

This research uses a qualitative descriptive analysis method, involving data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data collection techniques include observation, documentation, and interviews.

The research findings reveal that the service users perception of communication service quality at the Immigration Office Class I Makassar has been successfully established, resulting in a positive perception. This is evidenced by the responses provided by informants regarding the quality of communication service at the Immigration Office Class I Makassar. Additionally, the researcher's interview with the Head of IT and Information at the Immigration Office Class I Makassar, Mr. Andi Rezka Putra Arupalaka, confirms that the office is continuously striving to innovate and enhance the quality of communication service. This is attributed to the establishment of interpersonal communication characterized by polite language selection, friendliness in service, staff's ability to understand the users' needs, adequate communication facilities and information, and a positive relationship between staff and the community.

Keywords: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
DAFTAR ISI iii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... 8
D. Kerangka Konseptual 9
1. Persepsi 9
2. Fungsi Persepsi 10
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi 11
4. Proses Terbentuknya Persepsi 11
5. Komunikasi Pelayanan Publik 13
E. Definisi Konseptual 15
F. Metode Penelitian 15
1. Waktu dan Objek Penelitian 15
2. Jenis Penelitian 16
3. Teknik Penentuan Informan 16
4. Teknik Pengumpulan Data 16
5. Teknik Analisis Data 17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 19
A. Pengertian Komunikasi 19
B. Komunikasi Interpersonal 21
C. Unsur-unsur Komunikasi 21
D. Persepsi 23
E. Pengertian Kualitas 35
F. Pengertian Kualitas Komunikasi 35
G. Aspek-Aspek Kualitas Komunikasi 36

H. Sikap dalam Kualitas Komunikasi 35
I. Pelayanan Publik 39
J. Pentingnya Komunikasi dalam Pelayanan Publik 46
K. Aspek Penting dalam Komunikasi Pelayanan 46
L. Teori Persepsi Langsung 49
M. Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R) 49
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 51
A. Profil 51
B. Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I Makassar..... 53
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN 54
A. Hasil Penelitian 54
1. Profil Informan..... 54
2. Proses Pembentukan Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar 55
B. Pembahasan 67
BAB V PENUTUP 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 75

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
4.1	**Karakteristik Informan.....**	**55**
4.2	**Sensasi Informan.....**	**57**
4.3	**Atensi Informan .....**	**61**
4.4	**Interpretasi Informan .....**	**65**

DAFTAR GAMBAR

Nomor Halaman

2.1. Kerangka Konseptual..... 14

3.1. Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I Makassar 53

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Halaman

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian..... 70

Lampiran 2 Dokumentasi 82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada hakekatnya pemerintah ialah pelayan publik, hal ini hadir dengan tujuan pemenuhan kebutuhan dan hak bagi setiap warga negara untuk mendapatkan atas pelayanan jasa, barang atau pelayanan administratif yang dilaksanakan setiap institusi penyelenggara negara. Berdasarkan badan hukum dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayan publik. UU No 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik menyatakan "bahwa negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik."

Setiap pelayan publik yang diharapkan masyarakat dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, terbuka, tepat waktu, responsif, efektif, berjalan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) telah ditetapkan, dan sebagainya. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No 15 tahun 2014 tentang pedoman standar pelayanan yaitu "bahwa setiap penyelenggara pelayanan publik wajib menyusun, menetapkan dan menerapkan standar pelayanan serta menetapkan maklumat pelayanan dengan memperhatikan kemampuan penyelenggara, kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan.*"*

Sesuai dengan rujukan Standar Operasional Prosedur dan Peraturan Menteri Menpan No 15 tahun 2014, maka pelayanan publik yang prima menjadi

tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam menjalankan salah satu amanat Undang-Undang. Sehingga seluruh elemen yang terlibat dalam pelayanan publik dituntut dapat menjalankan lima dimensi kualitas pelayanan publik, yaitu: (1) *Tangibel* (Berwujud), (2) *Reliability* (Kehandalan) (3) *Responsiviness*, Ketanggapan, (4) *Assurance* (Jaminan), dan (5) *Empathy* (Empati) (Zeithaml dkk, 2011).

Apa yang disampaikan menjadi standar operasional dan didukung dengan SOP dan peraturan Menpan, sudah sebaiknya pelayanan prima yang dilakukan setiapinstansi menjadi pedoman dan petunjuk teknis untuk mendapatkan pelayan terbaik di setiap instansi. Tidak terkecuali dalam menjalan program pelayanan setiap instansi.

Lebih lanjut dalam pasal 3 UU No 25 Tahun 2009 tujuan Undang-Undang tentang pelayanan publik yaitu "terwujudnya sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak sesuai dengan asas-asas umum pemerintah dan korporasi yang baik". Sementara itu pelayanan publik merupakan suatu tuntutan jaman dan kebutuhan manusia untuk mendapatkan yang terbaik dalam pemenuhan segala kebutuhannya dalam kehidupan. Untuk itu setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain lebih-lebih organisasi yang bergerak dalam bidang jasa khususnya jasa pelayanan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dalam setiap interaksi yang dilakukan dengan masyarakat (Muwafik, 2010).

Tujuan pelayanan publik adalah untuk meningkatkan daya saing, penyempurnaan dan kecocokan masyarakat dengan membentuk dirinya menjadi lebih layak dan sejahtera, yang dapat memberikan dorongan terus menerus yang

diasah melalui rangkaian informasi dan komunikasi yang meyakinkan yang perlu ditingkatkan lebih lanjut, meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat, mempertahankan eksitensi perusahaan/instansi, dan tentu memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan/pemerintah.

Namun seringkali ditemukan di tengah masyarakat mengenai pelayanan publik yang seringkali tidak sejalan dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada sehingga pemenuhan hak pelayanan yang diterima oleh masyarakat belum memenuhi harapan baik dari masyarakat umum maupun dari kalangan pemerintahan sendiri. Seringkali adanya keluhan dari masyarakat mengenai adanya pelayanan yang kurang efektif, kurang efisien, tidak transparan, prosedur yang berbelit-belit, SDM cenderung ketus, tidak responsif dan kurangnya papan informasi, dan sebagainya.

Padahal keberhasilan pelayanan publik tidak terlepas dari faktor penentu yakni aspek komunikasi, hidup kita tidak terlepas dari komunikasi, bahwa komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan publik baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal, baik langsung maupun melalui media, baik berupa tulisan, suara, gambar, logo, lambang atau kode- kode tertentu. Besarnya pengaruh komunikasi terhadap kualitas pelayanan publik tersebut ditentukan oleh dimensi-dimensi aspek. Dalam kegiatan pelayanan perizinan, kualitas pelayanan perizinan, tergantung pada kualitas komunikator, kualitas pesan, media, komunikan dan efek. (Hardiansyah, 2011).

Komunikasi adalah suatu langkah untuk menyalurkan ide, informasi, pengetahuan dan langkah untuk mengekspresikan pikiran, perasaan serta apa yang

diungkapkan oleh orang lain yang melibatkan komunikator dan komunikan baiksecara verbal maupun nonverbal. Handoko (2012) Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar pelayanan yang digunakan dalam berinteraksi, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus tidak hanya memerlukan transmisi data, tetapi bahwa tergantung pada keterampilan- keterampilan komunikasi tertentu untuk membuat sukses pelayanan prima.

Komunikasi memiliki peran penting dalam peningkatan kualitas pelayanan publik, tidak hanya berupa konsep yang ada didalamnya, namun pengimplementasian yang harus sejalan dengan pemenuhan hak dan tuntutan masyarakat, kualitas komunikasi pelayanan publik harus sering menjadi perhatian khusus oleh pemerintah karena dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat maka terbentuknya kredibilitas bagi institusi atau lembaga terkait. Selain kredibilitas, pelayanan terbaik kepada masyarakat dapat membentuk hubungan baik antara institusi dengan masyarakat, sehingga hal ini dapat membantu institusi dalam mewujudkan citra yang baik bagi institusi terkait.

Aspek komunikasi dan pelayanan publik telah menjadi ketentuan agar pemerintah berperan sebagai komunikator publik yang responsif karena aparatur pemerintah merupakan sumber, atau pihak yang berperan penting dalam berkomunikasi dengan publik. Aparatur pemerintah dalam hal ini pelayanan publik sudah seharusnya terus meningkatkan mutu informasi kepada masyarakat

dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi yang baik dan terukur dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Hal itu sangat berarti bagi masyarakat, karena pemerintah mau terbuka dan bertanggungjawab atas kewajibannya. Ketika pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat secara terbuka, pemerintah secara tidak langsung juga mendapatkan umpan balik dari masyarakat.

