POLA KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK KANTOR BERSAMA SAMSAT KRIAN SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
KLAS K D-2012 072 KOM
No. REG : D-2012 / KOM / 072
ASAL BUKU :
TANGGAL :

Oleh:

LINDA OKTAVIANTI
NIM. B06208149

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2012

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama	: Linda Oktavianti
NIM	: B06208149
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Alamat	: Jagalan RT12 RW3 Krian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini benar – benar hasil karya saya mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 17 Juli 2012

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

F92DDABF109591762

ENAM RIBU RUPIAH

6000 DJP

(Linda Oktavianti)

B06208149

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Linda Oktavianti

NIM : B06208149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pola Komunikasi Pelayanan Publik Kantor Bersama SAMSAT Krian Sidoarjo

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk di ujikan.

Surabaya, 17 Juli 2012

Dosen pembimbing,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 195409071982031003

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Linda Oktavianti ini telah dipertahankan didepan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 17 Juli 2012

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah

Dekan,

Dr. H. Aswadi. M.Ag
NIP. 196004121994031001

Ketua,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si
NIP. 195409071982031003

Sekretaris

Rahmad Harianto, S.IP
NIP. 197805092007101004

Penguji I,

Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil I
NIP. 197110171998031001

Penguji II,

Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP. 198311182009011006

ABSTRAK

Linda Oktavianti , NIM B06208149 , 2012 . Pola Komunikasi Pelayanan Publik (Studi pada Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo). Skripsi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Pelayanan Publik.

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: proses komunikasi Kantor Bersama Samsat Krian dalam memberikan pelayanan prima kepada publik atau masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi yang terjadi di Kantor Bersama Krian.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan permasalahan tersebut, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara secara mendalam. Selain itu, untuk menegaskan keabsahan data dilakukan melalui ketentuan pengamatan data dan triangulasi data. Triangulasi data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber (informan), dengan me-rechek ulang kepada informan dan pembimbing. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis secara induktif.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa: Dari fakta yang didapatkan peneliti menemukan adanya pola atau model komunikasi linier. Dimana komunikasi berjalan dari Petugas Samsat langsung menuju ke masyarakat. Kemudian pesan diterima dan dicerna oleh masyarakat sendiri. Selain itu juga berupa pola atau model komunikasi transaksional. Yaitu terjadi komunikasi antar wajib pajak dengan petugas Samsat untuk mendapatkan suatu pesan, dimana petugas dapat menciptakan hubungan kepercayaan dan kepuasan dalam pelayanan prima.

Hasil dalam penelitian ini adalah proses komunikasi primer, bahwa komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain. Dimana komunikasi berjalan melalui petugas Samsat langsung menuju ke pelanggan atau masyarakat, kemudian pesan diterima dan dicerna oleh masyarakat sendiri. Dan kebanyakan dari masyarakat atau wajib pajak menjalankan semua hal yang telah disampaikan oleh Petugas Samsat. Yang kedua berupa proses komunikasi sekunder. Yaitu terjadinya komunikasi antar petugas Samsat dengan wajib pajak yang lainnya untuk mendapatkan suatu pesan. Dimana si wajib pajak dapat menciptakan pencapaian makna. Umpan balik dalam komunikasi sekunder bersifat tertunda (delayed feedback), jadi komunikator tidak akan segera mengetahui bagaimana reaksi atau respon para komunikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR BAGAN xi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 6
F. Definisi Konsep 7
G. Kerangka Pikir Penelitian 10
H. Metode Penelitian 11
1.Pendekatan dan Jenis Penelitian 11
2.Subyek Obyek dan Lokasi Penelitian 12
3.Jenis dan Sumber Data 14
4.Tahap-tahap Penelitian 15
5.Teknik Pengumpulan Data 17
6.Teknik Analisis Data 19
7.Teknik Keabsahan Data 20
I. Sistematika Pembahasan 21

BAB II KAJIAN TEORETIS 23
A. Kajian Pustaka 23
1. Pola Komunikasi 23
2. Komunikasi 33
a. Komunikasi Organisasi 34
b. Komunikasi Interpersonal 36
3. Pelayanan Publik 38
B. Kajian Teori 42
1. Teori Pelayanan Publik 42
2. Teori Komunikasi Kelompok 44