Dalam wujud pengimplementasian amanat UU No 25 Tahun 2009, kini institusi pemerintah terus melakukan inovasi terkait strategi-strategi komunikasi yang dilakukan agar adanya peningkatan komunikasi pelayanan publik dari institusi baik kepada masyarakat maupun ke media terutama media sosial agar kepercayaan dan persepsi masyarakat mengenai institusi tersebut baik dan meningkat.

Persepsi masyarakat yang baik menjadi salah satu indikator capaian seluruh institusi karena institusi yang memiliki citra yang baik merupakan modal yang begitu mahal karena sebagus dan seprofesional apa pun jalannya sebuah institusi pemerintahan, memiliki SDM yang banyak jika persepsi masyarakat sudah negatif, tentu institusi tersebut tetap mengalami krisis yang dapat mengakibatkan hilangnya kredibilitas dan kepercayaan dari masyarakat.

Persepsi masyarakat adalah sebuah kesan yang diterima seseorang dari adanya suatu objek atau sebuah kejadian atau realita, persepsi lahir dari suatu proses yang didahului oleh pelayanan, sehingga terjadilah pengamatan dan akhirnya melahirkan persepsi. Persepsi masyarakat juga ialah sebuah tanggapan sebuah lingkungan atau kumpulan dari invidu-individu yang berinteraksi karena

memiliki norma, cara atau nilai-nilai dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama.

Dengan pelayanan publik yang terus meningkat maka persepsi masyarakat tentang perusahaan tersebut juga ikut meningkat, persepsi masyarakat tentu harus menjadi perhatian khsus bagi institusi pemerintahan karena institusi pemerintahan dibentuk dengan tujuan dan berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga institusi pemerintah dituntut untuk selalu melakukan perbaikan-perbaikan agar dalam hal pelayanan publik dalam membentuk persepsi masyarakat yang baik.

Berdasarkan pengamatan dan urgensi peneliti mengambil sampel penelitian yang mempunyai intensitas yang tinggi antara pelayanan publik dan kebutuhan publik kami mengambil dan memutuskan yang cukup banyak melayani pelanggan adalah kantor Imigrasi, dalam hal ini Kantor Imigrasi Kelas I Makassar. Berdasarkan data serta pengamatan langsung yang dilakukan peneliti di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar jumlah rata-rata pengunjung yakni 200-300 orang setiap harinya dan mempunyai intensitas kesibukan tinggi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kantor Imigrasi Kelas I Makassar memiliki tugas dalam pelaksanaan tugas di bidang keimigrasian, khususnya dalam pelayanan paspor, pengurusan ijin tinggal WNA dan tentang status kewarganegaraan WNI sehingga untuk memudahkan pelayanan, Kantor Imigrasi Kelas I Makassar menyediakan dua metode pelayanan, yaitu pelayanan *offline* dan pelayanan *online*.

Mengamati dari beberapa hasil peneltian di Kantor Imigrasi, ditemukan beberepa penelitian yang telah dilakukan, diantaranya penelitian pada skripsi "***Efektivitas Pelayanan Pengurusan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar" 2018.*** yang ditulis oleh Andi Pamal menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya beberapa faktor yang menyebabkan fenomena tidak efektifnya pelayanan publik yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

Fenomena hasil penelitian ini tentu harus menjadi perhatian khusus bagi aparatur pemerintah khususnya di bidang keimigrasian Kantor Imigrasi Kelas I Makassar, faktor yang dijelaskan dalam hasil penelitian tersebut yakni papan informasi yang kurang dapat dimengerti oleh masyarakat, pelayanan dengan SDM yang cenderung ketus dalam melayani, pelayanan security yang kurang baik, pelayanan berbasis online yang kurang disosialisasikan, prosedur yang bertele-tele, dan sebagainya.

Sementara itu, penelitian ini memiliki tujuan sebagai wujud dalam mencari tau kebutuhan masyarakat dalam prosedur pemenuhan kebutuhan/hak pelayanan di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar sehingga hasil penelitian ini suatu saat bisa menjadi saran dalam peningkatan pelayanan di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar dan sebagai syarat menyelesaikan tugas akhir/skripsi di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pedoman dari penelitian ini ialah penelitian yang dilakukan oleh Dian Aisyah Andhyna Pertiwi dengan judul ***"Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kecamatan Biringkanaya" 2020.***

Persamaan penelitian terdahulu atau penelitian yang ditulis oleh Dian Aisyah Andhyna dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama mengkaji terkait bagaimana kualitas komunikasi pelayanan publik pada instansi pemerintahan.

Adapun, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah tempat penelitian yang berbeda. Perbedaan yang lainnya ialah peneliti juga mengkaji dari sisi persepsi masyarakat terkait komunikasi pelayanan publik yang ada sedangkan Peneliti terdahulu atau Dian Andhyna Pratiwi hanya berfokus mengkaji bagaimana kualitas dari komunikasi pelayanan publik pada objek yang dipilih.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka peneliti telah mengadakan penelitian yang berkaitan dengan **"Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik Di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : "Bagaimana persepsi masyarakat terhadap komunikasi pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar?"

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu;

Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap komunikasi pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan untuk mengkaji secara ilmiah dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian mengenai komunikasi pelayanan publik, terkhusus di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar. Selain itu, penelitian ini juga berguna sebagai bahan referensi untuk kajian-kajian penelitian serupa.

b) Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan wawasan tentang keilmuan komunikasi, khususnya komunikasi pelayanan publik dan penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan masukan atau saran kepada institusi agar dapat menjalankan peran dan fungsi sebagai pelayan masyarakat yang baik serta dalam penyelesaian tugas akhir/ skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana komunikasi.

D. Kerangka Konseptual

1. Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan dan penciuman. Persepsi tidak terjadi begitu saja, namun melalui suatu proses. Kunci untuk memahami

persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi, bukan pencatatan yang benar terhadap situasi (Ridwan, 2016:89).

Persepsi juga diartikan sebagai proses yang digunakan oleh individu atau seseorang untuk memilih, mengorganisasi, dan mengintepretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2009)

2. Fungsi Persepsi

Persepsi memiliki fungsi tersendiri dalam sistem panca indra manusia yaitu untuk menentukanobjek yang ada di tempat itu (pengenalan) dan dimana objek itu berada (lokalisasi). Hal ini ialah hal penting bagi keber-langsungan hidup manusia karena sering kali manusia harus mengetahui suatu objek sebelum dapat lebih dapat memahami sifat pentingnya. Dari segi bidang kognitif, persepsi berhubungan dengan gejala mengenai pikiran dan berwujud pengolahan, pengalaman dan keyakinan serta harapan- harapan tentang objek tertentu sedangkan dari segi bidang emosional persepsi mempunyai fungsi karena persepsi dapat menciptakan perasaan kepada manusia, seperti gembira ataupun persepsi yang dapat membuat manusia menjadi sedih ataupun takut dan dari segi bidang aktivitas persepsi memiliki fungsi sebagai bagian dari aktivitas manusia karena dapat berproses dan berwujud menjadi suatu kecenderungan seperti kecenderungan untuk memberi pertolongan, menjauhkan diri dan sebagainya.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

a) Faktor Internal

Faktor internal dipengaruhi oleh perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan, harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan serta minat dan motivasi.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah factor yang berasal dari luar yang dipengaruhi oleh latar belakang, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan atas suatu objek.

4. Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi adalah proses aktif yang menuntut suatu tatanan dan makna atas berbagai rangsangan yang diterima. Berikut proses terbentuknya persepsi menurut Bernard Berelson:

a) Sensasi

Pada tahap pertama, alat-alat indera distimulasi atau dirangsang seperti saat mata melihat pemandangan, kulit menyentuh suatu tekstur dan sebagainya. Meski begitu untuk merasakan suatu stimulus, individu tidak selalu menggunakan indera. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, dan sebagainya. Panca indera ini menjadi reseptor penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar.

b) Atensi

Tahap kedua yakni atensi, Kenneth E. Anderson menjelaskan bahwa atensi atau perhatian adalah sebuah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadimenonjol kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Atensi atau perhatian juga adalah pemrosesan secara sadar sebuah informasi dari berapa besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu.

c) Interpretasi

Tahap ketiga, informasi tersebut ditafsirkan sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi adalah tahapan terpenting dalam persepsi, interpretasi atau informasi yang individu peroleh melalui salah satu indera. Individu tidak dapat menginterpretasikan makna secara langsumg melainkan menginterpretasikan makna atau informasi yang diyakini. Jadi, pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sesungguhnya, melainkan pengetahuan tentang bagaimana tampak dari objek tersebut. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama akan berbeda dengan yang lain. Proses yang mempengaruhi bagaimana penafsiran individu terhadap stimuli berfikir. Saat berfikir individu dapat memahami

realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan masalah dan menghasilkan yang baru.

5. Komunikasi Pelayanan Publik

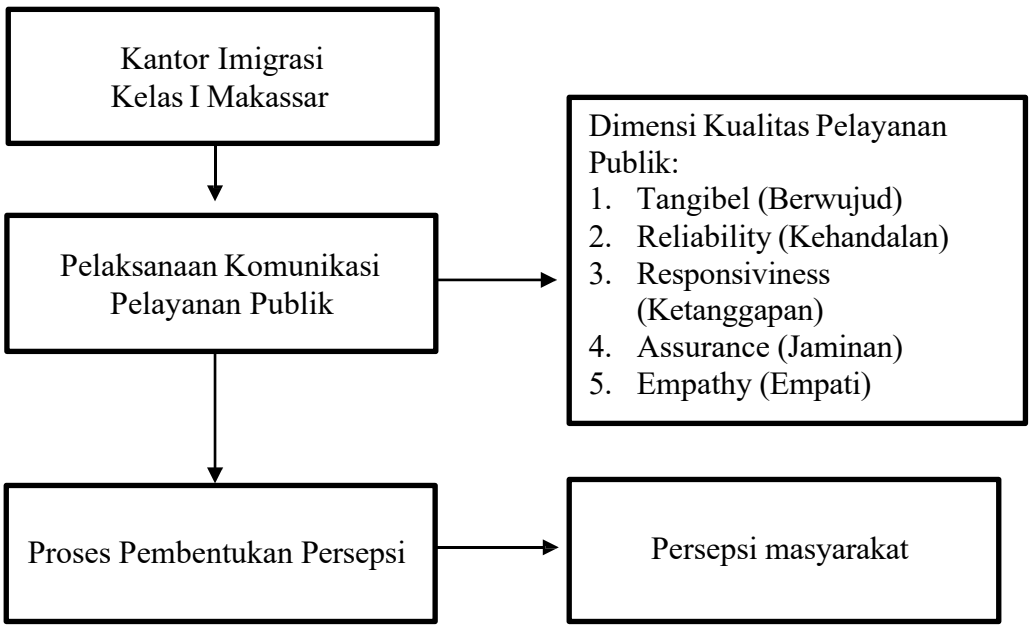
Komunikasi pelayanan publik adalah pertukaran pesan kepada sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi baik secara langsung atau menggunakan suatu media, komunikasi ini ialah bentuk komunikasi yang digunakan pada komunikasi pelayanan publik, dalam konteks pelayanan publik, yang bertindak sebagai komunikator adalah seluruh aparatur dalam organisasi pelayanan publik.

Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan per-undang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Maka pemerintah memiliki fungsi dari pelayanan dalam bentuk pengaturan maupun dalam bentuk kebutuhan masyarakat, namun pada kenyataannya pelayanan saat ini terkhusus pada masalah “komunikasi” masih kurang yang diharapkan masyarakat, masih banyak masalah yang ditemukan terkait pelayanan publik.

Beberapa masalah komunikasi pelayanan yang terjadi di instansi pemerintah tepatnya Kantor Imigrasi Kelas I Makassar dapat membuat pembentukan persepsi masyarakat yang kurang baik terhadap dan menurunnya kredibilitas terhadap kualitas pelayanan publik yang diberikan namun sejauh ini kantor Imigrasi Kelas I Makassar juga tak henti-hentinya

melakukan inovasi dalam melakukan perbaikan, Sehingga untuk mengetahui sejauh mana persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang ada pada Kantor Imigrasi Kelas I Makassar, peneliti perlu melakukan pengamatan sceara langsung dan mendalam terhadap pelaksanaan komunikasi pelayanan publik dan bagaimana persepsi masyarakat terhadap kualitas komunikasi pelayanan komunikasi yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

Untuk lebih memperjelas dapat diamati pada kerangka konseptual berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

1) Komunikasi Pelayanan Publik adalah sebuah proses pemberian informasi seseorang dengan orang lain dalam memberikan sebuah pelayanan disuatu lembaga pelayanan.
2) Kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitasdiartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik. (Rosianasfar, 2013)
3) Persepsi Masyarakat adalah sebuah respon atau tanggapan sebuah lingkungan yang berasal dari kumpulan individu-individu yang ada dalam satu lingkungan dan mempunyai aturan, norma, nilai, cara dan prosedur.
4) Kantor Imigrasi Kelas I Makassar adalah sebuah lembaga pelaksana tugas Direktorat Jenderal Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan bertugas melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih tiga bulan, yang akan dimulai pada bulan September 2023 hingga bulan November 2023. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana persepsi masyarakat terkait pelaksanaan komunikasi pelayanan publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ialah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan peristiwa atau fenomena yang ada di lapangan dan menyajikan data secara faktual, sistematis, dan akurat beserta berisi fakta-fakta dan fenomena yang ada di lapangan. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu untuk memahami langsung dari situasi yang ada di tempat penelitian.

3. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampling. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dalam penelitian yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan tujuan atau kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Informan penelitian ini berjumlah 5 orang, yakni masyarakat dikarenakan pelaksanaan pelayanan publik melibatkan peran masyarakat sehingga ini dianggap layak sebagai informan di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data dengan langsung mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang berlangsung, dengan ini peneliti menjadi pengamat terhadap kegiatan yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar. Wawancara ialah suatu proses tanya jawab secara lisan dan

secara langsung, wawancara ini dilakukan peneliti agar dapat mengetahui langsung bagaimana persepsi masyarakat terhadap kualitas komunikasi pelayanan publik yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar dan bagaimana persepsi masyarakat sehingga dengan ini data yang disajikan dapat lebih faktual.

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpul-kan data kemudian ditelaah. Sugiyono (2019: 329). Dokumentasi yang dilakukan berupa foto dan rekaman dengan tujuan agar data dapat lebih akurat.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah merupakan sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis dari hasil pengumpulan data yang dilakukan, pengumpulan data hasil dari obseervasi, wawancara dan dokumentasi akan disusun dan dipilih serta dipelajari untuk dapat menarik kesimpulan agar lebih mudah dipahami. Teknik analisis data yang digunakan berupakan analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2019: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan.

a) Reduksi data

Reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, dan keabsahan data yang telah dikumpulkan menjadi titik penting dari berbagai informasi, hal ini dimaksudkan agar lebih mudah dalam penarikan kesimpulan.

b) Penyajian Data

Penyajian data berupa hasil pengumpulan informasi yang disusun secara sistematis agar lebih mudah dipahami.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dalam analisis data dengan hasil reduksi dan penyajian data dan tetap berdasarkan pada rumusan masalah yang ingin dicapai. Data yang dikumpulkan dibandingkan antara satu dan yang lain untuk ditarik kesimpulannya sebagai jawaban dari rumusan masalah yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang secara alamiah cenderung untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain. Salah satu aspek utama dari bersosialisasi adalah komunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar dan kebutuhan utama manusia dalam berinteraksi sehari-hari, proses di mana pesan atau informasi disampaikan, ditransmisikan, atau pertukarkan antara dua orang atau lebih. Komunikasi tidak hanya melibatkan kata-kata lisan atau tulisan, tetapi juga ekspresi wajah, bahasa tubuh, suara, serta berbagai bentuk komunikasi non-verbal lainnya. Menurut Carl l. Holand komunikasi adalah proses dimana individu mentransimisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain. Dalam Riswandi (2009) istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin yakni "*communicatus*" atau "*communicatio*" atau *"communicare"* yang berarti "menjadi milik bersama" atau "berbagi".

Definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi" bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "Siapa yang menyampaikan apa, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya". Banyaknya pengertian dan definisi komunikasi semakin menambah kompleksitas permasalahan defnisi komunikasi dalam berbagai kehidupan

manusia, berikut beberapa ahli komunikasi yang telah memberikan definisi yang beragam tentang komunikasi, di antaranya adalah:

1. Everett M. Rogers

   Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

2. Himstreet dan Baty

   Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara dua orang atau lebih melalui sistem simbol-simbol, isyarat-isyarat, dan perilaku yang sudah lazim.

3. McLaughlin

   Komunikasi adalah saling menukar ide-ide dengan cara apa saja yang efektif.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pembagian makna atau ide-ide antara dua orang atau lebih dan mereka mendapatkan saling pengertian dan saling pemahaman tentang pesan yang disampaikan. Pesan Komunikasi juga dapat berupa pemberian atau pertukaran pesan melalui lambang, tingkah laku atau simbol verbal maupun non-verbal. Menurut Porter dan Samovar sebuah perilaku (baik verbal atau nonverbal) dapat dikatakan sebagai pesan apabila memenuhi dua syarat yaitu perilaku harus diobservasi oleh seseorang dan perilaku harus mengandung makna.

B. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses dimana seseorang secara langsung menyampaikan informasi atau pesan kepada orang lain, jenis komunikasi ini terjadi antara dua orang atau lebih dalam lingkungan yang bersifat lebih pribadi atau sosial. Dalam komunikasi interpersonal, terjadi pertukaran informasi, ide, perasaan, dan pemikiran antara individu atau kelompok kecil. Komunikasi ini bisa dilakukan melalui kata-kata lisan (verbal) atau melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau isyarat (non verbal). Agar pesan dapat disampaikan dengan efektif, setiap individu perlu memahami komponen-komponen komunikasi yang mendukung kelancaran proses komunikasi interpersonal. Faktor-faktor yang memengaruhi kelancaran komunikasi interpersonal termasuk individu yang terlibat dalam komunikasi, pesan yang disampaikan atau diterima, media atau saluran yang digunakan, potensi gangguan yang mungkin muncul, situasi atau konteks komunikasi, respon atau umpan balik yang diberikan, serta dampak atau efek yang tercipta akibat komunikasi tersebut. Rakhmat (2007:129-133) menyebutkan ada beberapa faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal meliputi percaya (trust), sikap suportif, dan sikap terbuka.

C. Unsur-Unsur Komunikasi

Hal mendasar yang harus ada dalam proses komunikasi ialah unsur-unsur, terdapat 5 unsur komunikasi utama yaitu:

1. Sumber, pihak yang berinisiatif untuk mengirim sebuah pesan atau lebih biasa dikenal dengan komunikator

2. Pesan, seperangkat simbol verbal maupun non verbal yang dapat berbentuk sebuah perasaan, ide, gagasan, informasi atau sesuatu yang dimaksud dari sumber kepada penerima.
3. Saluran atau media, sebuah alat yang digunakan sumber atau komunikator kepada penerima atau komunikan.
4. Penerima, sasaran penyampaian pesan dari sumber atau komunikator. Penerima biasa disebut komunikan.
5. Efek, sesuatu hal yang dirasakan atau dipikirkan serta dilakukan penerima setelah menerima pesan yang disampaikan. Efek atau pengaruh ini dapat berupa efek kepada psikologis diantaranya yakni:
   a. Pengaruh afektif

      Adanya perubahan tentang sikap ataupun perasaan penerima pesan setelah menerima pesan dari sumber
   b. Pengaruh kognitif

      Adanya efek atau perubahan terhadap pengetahuan, sebelum adanya pertukaran pesan penerima pesan atau komunikan tidak mengetahui dapat menjadi tahu ketika telah disampaikan oleh sumber atau komunikator
   c. Pengaruh Konatif

      Adanya pengaruh dalam tingkah laku atau tindakan setelah menerima pesan dari sumber sehingga penerima langsung bertindak untuk melakukan sesuatu.

D. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi berasal dari bahasa Latin *perception,* dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi *(sensory stimuli)* (Rakhmat, 2011: 51). Menurut Bimo Walgito, persepsi adalah suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut proses sensoris. Persepsi juga dapat diartikan sebagai suatu proses di mana seseorang mengamati dan menginterpretasikan informasi dari lingkungannya dengan menggunakan indra-indra yang dimilikinya.

Persepsi melibatkan penggunaan panca indera, yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan pengecap, untuk menerima dan mengolah informasi tentang dunia di sekitarnya. Proses persepsi dapat bervariasi dari individu ke individu, karena pengalaman, pengetahuan, dan konteks dapat memengaruhi cara seseorang memahami dan merespons stimulus lingkungan, proses ini memungkinkan seseorang untuk menjadi sadar atau menyadari segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Selain itu, persepsi juga dapat dipengaruhi oleh bias, pengalaman masa lalu, serta asumsi dan keyakinan individu. Oleh karena itu, penting untuk menyadari bahwa persepsi tidak selalu objektif dan dapat bervariasi antara individu.

Persepsi adalah inti dari komunikasi. Proses persepsi memungkinkan individu untuk mengambil informasi dari lingkungan mereka melalui panca inderanya. Namun, informasi yang diterima melalui persepsi tersebut harus diinterpretasikan atau ditafsirkan agar memiliki makna dalam konteks komunikasi. Proses interpretasi atau *decoding* adalah langkah selanjutnya dalam komunikasi setelah informasi diterima melalui persepsi. Interpretasi melibatkan pemahaman, penyandian balik, dan pemberian makna terhadap pesan yang diterima. Ini sangat dipengaruhi oleh *frame of reference* atau kerangka referensi individu, yang mencakup pengalaman, nilai-nilai, keyakinan, dan pengetahuan yang dimiliki individu.

Setiap orang memiliki kerangka referensi yang unik, sehingga pesan yang sama dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh individu yang berbeda. Ketika seseorang mengirim pesan, pesan tersebut akan melewati "saringan" persepsi dan interpretasi penerima. Oleh karena itu, dalam proses komunikasi, penting untuk menyadari bahwa pesan yang dikirim dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh penerima berdasarkan latar belakang dan pengalaman mereka. Hal ini dapat menghasilkan pemahaman yang tidak selalu seragam, dan kadang-kadang menyebabkan miskomunikasi. Dalam konteks komunikasi yang efektif, penting untuk berusaha memahami perbedaan dalam persepsi dan interpretasi antara individu, serta berusaha untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh penerima.

2. Jenis-Jenis Persepsi

Menurut Deddy Mulyana pada dasarnya jenis persepsi terbagi menjadi dua, yakni:

a. Persepsi terhadap objek lingkungan fisik

Persepsi tiap orang dalam menilai suatu objek atau lingkungan dapat melibatkan kekeliruan, sebab terkadang indra seseorang, ini karena beberapa alasan yakni:

1) Kondisi yang mempengaruhi pandangan seseorang seperti sebuah keadaaan atau sebuah Fenomena di mana panca indera kita dapat "mengelabui" kita yang disebut dengan ilusi. Contohnya, ilusi optik, di mana gambar atau objek mungkin terlihat berbeda dari pada yang sebenarnya.
2) Pengalaman dan Latar Belakang seperti pengalaman pribadi atau keyakinan individu yang dapat memengaruhi cara mereka menginterpretasikan objek atau situasi.
3) Budaya yang berbeda
4) Suasana psikologi yang dapat menimbulkan perbedaan pandangan dengan orang lain dalam mempersepsikan suatu objek

b. Persepsi terhadap manusia atau persepsi sosial

Jenis persepsi ini berfokus pada bagaimana individu mengamati dan menginterpretasikan orang lain dalam konteks sosial. Hal ini mencakup pemahaman individu terhadap perilaku, sikap, emosi,

komunikasi verbal dan non-verbal, serta interaksi sosial. Persepsi sosial dikatakan lebih kompleks disebabkan karena:

1) Manusia bersikap dinamis oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu dan lebih cepat dari pada persepsi terhadap suatu objek.
2) Persepsi sosial bersifat interaktif, di mana saat seseorang mempersepsikan seseorang, orang lain juga ikut mempersepsikan hal tersebut kepada seseorang yang dimaksud.
3) Persepsi sosial tidak hanya menanggapi sifat-sifat yang tampak dari luar saja, namun juga sifat-sifat ataupun alasan-alasan internalnya.