BAB III PENYAJIAN DATA 46
A. Deskripsi Subyek, dan Lokasi Penelitian 46
1. Subyek Penelitian 46
2. Lokasi penelitian 47
B. Deskripsi Data Penelitian 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pelayanan Publik di Samsat 54
2. Pola Komunikasi Pelayanan Publik 60

BAB IV ANALISIS DATA 73
A. Temuan Penelitian 73
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 79

BAB V PENUTUP 85
A. Simpulan 85
B. Rekomendasi 86

DAFTAR PUSTAKA
BIODATA PENULIS
LAMPIRAN – LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7

Tabel 1.2 Daftar Informan Kantor Bersama Samsat..... 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan. Pentingnya kebutuhan akan komunikasi dan informasi kemudian mendorong manusia untuk berinovasi dalam penyediaan media komunikasi yang efektif yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan secara akurat. Komunikasi menjadi sangat penting karena merupakan aktivitas tempat pimpinan mencurahkan waktunya untuk menginformasikan sesuatu dengan cara tertentu kepada seseorang / kelompok orang.

Dalam suatu proses harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebaran pesan) dan komunikan (penerima pesan). Sementara itu proses komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan.[1]

[1] Ruslan Rosady, *Manajemen PR dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2005) , hlm. 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui transfer informasi / pesan-pesan tersebut terjadi proses interpretasi, yaitu peng-encode-an pesan ter-decode oleh komunikan dengan berbagai perspektif yang didasari dari pengalaman yang dialami dan kerangka referensinya. Kemudian pihak komunikan akan memberikan reaksi atau umpan balik (*feedback*), baik tanggapan bersifat positif maupun negative kepada pihak komunikator.

Pendapat lain mengatakan, apabila kita mengadakan komunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Kita mengetahui bahwa pada dasarnya komunikasi itu adalah proses. Suatu proses komunikasi bersifat dinamis, tidak statis. Komunikasi bukan sekedar tukar menukar pikiran serta pendapat saja akan tetapi kegiatan yang dilakukan untuk berusaha mengubah pendapat dan tingkah laku orang lain.

Namun sebuah kepercayaan tidak mungkin dapat dicapai tanpa adanya komunikasi antarsesama. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya, kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk memberikan kepercayaan antar masyarakat. Pesan-pesan itu mengemuka lewat perilaku manusia. Ketika manusia berbicara, manusia sebenarnya sedang berperilaku, saat melambaikan tangan, tersenyum, bermuka masam atau memberikan isyarat, manusia juga sedang berperilaku, sering perilaku-perilaku ini merupakan pesan-pesan, sedangkan pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebelum perilaku tersebut dapat disebut pesan, perilaku itu harus memenuhi dua syarat. Pertama, perilaku harus diobservasi oleh seseorang dan kedua, perilaku harus mengandung makna. Dengan kata lain, setiap perilaku yang dapat diartikan adalah suatu pesan. Jadi komunikasi merupakan jalan satu-satunya untuk mempertahankan dan menjaga suatu kepercayaan dalam proses pelayanan.

Dalam setiap proses terdapat komunikasi antarpribadi, atau yang biasa disebut komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal dilakukan oleh para perlanggan yang memiliki kebutuhan yang berbeda . Dimana saat wajib pajak mengetahui informasi dari spanduk yang terpasang ataupun secara langsung yang disampaikan oleh petugas Samsat . Maka secara otomatis wajib pajak akan merespon pesan atau informasi tersebut. Sehingga terjalin pola komunikasi yang terjadi di Kantor Bersama Samsat.

Pola komunikasi yang terjadi di Kantor Bersama Samsat sangat menarik untuk diteliti. Karena pola komunikasi dari pihak komunikator terjadi dalam sebuah saluran yang merupakan jalan untuk komunikasi. Saluran ini biasanya langsung berhubungan dengan indera penglihatan, perasa, penciuman, pendengar. Jadi dalam komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia.

Pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.[2]

Pola yang dirancang paling tidak, mampu memberikan informasi apa yang akan dilakukan, mengapa dilakukan demikian, siapa yang bertanggung jawab dan mengoperasionalkan, berapa besar biaya dan lama waktu pelaksaan, serta hasil apa yang akan diperoleh. Untuk itu pelayanan publik dimaksudkan untuk kepuasan masyarakat. Pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di Daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara / Daerah dalam bentuk barang atau jasa baik dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang Dasar 1945, pasal 22 dan 23 menyatakan bahwa pelayanan dasar bagi publik sebagai pemenuhan hak-hak asazi manusia yang wajib di penuhi oleh Negara dalam hal ini (Pemerintah Masyarakat dan Swasta) upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan publik sebagai perwujudan dari amanat konstitusi tersebut, tidak dapat dilakukan secara parsial, tetapi memerlukan pembenahan secara menyeluruh dan terintegrasi sesuai dengan kemampuan serta karakteriktik daerah masing-masing.[3]

Kiat pelayanan prima (*Service of excellence*) berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak

[2] Onong Uchayana, *Dinamika Komunikasi* (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 1993) hlm. 33
[3] Chusnul Arifin Damuri, *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan*. Volume 4 No.2 juni 2010 hlm. 146

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelanggannya (konsumen). Pelayanan tersebut juga membuat pihak konsumen merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar. Untuk memenangkan strategi persaingan dalam bisnis jasa pelayanan melalui kiat pelayanan prima tersebut tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses administrasi dengan cepat, tetapi juga "bagaimana" memperlakukan para pelanggan, yang dapat memperlihatkan cara kita melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak pelanggannya (*customer oriented*).[4]

Oleh karena itu kepuasan masyarakat dalam pelayanan publik menjadi hal yang selalu diutamakan oleh kantor Bersama Samsat Krian. Meskipun tidak semua masyarakat merasa puas dalam pelayanan, namun mereka selalu dilayani dengan baik. Demi menjaga kepercayaan dan demi terciptanya kepuasan publik, kantor Bersama Samsat Krian selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pihak pelanggan atau konsumen.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang diatas, maka didapatkan perumusan masalah :

Bagaimana proses komunikasi kantor Bersama Samsat Krian memberikan pelayanan prima kepada publik atau masyarakat?

[4] *Ibid* hlm. 264.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi kantor Bersama Samsat Krian memberikan pelayanan prima kepada publik atau masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan Ilmu Komunikasi mengenai Pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo.

2. Secara Praktis

   Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran. Peneliti juga berharap bahwa dari hasil penelitian ini dapat memberikan keuntungan bagi institusi yang terkait dengan fokus penelitian, mengenai Pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Di bagian ini di kemukakan hasil penelitian terhadap penelitian yang pernah di lakukan dalam permasalahan yang sama mengenai “Pola Komunikasi Pelayanan Publik (Studi pada kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo)”.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Jenis Karya	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1	Fitriana Utami Dewi	Skripsi	2007	Kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif	Proses model pelayanan publik birokrasi pemerintah oleh Samsat A kota Surabaya dan Strategi manajemen di Samsat A kota Surabaya dalam pelayanan publik	Ingin memahami model pelayanan publik birokrasi pemerintah di kantor bersama Samsat A Surabaya dan Ingin memahami strategi manajemen dalam pelayanan publik	Dalam penelitian ini Fitriana Utami Dewi memakai penelitian SAMSAT di kota Surabaya

F. Definisi Konsep

Untuk menghindari adanya pembiasan makna yang terkandung dalam judul skripsi ini, maka perlu penulis memberikan gambaran konseptualisasi terhadap terminologi yang digunakan dalam skripsi yang berjudul "Pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo. Hal ini juga dilakukan dalam rangka menemukan makna atas penggunaan terminologi yang ada dalam judul skripsi tersebut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pola Komunikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Dengan demikian, pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat di pahami.[5]

Pola adalah bentuk / model (atau lebih abstrak, suatu set peraturan) yang biasa dipakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang ditimbulkan cukup mencapai suatu sejenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat. Pola komunikasi biasa disebut juga sebagai model tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan.

2. Pelayanan Publik adalah proses membantu orang lain dengan cara-cara tertentu dimana sensitivitas dan kemampuan interpersonal dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas yang ditentukan oleh keakraban, kehangatan, penghargaan, kedermawanan, dan kejujuran yang dilakukan oleh penyedia jasa. Sebuah budaya yang kuat, yang mewarnai sifat hubungan perusahaan dengan pelanggannya merupakan