3. Bentuk-Bentuk Persepsi

Proses pemahaman terhadap rangsangan atau stimulus yang diperoleh melalui panca indera dapat menghasilkan berbagai bentuk persepsi, hal ini terjadi karena otak manusia memproses informasi dari panca indera untuk membentuk pemahaman tentang dunia di sekitar kita. Berikut adalah beberapa bentuk persepsi yang dapat muncul sebagai hasil dari proses tersebut:

a. Persepsi Melalui Indra Penglihatan

Alat indera atau panca indera adalah merupakan alat utama yang digunakan individu untuk melakukan proses persepsi. Proses pemahaman terhadap rangsangan penglihatan yang diterima oleh mata dapat menimbulkan persepsi terhadap warna, bentuk, ukuran,

jarak, dan ciri-ciri penglihatan lainnya. Hal ini memungkinkan kita untuk melihat dan memahami objek dan lingkungan yang ada di sekitar kita.

b. Persepsi Melalui Indra Pendengaran

Telinga adalah mereupakan salah satu alat pendengaran yang memiliki fungsi untuk dapat mengetahui bunyi atau suara. Saat mendengar suara atau bunyi maka pendengaran seorang individu akan mengenai reseptor sebagai suatu respons terhadap stimulus tersebut. Ketika individu sudah menyadari apa yang didengar maka hal tersebut dapat menjadi persepsi sesuai dengan apa yang didengar.

c. Persepsi Melalui Indra Penciuman

Hidung memungkinkan kita untuk mencium bau dan aroma. Ini memainkan peran penting dalam mengenali makanan, bunga, dan bau-bau lain yang dapat memicu kenangan atau emosi tertentu. Ketika kita mencium bau atau aroma, otak menginterpretasikan informasi ini untuk membentuk persepsi tentang jenis aroma atau bau yang kita alami dan hal tersebut memungkinkan kita untuk mengenali aroma atau bau tersebut hal tesebut terjadi karena sel-sel penerima atau reseptor bau terletak dalam hidung bagian dalam yang stimulusnya bersifat khemis atau gas yang menguap lalu diteruskan ke syaraf sensoris otak sehingga dapat menyadari apa bau atau aroma yang diciumnya.

d. Persepsi Melalui Indra Pengecap

Indra yang dilakukan untuk mengecap ialah lidah. Stimulusnya merupakan benda cair, hal itu terjadi dengan mengenai ujung sel penerima yang ada pada lidah yang dilakukan oleh syaraf sensoris menuju keotak yang membantu dalam merasakan rasa dan tekstur berbagai jenis makanan.

e. Persepsi Melalui Indra Peraba

Persepsi melalui indra peraba adalah kemampuan manusia untuk merasakan sentuhan atau sensasi fisik melalui kulit dan bagian tubuh lainnya, hal ini melibatkan pengenalan berbagai jenis sentuhan, tekanan, suhu, dan perasaan fisik lainnya. Seperti saat dalam tekanan atau rabaan, stimulusnya langsung terkena pada bagian kulit sehingga akan menimbulkan kesadaran tentang rasa lunak, keras, kasar atau halus. Indra peraba adalah salah satu komponen penting dalam panca indera manusia, yang membantu kita merasakan lingkungan dan berinteraksi dengan dunia sekitar.

Persepsi pada dasarnya melibatkan penggunaan seluruh panca indera untuk menghasilkan pemahaman yang lebih lengkap dan akurat tentang dunia di sekitar kita. Ini berarti bahwa dalam proses persepsi, kita menggabungkan informasi dari berbagai indera, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan pengecap, untuk membentuk pemahaman yang lebih komprehensif tentang objek, situasi, atau lingkungan. Jika stimulus itu bersifat kuat maka hasil

yang didapat akan lebih spesifik. Dikutip oleh Eliska Pratiwi dkk, menurut Irwanto setelah individu melakuka sebuah interaksi dengan apa yang dipersepsikan maka hasil persepsi tersebut dapat terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

a. Persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan serta tanggapan yang selaras dengan objek yang dipersepsikannya.
b. Persepsi negatif adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan serta tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang diperhatikannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi baik positif maupun negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam bertindak, dan persepsi tersebut muncul bergantung pada bagaimana cara individu mendeskripsikan apa yang diketahui tentnag suatu objek yang dipersepsikan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi persepsi sebagai berikut:

a. Latar belakang, latar belakang adalah salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi individu. Latar belakang mencakup pengalaman pribadi, budaya, pendidikan, nilai, keyakinan, dan konteks sosial yang membentuk pandangan seseorang tentang dunia.

b. Pengalaman, pengalaman adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi persepsi individu. Pengalaman pribadi yang mencakup berbagai pengalaman sepanjang hidup seseorang berperan penting dalam membentuk cara seseorang memandang dunia dan meresponsnya. Pengalaman-pengalaman tersebut membantu kita untuk mengenali, memahami, dan merespons dunia di sekitar kita.
c. Kepribadian, Kepribadian adalah salah satu faktor yang memengaruhi cara seseorang mempersepsikan dunia di sekitar mereka. Kepribadian mengacu pada pola perilaku, sikap, kecenderungan, dan karakteristik individu yang konsisten dalam berbagai situasi.
d. Penerimaan diri, Penerimaan diri adalah komponen penting dalam pembentukan persepsi individu. Cara seseorang melihat dan merasa tentang diri mereka sendiri memengaruhi cara mereka memandang dunia di sekitar mereka dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, penerimaan diri adalah salah satu faktor psikologis yang berdampak signifikan pada proses persepsi manusia.
e. Sistem nilai, sistem nilai atau nilai-nilai pribadi adalah faktor yang memengaruhi cara seseorang mempersepsikan dunia di sekitar mereka. Sistem nilai mencerminkan keyakinan dan prinsip-prinsip individu tentang apa yang mereka anggap penting dalam kehidupan mereka. Cara seseorang memandang dan merespons situasi, orang, dan objek dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai mereka.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi secara eksternal, yakni:

a. Intensitas, hal ini merujuk pada tingkat atau kekuatan stimulus dan dapat memengaruhi seberapa kuat atau mencolok stimulus tersebut yang dipersepsikan oleh individu.
b. Kontras, kontras adalah salah satu prinsip dasar dalam persepsi visual yang memengaruhi cara kita melihat dan memproses informasi visual. Prinsip ini menyatakan bahwa elemen-elemen yang berbeda dalam gambar atau lingkungan visual, seperti warna, bentuk, ukuran, atau kecerahan yang sangat berbeda, akan menarik perhatian kita dengan lebih cepat.
c. Ukuran, ukuran adalah salah satu faktor yang memengaruhi cara kita mempersepsikan objek atau elemen dalam lingkungan visual.
d. Gerakan, gerakan adalah salah satu faktor yang secara alami menarik perhatian kita. Manusia cenderung memperhatikan dan merespons pergerakan dalam lingkungan mereka.
e. Keakraban, adanya pendekatan atau interaksi yang dikenal dan menarik perhatian.
f. Ulangan, hal yang terjadi berkali-kali dan menarik perhatian
g. Sesuatu yang baru, hal-hal yang baru atau tidak biasa dalam lingkungan.

5. Proses Terjadinya Persepsi

Proses persepsi terbagi dalam empat tahap, yaitu:

a. Perhatian dan Seleksi (*Attention and Selection*): Tahap ini adalah langkah awal dalam proses persepsi, tahap ini tahap menerima banyak stimulus sekaligus perlu memilih stimulus mana yang akan diperhatikan dan diproses lebih lanjut. Faktor-faktor seperti minat, relevansi, atau kepentingan pribadi dapat memengaruhi seleksi stimulus.
b. Organisasi (*Organization*): Tahap selanjutnya adalah organisasi, tahap setelah memilih stimulus yang akan diperhatikan, tahap ini akan melibatkan pengelompokkan atau pengaturan stimulus menjadi pola-pola yang lebih teratur atau lebih bermakna. Proses ini membantu kita mengenali objek atau informasi dalam konteks yang lebih besar.
c. Interpretasi (*Interpretation*): Setelah stimulus diorganisasi, tahap selanjutnya adalah interpretasi. Tahap ini ialah tahap dimana mencoba memberikan makna pada stimulus atau informasi tersebut. Interpretasi ini sangat dipengaruhi oleh pengetahuan sebelumnya, pengalaman pribadi, dan kerangka referensi kita.
d. Pencarian kembali (*Retrieval*): Pencarian kembali adalah kemampuan untuk mengingat atau mendapatkan kembali informasi yang relevan dari memori, hal ini terjadi ketika menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang ada dalam memori individu.