[5] Departemen Pendidikan…, op. cit.., hlm.454

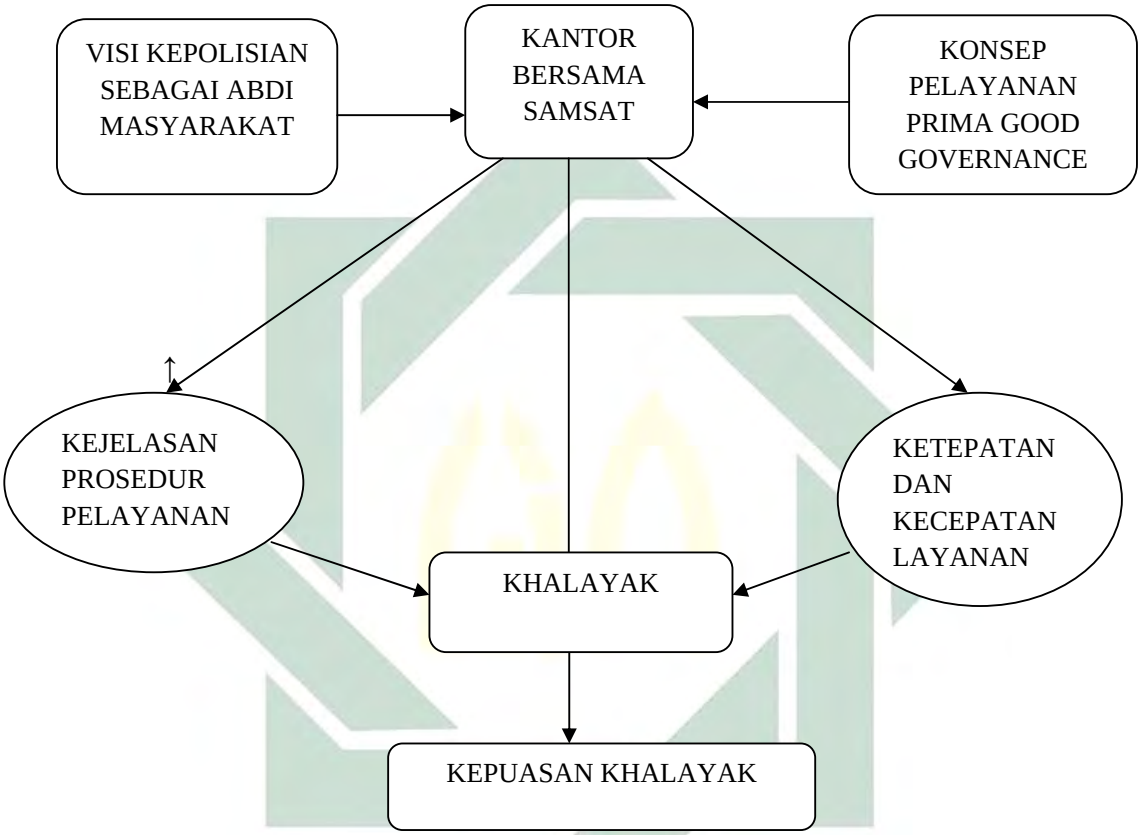
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

identitas yang sangat baik dalam memenangkan perhatian pelanggan pengguna produk.

3. Kantor Bersama Samsat adalah suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polisi, Dinas pendapatan provinsi, dan PT Jasa raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan tanda nomor kendaraan bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui pajak kendaraan bermotor (PKB), bea balik nama kendaraan bermotor, dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan (SWDKLJJ) dan dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan kantor bersama Samsat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian

Dari skematik alur gambar diatas, pola komunikasi didalamnya memiliki beberapa macam komunikasi, salah satunya yaitu komunikasi antarpribadi dan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi terjadi ketika dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain. Sedangkan komunikasi antarpribadi terjadi ketika mereka ingin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan kegiatan pelayanan publik. Jadi pola komunikasi mereka saling berkaitan dengan komunikasi antarpribadi dan komunikasi organisasi.

Teori Pelayanan Publik

Teori pelayanan publik / good governance merupakan penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan publik tidak semata-mata didasarkan pada pemerintahan atau Negara (*state*) saja, tetapi melibatkan seluruh elemen, baik di dalam intern eksekutif, birokrasi maupun di luar eksekutif birokrasi, yaitu masyarakat (*civil society*) dan sektor swasta (*private sector*).[6]

Teori Komunikasi Kelompok

Teori yang dikemukakan oleh Michael Burgoon, bahwa komunikasi kelompok sebagai interaktif tatap muka dari tiga / lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah.[7]

H. Metode Penelitian

1) Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Hal itu karena metode penelitian kualitatif adalah

[6] Chusnul Arifin Damuri, *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan*. Volume 4 No.2 juni 2010 hlm. 106-107

[7] S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, …, hlm. 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[8]

Peneliti merasa cocok dengan pendekatan ini, karena hasil dari penelitian ini bermula dari proses pengamatan awal di lapangan serta bisa memahami fenomena yang belum banyak diketahui sampai saat ini secara mendalam, karena teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung.[9]

Sedangkan jenis penelitiannya, menggunakan jenis deskriptif analisis. Dimana peneliti dapat menggambarkan atau menguraikan data-data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yaitu tentang pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo, dan analisis ini bukan menggunakan statistik tetapi lebih pada pemahaman (*understanding*) atau prosedur penelitian kualitatif yang berangkat dari data bukan teori.

2) Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

2.1 Subyek Penelitian

Penelitian ini memilih tema tentang pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo, untuk menjawab fokus

[8] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 2009) , hlm. 6.
[9] Ibid, hlm. 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini maka peneliti menggali informasi yang akan dijadikan sebagai data. Subyek dipilih oleh peneliti dan dianggap memiliki loyalitas untuk menjawab dan memberikan informasi dan data kepada peneliti yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini. Adapun subyek penelitian ini adalah petugas yang bekerja di Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo.

Tabel 1.2

Informan Kantor Bersama Samsat

No	Nama informan	Jabatan	Alasan di jadikannya informan
1	Erlin Murdiana	Kepala Samsat Krian	Karena memiliki peran sebagai kepala Samsat
2	Shinta Rina Rahmawati	Bagian Loket Informasi dan Pengaduan	Karena memiliki peran sebagai informasi pelayanan publik di Samsat
3	Dika	Bagian Pelayanan Jasa Raharja	Karena memiliki peran bagi pelayanan publik di kantor Samsat

2.2 Obyek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Obyek penelitian ini adalah ilmu komunikasi, yang didalamnya terdapat komunikasi organisasi dan komunikasi interpersonal.

2.3 Lokasi penelitian

Tempat atau lokasi penelitian ini adalah di Kantor Bersama Samsat Krian, selain itu keberadaan lembaga ini juga relatif dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga mudah di jangkau. Dengan demikian memberikan kemudahan kepada peneliti dalam mengambil data dan melakukan wawancara.

3) Jenis dan Sumber Data

1.1 Jenis data

a. Data Primer : Peneliti menggunakan data primer untuk memperoleh hasil tentang pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo melalui wawancara dan observasi yang dilakukan di Kantor Bersama Samsat Krian.
b. Data sekunder digunakan peneliti untuk menunjang data primer. Fungsinya sebagai data pelengkap penelitian, seperti dokumen, literature, email dan data lain yang sewaktu-waktu dibutuhkan.

1.2 Sumber Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Informan adalah orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subyek penelitian tersebut, peneliti memastikan dan memutuskan siapa orang yang dapat memberikan informasi yang relevan yang dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian. Disini peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan siapa informan yang hendak diwawancarai agar tetap fokus dalam penelitian dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam hal ini, sumber data yang di peroleh peneliti, yaitu dari informan inti dari Ibu Erlin Murdiana, Shinta Rina Rahmawati dan Dika, yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan.

4) Tahap – tahap Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan : Sebelum melakukan penelitian di Kantor Bersama Samsat Krian, peneliti melakukan kegiatan pra lapangan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

   a. Menyusun Rancangan Penelitian

      Pada tahap ini peneliti mengajukan judul penelitian yang berbentuk proposal penelitian yang sebelumnya telah didiskusikan dengan dosen pembimbing, untuk kemudian diseminarkan dengan beberapa dosen pendamping dan penguji.

   b. Memilih Lapangan Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti memilih Kantor Bersama Samsat, karena lembaga tersebut memberikan peranan besar dalam memberikan pengurusan STNK, Bea balik nama kendaraan bermotor, pembayaran pajak dan iuran wajib sumbangan dan wajib dana kecelakaan lalu lintas.

c. Mengurus Perizinan

Pada tahap yang ketiga ini, mengurus perizinan merupakan salah satu point terpenting dalam melakukan penelitian. Karena jika tidak mendapatkan izin maka penelitian tidak dapat dilaksanakan.

d. Menjajaki dan Menilai Lapangan

Tahapan ini merupakan orientasi lapangan, namun dalam hal-hal tertentu telah menilai keadaan lapangan. Penjajakan dan penilaian lapangan akan terlaksana dengan baik apabila peneliti sudah membaca terlebih dahulu dari kepustakaan atau mengetahui melalui orang dalam tentang situasi dan kondisi tempat penelitian dilakukan.

e. Menyiapkan Perlengkapan

Peneliti tidak hanya menyiapkan perlengkapan fisik tetapi juga segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan. Sebelum peneliti melakukan penelitian, peneliti memerlukan izin mengadakan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti juga harus menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan ketika melakukan wawancara agar validitas data akurat, seperti Buku Catatan, Bolpoint, Tape Recorder, dan sebagainya. Agar hasil wawancara tercatat dengan baik.