6. Proses Persepsi Pelanggan

Proses persepsi pelanggan merujuk pada bagaimana individu yang menjadi pelanggan menginterpretasikan dan membentuk pemahaman

mereka tentang berbagai aspek yang terkait dengan produk, layanan, merek, atau pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Proses ini sangat penting dalam konteks bisnis dan pemasaran, karena persepsi pelanggan dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli, menggunakan, atau mempertahankan produk atau layanan Anda. Berikut adalah langkah-langkah dalam proses persepsi pelanggan:

a. **Penerimaan Informasi:** Proses dimulai ketika pelanggan menerima informasi dari sumber, informasi ini dapat datang dalam bentuk iklan, ulasan pelanggan, rekomendasi teman, atau pengalaman langsung dengan produk atau layanan. Pelanggan menerima berbagai stimulus yang memengaruhi persepsi mereka.
b. **Seleksi Informasi:** Pelanggan tidak selalu dapat memproses semua informasi yang mereka terima. Oleh karena itu, mereka melakukan seleksi informasi. Faktor-faktor seperti minat, relevansi, dan kepentingan pribadi dapat memengaruhi seleksi informasi, pelanggan cenderung fokus pada informasi yang mereka anggap penting.
c. **Organisasi Informasi:** Setelah memilih informasi yang relevan, pelanggan mengorganisasi informasi tersebut. Pelanggan mencoba untuk memahami bagaimana informasi ini berkaitan satu sama lain dan membentuk gambaran yang lebih besar tentang produk atau layanan.
d. **Interpretasi:** Interpretasi adalah langkah di mana pelanggan mencoba memberikan makna pada informasi yang mereka terima, proses ini

melibatkan penggunaan pengetahuan sebelumnya, pengalaman, dan kerangka referensi mereka untuk memahami produk atau layanan. Interpretasi ini sangat subjektif dan dapat berbeda dari individu ke individu.

e. **Pembentukan Persepsi:** Setelah interpretasi, pelanggan membentuk persepsi mereka tentang produk atau layanan, hal ini ialah gambaran mental tentang apa yang diharapkan dari produk atau layanan tersebut dan bagaimana mereka melihatnya dalam konteks kebutuhan dan keinginan mereka.

f. **Respons dan Keputusan:** Persepsi pelanggan memengaruhi respons dan keputusan mereka, pelanggan dapat memutuskan untuk membeli produk atau layanan, mencari informasi lebih lanjut, atau bahkan menghindari produk atau merek tertentu berdasarkan persepsi mereka.

g. **Pengalaman Pengguna:** Setelah keputusan dibuat, pelanggan mengalami penggunaan produk atau layanan, pengalaman ini dapat memengaruhi persepsi pelanggan lebih lanjut. Jika pengalaman positif, ini dapat memperkuat persepsi positif mereka tentang produk atau layanan.

h. **Umpan Balik dan Evaluasi:** Pelanggan dapat memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka, yang dapat memengaruhi persepsi mereka di masa depan. Mereka juga dapat secara teratur mengevaluasi produk atau layanan untuk memastikan bahwa persepsi mereka tetap positif.

E. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan salah satu faktor penting dalam dunia pelayanan, baik buruknya kinerja suatu instansi dari kualitas pelayanan yang dihasilkan. Menurut *American society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. (Lupiyoadi, 2001:144). Kualitas adalah karakteristik atau atribut dari suatu produk, layanan, atau proses yang menggambarkan tingkat keunggulan, kepuasan, atau kecukupan yang dimilikinya.

Kualitas dapat mengacu pada berbagai aspek tergantung pada konteksnya, kualitas memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan kita, termasuk dalam produk, layanan, dan upaya pribadi. Kualitas mencerminkan tingkat keunggulan, kesempurnaan, atau kecocokan dengan standar yang ditetapkan, dan dapat memiliki dampak besar pada nilai dan kepuasan. Dalam kaitannya dengan pelayanan, pengukuran kualitas pelayanan ialah sebuah proses penting untuk menilai sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi dan kebutuhan konsumen. Pengukuran ini membantu penyedia layanan dalam memahami sejauh mana layanan mereka efektif dalam memuaskan pelanggan.

F. Pengertian Kualitas Komunikasi

Berdasarkan yang telah diuraikan pada poin sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas komunikasi adalah baik buruknya komunikasi

seseorang dengan orang lain, hal ini perlu menjadi perhatian terkhusus penyedia pelayanan karena komunikasi yang dilakukan bukan hanya perihal pemberian informasi namun yang dapat dinyatakan dengan kejelasan informasi serta ketulusan hati sehingga komunikasi tersebut dapat terjalin dengan baik karena lepasnya rasa saling tegang dan perasaan saling mengenal satu sama lain.

G. Aspek-Aspek Kualitas Komunikasi

Terdapat lima kualitas secara umum yang sangat penting dalam berbagai konteks yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan *(equality)* (Devito, 2011: 259-264) terutama dalam komunikasi terkhusus dalam memberikan layanan kepada orang lain.

1. **Keterbukaan (Openness)**: Keterbukaan adalah sikap atau perilaku yang mencerminkan kemauan untuk mendengarkan, menerima, dan mempertimbangkan gagasan, pendapat, atau pandangan orang lain. Ini menciptakan lingkungan di mana komunikasi yang efektif dan kolaborasi dapat terjadi.
2. **Empati (Empathy)**: Empati adalah kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan, pengalaman, atau pandangan orang lain. Ini melibatkan kemampuan untuk menempatkan diri dalam posisi orang lain dan merasakan apa yang mereka rasakan.
3. **Sikap Mendukung (Supportiveness)**: Sikap mendukung mencakup memberikan dukungan, bantuan, atau dorongan kepada orang lain. Ini

dapat berupa dukungan emosional, dukungan praktis, atau dukungan dalam mencapai tujuan mereka.

4. **Sikap Positif (Positiveness)**: Sikap positif melibatkan pendekatan yang optimis dan optimis terhadap situasi atau orang lain. Ini menciptakan lingkungan yang lebih menyenangkan dan mendorong hubungan yang positif.
5. **Kesetaraan (Equality)**: Kesetaraan adalah prinsip bahwa semua orang harus diperlakukan dengan secara adil dan setara, tanpa diskriminasi berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, ras, agama, atau latar belakang lainnya. Ini menciptakan dasar untuk hubungan yang adil dan inklusif.

H. Sikap Dalam Kualitas Komunikasi

Suranto, Aw. (2011:23) mengemukakan hubungan antar manusia dibina atas dasar hal-hal kecil yang mengakrabkan persahabatan, yang terbit dari kata hati yang tulus ikhlas dan sebagai sikap kualitas berkomunikasi. Berikut contoh sikap kualitas yang perlu dikembangkan untuk mendukung kualitas komunikasi:

1. Sopan dan Ramah Dalam Komunikasi

   Bersikap yang sopan dan ramah memiliki dampak yang sangat positif dalam memulai dan menjalankan komunikasi dengan orang lain, salah satunya ialah komunikan akan merasa senang dan dihargai sehingga bersikap sopan dan ramah sudah sepatutnya dimiliki oleh individu terutama dalam hal berinteraksi dengan orang lain.

2. Cepat dan Tanggap

   Ketepatan waktu atau cepat adalah kunci dalam komunikasi. Berarti merespons pesan atau situasi dengan cepat saat diperlukan. Komunikasi yang cepat memungkinkan pemecahan masalah yang lebih efisien, menghindari kebingungan, dan memastikan bahwa informasi penting disampaikan pada waktu yang tepat. Tanggap atau responsif mencakup kemampuan untuk merespons dengan memperhatikan, mendengarkan, dan mengerti dengan baik, hal ini tidak hanya berarti merespons secara cepat, tetapi juga merespons secara relevan dan penuh perhatian terhadap isi pesan atau permintaan. Kemampuan tanggap dapat membantu membangun hubungan yang kuat, karena orang merasa dihargai dan didengar. Hal ini juga berkontribusi pada komunikasi yang lebih efektif dalam hal memahami kebutuhan, kekhawatiran, atau masalah orang lain.