2. Tahapan Lapangan

Tahapan ini peneliti lebih fokus pada pencarian dan pengumpulan data di lapangan, serta mengamati segala bentuk aktivitas yang ada di lokasi penelitian. Sambil menulis catatan lapangan untuk tahap berikutnya. Dengan catatan lapangan ini, diharapkan peneliti akan lebih paham dan ingat akan data-data yang diperoleh pada tahapan ini.

3. Tahap Penulisan Laporan

Peneliti menuangkan hasil dari penelitian ke dalam suatu laporan. Tahap ini merupakan tahap akhir dari seluruh prosedur penelitian, dan peneliti dituntut kekreatifannya dalam menulis. Tentunya penulisan laporan sesuai dengan prosedur penelitian. Dalam penulisan laporan ini ditunjang sistematika pembahasan.[10]

5) Teknik Pengumpulan Data

5.1 Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara adalah satu bentuk komunikasi interpersonal dimana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Salah

[10] Tim Fakultas Dakwah, *Pedoman Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2012) , hlm. 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang mengajukan pertanyaan untuk mendapatkan informasi dan yang lainnya mendengarkan dengan baik kemudian memberikan jawaban yang dikehendaki sampai tujuan wawancara tercapai.[11] Setidaknya terdapat dua jenis wawancara, yakni wawancara terstruktur dan wawancara tak-terstruktur.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti meminta izin dengan cara menunjukkan surat izin penelitian. Ketika peneliti berada di tahap wawancara. Dalam wawancara peneliti berusaha memperoleh informasi mengenai pola komunikasi pelayanan publik Kantor Bersama samsat Krian Sidoarjo.

5.2 Observasi Terlibat (*Participant Observasi*)

Adler & Adler (Denzin & Lincoln, eds, 1994: 378) menyebut dua prinsip pokok yang mencirikan teknik observasi dalam tradisi kualitatif. Pertama, observer kualitatif tidak boleh 'mencampuri' urusan subjek penelitian. Kedua, observer kualitatif harus menjaga sisi alamiah dari subjek penelitian.[12] Observasi atau pengamatan terlibat menurut Becker et al. adalah pengamat yang dilakukan sambil sedikit banyak berperan serta dalam kehidupan orang yang kita teliti. Pengamat terlibat mengikuti orang-orang ynag diteliti dalam kehidupan sehari-hari mereka, melihat apa

[11] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000) , hlm. 160.
[12] Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006) , hlm. 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mereka lakukan, kapan, dengan siapa dan dalam keadaan apa, menanyai mereka mengenai tindakan mereka.[13]

5.2 Dokumentasi

Yaitu proses melihat kembali data-data dari dokumentasi berupa segala macam bentuk informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dimaksud dalam bentuk tertulis atau rekaman suara.

6) Teknik Analisis Data

Setelah peneliti meninggalkan lapangan penelitian, tahap berikutnya yang harus dikerjakan adalah melakukan analisis secara intensif terhadap data yang sudah diperoleh yang sebelumnya telah dianalisis sementara di lapangan. Data dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan bukan rangkaian angka, perilaku / tindakan yang dapat di observasi. Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu : reduksi data, display data, penarikan kesimpulan / verifikasi.

- Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data ‘kasar’ yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

[13] Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) hlm. 163

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Display data / penyajian data : sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data biasanya dalam bentuk 'teks naratif'.
- Menarik kesimpulan / verifikasi : peneliti mulai mencari arti dari data-data yang dikumpulkan, menyimpulkan dan menverifikasi data yang ada.[14]

7) Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif kebenaran tidak diukur dengan frekuensi dan variasi yang diperoleh melalui populasi yang luas serta sample yang representative, melainkan dilandaskan pada temuan hal yang esensial dan intrinsik tersebut didapatkan melalui sumber yang terpercaya. Dalam penelitian ini keabsahan data menggunakan ketekunan pengamatan dan triangulasi yaitu triangulasi sumber dan teori.