3. Bertindak jujur dan adil

   Kejujuran adalah salah satu aspek etika profesional yang paling mendasar dan kunci dalam berbagai profesi. Sifat adil adalah salah satu sifat yang sangat penting dalam konteks etika dan moralitas, sifat ini mencerminkan kemampuan untuk bertindak dengan keadilan, kesetaraan, dan kesetiaan terhadap prinsip-prinsip moral yang benar.

4. Penuh Perhatian

   Mempunyai sikap penuh perhatian atau kemampuan untuk memberikan perhatian sepenuhnya kepada orang atau situasi dapat memberikan

berbagai keuntungan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya ialah membangun kualitas komunikasi yang baik dengan orang lain.

I. Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan atau rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, baik dalam bentuk barang, jasa, atau pelayanan administratif, hal ini mencakup berbagai layanan yang disediakan oleh entitas pemerintah atau badan hukum lainnya. Menurut Osborne dan Gaebler dalam buku mereka yang berjudul *"Reinventing Government"* Pelayanan publik adalah upaya menyelenggarakan kegiatan pemerintah dengan cara yang lebih efisien, efektif, dan responsif terhadap kebutuhan warga negara.

Penyediaan pelayanan publik mencakup eksekusi pelayanan, penanganan keluhan masyarakat, manajemen informasi, pengawasan internal, penyampaian informasi kepada masyarakat, dan pemberian konsultasi. Jika terjadi ketidakmampuan, pelanggaran, atau kegagalan dalam penyelenggaraan pelayanan, tanggung jawabnya ada pada penyelenggara serta seluruh unit dalam organisasi penyelenggaraan tersebut. Untuk mempermudah penyelenggaraan berbagai jenis pelayanan publik, dapat diterapkan sistem pelayanan terpadu. Selain itu, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan, kerja sama antara penyelenggara dalam hal operasional teknis pelayanan dan dukungan pelayanan juga bisa diwujudkan.

Dalam penyelenggaraan layanan publik, penyelenggara harus menyusun standar pelayanan. Hal ini perlu memperhatikan kemampuan

penyelenggara, kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan sekitarnya. Dalam proses penyusunan standar, partisipasi masyarakat dan pihak terkait harus diperhitungkan. Standar pelayanan mencakup berbagai aspek, termasuk dasar hukum, persyaratan, prosedur, waktu penyelesaian, biaya, produk layanan, sarana dan prasarana, kompetensi pelaksana, pengawasan internal, penanganan pengaduan, jumlah pelaksana, jaminan pelayanan sesuai standar, keamanan dan keselamatan, serta evaluasi kinerja pelaksana. Penyusunan standar ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas dalam menyediakan layanan publik yang berkualitas dan sesuai dengan harapan masyarakat.

1. Prinsip-prinsip pelayanan publik

   Prinsip-prinsip pelayanan publik didasarkan pada Keputusan MENPAN No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 yang mencakup sejumlah pedoman esensial sebagai berikut:

   a. Prinsip Kesederhanaan: prinsip dasar dalam pelayanan publik adalah kesederhanaan, yang mengartikan bahwa pelayanan harus mudah dimengerti dan dijalankan oleh masyarakat, tanpa adanya kerumitan atau hambatan yang berlebihan.
   b. Prinsip Kejelasan: prinsip ini menuntut agar pelayanan harus jelas dalam segala hal, baik dari segi teknis maupun administratif. Ketidakjelasan dalam proses pelayanan perlu diperhatikan dan diperbaiki.

c. Prinsip Kepastian Waktu: prinsip pelayanan publik mencakup kepastian waktu, di mana jadwal dan waktu pelaksanaan aktivitas harus ditentukan dengan jeta.
d. Prinsip Akurasi: prinsip kerja pelayanan publik menekankan akurasi, yang artinya bahwa pelayanan harus mengikuti prosedur dan syarat yang berlaku dengan ketepatan, kebenaran, dan keabsahan.
e. Prinsip Keamanan: pada aspek keamanan, prinsip kerja pelayanan publik memberikan kepastian hukum untuk masyarakat, sehingga mereka merasa aman dalam mengakses pelayanan.
f. Prinsip Tanggung Jawab: prinsip ini menuntut agar mereka yang bekerja dalam pelayanan publik harus bertindak dengan rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan mereka tanpa mengeluh, dan siap membantu masyarakat untuk kepentingan pelayanan publik.
g. Prinsip Kelengkapan Sarana dan Prasarana: Masyarakat diharapkan untuk memperhatikan kelengkapan berkas atau dokumen yang diperlukan oleh pelayanan publik.
h. Prinsip Kemudahan Akses: kemudahan akses mengacu pada ketersediaan dan keterjangkauan pelayanan publik, termasuk dalam konteks modern melalui teknologi informasi dan telekomunikasi.
i. Prinsip 3K (Kedisiplinan, Kesopanan, dan Keramahan): prinsip ini menggambarkan perlunya disiplin, kesopanan, dan keramahan

dalam perilaku pegawai pelayanan publik saat melayani masyarakat dengan berbagai karakter.

j. Prinsip Kenyamanan: prinsip dalam memberikan kenyamanan kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan, termasuk aspek kebersihan, tata ruang dll

2. Unsur-Unsur Pelayanan Publik

Menurut A.S. Moenir (1995:8), dalam proses kegiatan pelayanan publik, terdapat beberapa faktor atau unsur yang mendukung kelancaran pelaksanaan. Unsur-unsur tersebut mencakup:

a. Sistem, Prosedur, dan Metode

Dalam pelayanan publik, pentingnya adanya sistem informasi, prosedur, dan metode yang mendukung proses pelayanan. Ini membantu kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

b. Personil

Faktor personil sangat penting, terutama dalam hal perilaku aparatur pemerintah yang bertugas dalam pelayanan publik. Personil pelayanan publik harus bersikap profesional, disiplin, dan terbuka terhadap kritik yang datang dari pelanggan atau masyarakat.

c. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana melibatkan peralatan, ruang kerja, dan fasilitas pelayanan publik. Misalnya, ruang tunggu yang nyaman, tempat parkir

yang memadai, serta fasilitas lain yang mendukung pelayanan yang efektif.

d. Masyarakat sebagai Pelanggan

Dalam pelayanan publik, masyarakat adalah pelanggan utama. Masyarakat sebagai pelanggan sangat beragam dalam hal tingkat pendidikan dan perilaku. Oleh karena itu, pelayanan publik harus mampu mengakomodasi kebutuhan beragam ini dan memberikan pelayanan yang sesuai.

3. Jenis-jenis pelayanan publik

a. Pelayanan Administratif

Pelayanan administratif merupakan salah satu aspek pelayanan publik yang memiliki tugas untuk memberikan pelayanan serta menghasilkan dokumen resmi yang diperlukan. Dalam hal pembuatan dokumen, terdapat berbagai jenisnya, termasuk tetapi tidak terbatas pada dokumen kepemilikan tanah, kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, dan dokumen seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), Izin Mendirikan Bangunan (IMB), dan Surat Izin Mengemudi (SIM).

b. Pelayanan barang

Pada divisi pelayanan barang, para pegawai pelayanan publik bertanggungjawab untuk memberikan pelayanan dan menghasilkan berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tentu saja,

barang-barang ini memiliki beragam bentuk dan jenis, termasuk pemasangan jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, dan layanan-layanan lainnya.

c. Pelayanan jasa

Sama halnya dengan pelayanan barang, pelayanan jasa juga memiliki tugas untuk memberikan layanan yang berbentuk jasa kepada masyarakat. Ini mencakup layanan pendidikan, perawatan kesehatan, transportasi, serta pengurusan pensiun, dan berbagai jenis layanan lainnya.

d. Pelayanan regulative

Pelayanan regulatif merujuk pada jenis pelayanan yang berupaya dalam penegakan hukum, pelaksanaan kebijakan, dan tugas-tugas lain yang terkait dengan peraturan dan pengaturan.