Ketekunan pengamatan ini dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan penelitian yang sedang diteliti dan selanjutnya peneliti berupaya untuk memusatkan perhatian pada hal-hal tersebut secara rinci.

Sedangkan Triangulasi adalah menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris. Dengan cara Triangulasi sumber dan teori. Triangulasi sumber yaitu membandingkan

[14] Ali Nurdin, *Bahan Kuliah MPK* hlm. 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui key informan.

Triangulasi teori yaitu mengkonfirmasikan data dengan teori. Dengan demikian data yang telah ditemukan dapat dijamin derajat kepercayaannya, adapun teknik diskusi kelompok atau teman sejawat adalah dengan cara mendiskusikan hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dari penelitian secara analitik. Dari diskusi inilah peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang kurang cocok atau kurang serasi dengan fokus penelitian.[15]

I. Sistematika Pembahasan

Perumusan sistematika penulisan skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian skripsi.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang terdiri dari 8 sub bab yang meliputi Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Konsep, Kerangka Pikir Penelitian, dan Metode Penelitian. Bab ini penting di sajikan dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui secara jelas mengenai latar belakang yang mendasari dilakukannya penelitian ini.

[15] Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) , hlm. 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini membahas tentang kajian pustaka dan kajian teori, dalam bab ini peneliti menentukan teori apa yang sesuai dengan penelitian ini.

BAB III PENYAJIAN DATA

Bab ini membahas tentang Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian, dan Deskripsi Data Penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi Temuan Penelitian dan Konfirmasi Temuan dengan Teori.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti menyajikan 2 sub bab yang meliputi Kesimpulan dan Rekomendasi. Kesimpulan berisi tentang pokok masalah serta jawaban yang sudah tersusun dengan benar dan sub bab selanjutnya Rekomendasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. KAJIAN PUSTAKA

1. Pola Komunikasi

Pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi.

Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerimaan pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.[16]

Sedangkan proses komunikasi tidak lain adalah suatu kegiatan atau aktivitas secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu. Proses komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan

[16] Onong Uchayana, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993) hlm. 33.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau informasi. Apa yang dipikirkan itu kemudian dilambangkan (simbol), baik berupa ucapan ataupun isyarat gambar. Proses selanjutnya dengan melalui transmisi berupa media dan perantara atau channel misalnya telepon, surat, secara lisan, dan lain-lain, maka pesan yang disampaikan tiba pada si penerima. Dalam diri penerima, pertama-tama ia menerima pesan, kemudian mencoba menafsirkan pesan (dekode) dan akhirnya memahami isi pesan. Jawaban atau reaksi dari penerima pesan kepada pengirim pesan merupakan umpan balik (*feedback*). Apabila terjadi perubahan dari diri penerima pesan, berarti komunikasi itu berhasil.

Dari pernyataan tersebut, dapat kita simpulkan unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi yaitu source atau sumber, communicator sebagai penyampai pesan, *message* (pesan), *channel* (saluran atau media), communicant sebagai penerima pesan, dan efek sebagai hasil. Berikut ini dijelaskan unsur-unsur tersebut.

a) Sumber

Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan sejenisnya. Dalam hal sumber, ini perlu kita perhatikan kredibilitas sumber (kepercayaan), apakah baru, lama, sementara, dan sebagainya. Apabila kita salah mengambil sumber maka kemungkinan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi yang kita lancarkan akan berakibat lain dari yang diharapkan.

b) Komunikator

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara atau menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya. Dalam komunikasi, komunikator dapat menjadi komunikan, dan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator adalah sebagai berikut:

a) Memiliki kredibilitasbyang tinggi bagi komunikasinya.

b) Memiliki keterampilan berkomunikasi.

c) Mempunyai pengetahuan yang luas.

d) Memiliki sikap yang baik terhadap komunikan.

e) Memiliki daya tarik.

Memiliki daya tarik dalam arti komunikator memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau penambahan pengetahuan bagi atau pada diri komunikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c.) Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan hendaknya berisi inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.

Pesan dapat disampaikan secara lisan atau langsung, tatap muka, dan dapat pula menggunakan media atau saluran. Bentuk pesan dapat bersifat informatif, persuasif, dan koersif.