4. Manajemen pelayanan publik

Manajemen pelayanan publik hadir dengan maksud untuk mengoordinasikan segala kegiatan pelayanan publik agar dapat berjalan dengan efisien. Peran manajemen adalah mengubah rencana menjadi realitas. Ketika manajemen pelayanan publik dijalankan, maka interaksi dengan individu adalah kunci. Selain memberikan kepuasan kepada masyarakat, tujuan dari manajemen pelayanan publik adalah mencapai sejumlah aspek yang terkait dengan layanan dan produk yang disediakan. Manajemen pelayanan publik dapat dilihat dari beberapa perspektif, termasuk:

a. Perspektif Aktivitas

Dalam konteks ini, manajemen pelayanan publik melibatkan sejumlah aktivitas penting. Salah satu aktivitas yang mencolok adalah menetapkan tujuan. Dalam hal ini, pemangku kepentingan terfokus pada apa yang perlu dicapai dan berupaya mencari solusi terhadap masalah yang muncul. Selain itu, manajemen pelayanan publik juga berfokus pada menetapkan cara mencapai tujuan. Ini melibatkan pembuatan prosedur yang efektif dan pemilihan metode yang terbukti berhasil.

b. Perspektif Teknik

Manajemen pelayanan publik melibatkan sejumlah teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan. Beberapa teknik yang relevan mencakup:

1) *Management by Objective (MBO):* Teknik ini menetapkan sasaran terkecil sebagai fokus, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk perencanaan dan pengendalian bersama dengan unit di atasnya.
2) *Management by Result (MBR):* MBR berfokus pada pemberian wewenang dalam pengambilan keputusan melalui delegasi, yang memfasilitasi kelangsungan proses kegiatan.
3) *Management by System (MBS):* Teknik ini berfokus pada mekanisme sistem, dengan perhatian khusus terhadap prosedur dan metode sebelum merencanakan sesuai dengan area kegiatan.

4) *Management by Motivation (MBM)*: MBM menggunakan motivasi sebagai alat untuk mencapai tujuan, mengembangkan semangat yang dapat digunakan untuk tujuan materi maupun non-materi.
5) *Management by Exception (MBE*): MBE melibatkan pengecualian, di mana beberapa aspek manajemen tidak perlu ditangani oleh para pemimpin organisasi, walaupun mereka memegang peran struktural.

J. Pentingnya Komunikasi dalam pelayanan publik

Dalam menyediakan pelayanan publik yang berkualitas dan sesuai dengan harapan masyarakat maka diperlukan kualitas komunikasi dalam pelaksanaannya oleh karena itu, setiap individu yang berhubungan dengan orang lain, terutama organisasi atau institusi yang fokus pada layanan seperti pelayanan publik harus memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan terbaik dalam setiap interaksi dengan masyarakatnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka hal ini menunjukkan bahwa komunikasi menempati peran penting dalam pelayanan publik, karena komunikasi merupakan aspek yang sangat menentukan bagi pelakasanan pelayanan publik maka petugas pemberi layanan harus mengetahui bagaimana berkomunikasi yang baik sehingga mampu mempengaruhi orang lain dalam pelayanan.

K. Aspek Penting dalam Komunikasi Pelayanan

Menurut Akh Muwafik (2010:78) terdapat beberapa aspek penting yang harus diperhatikan dalam komunikasi pelayanan publik, yakni :

1) *Communicator Perfomance Image*

Aspek yang pertama ini perlu diperhatikan karena hal ini dapat menjadi sebuah citra atau gambaran yang dimiliki oleh seorang komunikator (pengirim pesan) dalam proses komunikasi. Citra ini mencerminkan bagaimana komunikator dilihat atau dianggap oleh penerima pesan atau audiensnya. Dalam hal pelayanan publik, kesan yang diberikan oleh aparatur pelayanan khususnya pada saat melakukan interaksi dengan pelanggan, hal ini dikarenakan setiap pelanggan akan memberikan sebuah perhatikan terhadap bagaimana cara dan respon yang diberikan oleh pemberi pelayanan (aparatur pemerintah) dalam memenuhi setiap kebutuhan masyarakat. Terdapat beberapa faktot yang dapat mempengaruhi efektifitas pemberian layanan, yaitu:

a. *Physical Perfomance:* Hal ni mengacu pada aspek penampilan fisik yang dipertunjukkan oleh penyedia layanan, mencakup ekspresi wajah saat mereka melayani, perilaku dan respons tubuh, tata krama, dan ketulusan yang mereka tunjukkan, hal ini juga termasuk elemen-elemen konkret seperti seragam atau pakaian yang mereka kenakan. Tujuannya adalah agar pelanggan merasa nyaman, tanpa kesan formal, kaku, atau birokratis. Sebaliknya, mereka harus merasakan bahwa penyedia layanan memiliki hubungan persahabatan, keramahan, dan profesionalisme. Untuk mencapai hal ini, perlu memperbarui seragam yang digunakan oleh staf pemerintah atau perusahaan agar sesuai

dengan tugas mereka, sehingga menciptakan kesan yang lebih positif bagi pelanggan.

b. *Psychologycal Perfomance:* Penampilan fisik sebenarnya mencerminkan apa yang dirasakan oleh setiap penyedia layanan di dalam diri mereka. Setiap tindakan yang diperlihatkan oleh individu merupakan hasil dari keyakinan, emosi, dan motivasi yang ada dalam diri mereka. Oleh karena itu, untuk bisa menunjukkan perilaku yang positif pada seseorang dalam memberikan layanan, diperlukan pemahaman yang mendalam dan motivasi yang kuat untuk memberikan pelayanan terbaik. Semuanya ini berawal dari mindset pelayanan yang dimiliki oleh setiap individu penyedia layanan. Mindset ini melibatkan pemahaman bahwa melayani adalah tentang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara terbaik, dengan senyuman, dan dengan kebahagiaan dalam setiap tindakan pelayanan yang diberikan.

c. *Verbal Expression:* Perpaduan antara keyakinan yang bermula dari sebuah perubahan mindset dan tampilan fisik dalam pelayanan haruslah dapat terwujud pada cara bagaimana seorang pemberi layanan mampu menampilkan ekspresi komunikasi verbal yang mengesankan bagi setiap bagi setiap pelanggan. Untuk itu keterampilan berkomunikasi bagi setiap pelanggan merupakan hal yang sangat penting., termasuk ekspresi verbal yang disampaikan melalui telepon. Karena hal ini salah satu cara membangun citra

melalui suara pada saat seseorang berinteraksi pertama kali dengan institusi layanan sebelum melakukan interaksi langsung.

1. *Front Office Image*
    a. Seragam/Tampilan *front line*
    b. Tampilan Gedung
    c. Dekorasi/tampilan didalam kantor
2. *Corporate Image*
    a. Publikasi
    b. Kualitas pelayanan
    c. Program yang ditawarkan

L. Teori Persepsi langsung

Teori persepsi langsung menyatakan bahwa informasi dalam stimuli adalah elemen penting dalam persepsi dan bahwa pembelajaran dan kognisi tidaklah penting dalam persepsi karena lingkungan teah mengandung cukup informasi yang dapat digunakan untuk inter pretasi (Solso et. al., 2007: 122). Teori ini mengedepankan signifikansi rangsangan sensorik, menunjukkan bahwa pemrosesan stimulus terjadi dengan cara yang jelas dan segera, serta bahwa kognisi dan persepsi adalah fenomena yang timbul secara alami dan sesuai dengan lingkungan, suatu pandangan yang konsisten dengan sudut pandang kognitif evolusi.

M. Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R)

Pada tahun 1953, Houland mengembangkan Model/teori S-O-R atau Stimulus Organisme Respons. Teori ini awalnya muncul dalam bidang

psikologi dan kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi, hal ini terjadi karena objek kajian psikologi dan komunikasi sama, yaitu manusia, yang memiliki sifat yang serupa. Asumsi dasar teori ini adalah penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikan) (Yasir, 2009). Model Stimulus Organism Response menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan proses tindakan dan reaksi. Dalam konteks ini, teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata lisan, isyarat non-verbal, serta simbol-simbol khusus akan memicu orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Model S-O-R ini dapat menghasilkan respon yang bersifat positif atau negatif. Berdasarkan uraian tersebut, maka proses komunikasi dalam teori S-O-R pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Stimulus: Kualitas Komunikasi Pelayanan Publik di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar
b. Organisme: Pengguna layanan yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Makassar, Umur 17-50 Tahun
c. Respons: Persepsi Masyarakat