Pesan yang disampaikan harus tepat dan mengena sasaran, memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Pesan harus direncanakan dengan baik (disiapkan) serta sesuai dengan kebutuhan.
b. Pesan itu menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.
c. Pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.

d.) Saluran

Saluran komunikasi selalu menyampaikan pesan yang dapat diterima melalui pancaindra atau menggunakan media. Pesan biasanya dapat berlangsung melalui dua saluran, yaitu saluran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

formal atau yang bersifat resmi dan saluran informal atau tidak resmi.

Saluran formal biasanya mengikuti garis wewenang dari suatu organisasi, yang timbul dari suatu organisasi, dari tingkat yang paling tinggi dalam organisasi ke tingkatan paling bawah. Komunikasi sebaiknya berlangsung dalam dua jalur, yakni dari atas ke bawah dan dari bawah juga diperhatikan untuk naik ke tingkat atas, sering disebut istilah arus atas atau arus bawah, top down dan bottom up. Di samping saluran yang disebut diatas juga terdapat saluran komunikasi bersifat mendatar (horizontal). Dengan singkat dapat dikatakan bahwa saluran yang dipakai dalam komunikasi dapat terjadi tiga arah, yang disebut dengan "tiga dimensi" yaitu ke atas, ke bawah, dan ke samping.

Komunikasi yang berasal dari bawah dapat berbentuk: pertanyaan, pengaduan, dan keluhan. Komunikasi informal dapat berbentuk desas-desus, kabar angin, kabar burung, dan lain-lain. Desas-desus dan kabar angin timbul karena orang ingin mengetahui sesuatu yang berhubungan erat dengan dirinya, kelompoknya dan lain-lain. Kelihatannya, desas-desus itu merupakan saluran informasi bagi orang untuk menyatakan keinginannya, rasa informasi bagi orang untuk menyatakan keinginannya, rasa takut, keprihatinan mereka, dan lain-lain.

e.) Komunikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikan adalah penerima pesan. Penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yakni persona, kelompok, dan massa. Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh komunikan antara lain:

a. Keterampilan atau kemampuan menangkap dan meneruskan pesan.
b. Pengetahuan tertentu.
c. Sikap.

Faktor lain dari komunikan yang patut diperhatikan adalah kerangka pengetahuan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*).

f.) Hasil

Hasil antar effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap dan tingkah laku orang sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Jaika sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka berarti komunikasi itu berhasil.

Hal ini sesungguhnya dapat dilihat *personel opinion*, (pendapat pribadi) *public opinion* (pendapat umum), dan majority opinion (pendapat bagian terbesar dari masyarakat). Selanjutnya dalam proses komunikasi terdapat pula unsur umpan balik (*feed back*). Seorang komunikator yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyampaikan pesan kepada komunikan, pada pelaksanaannya ia juga merupakan komunikan.

Ketika komunikan tadi memberikan tanggapan kepadanya, tanggapan ini biasanya disebut umpan balik (*feed back*). Umpan balik memiliki peranan yang sangat penting sebab dapat memperlihatkan apakah kegiatan komunikator baik atau buruk (kurang). Hasil yang bersifat positif, yakni yang menyenangkan komunikator dan yang bersifat negatif yang kurang menyenangkan komunikator.

Menurut Kincaid dan Schramrn dalam bukunya yang berjudul Asas-Asas Komunikasi Antar-Manusia yang juga diacu oleh Liliweri, menyebutkan bahwa "proses adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu". Dengan demikian, setiap langkah yang dimulai dari saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu difahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi yang lebih umum (Liliweri,1997;142).[17] Proses yang terjadi dalam komunikasi secara umum ada dua, yaitu: proses komunikasi primer (*primery process*) dan proses secara sekunder (*secondary process*).

[17] Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005) hlm. 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Proses komunikasi secara primer

Adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lainuntuk menyampaikan pikiran maupun perasaannya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, misalnya bahasa, kial, isyarat, warna, bunyi, bahkan bisa juga bau.

Diantara simbol-simbol yang dipergunakan sebagai media dalam berkomunikasi dengan sesamanya, ternyata bahasa merupakan simbol yang paling memadai karena bahasa adalah simbol representatif dari pikiran maupun perasaan manusia. Bahasa juga merupakan symbol yang produktif, kreatif, dan terbuka terhadap gagasan-gagasan baru, bahkan mampu mengungkapkan peristiwa-peristiwa masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang.

2) Proses komunikasi sekunder

Adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan alat / sarana sebagai media kedua setelah bahasa. Komunikasi jenis ini dimaksudkan untuk melipat gandakan jumlah penerima informasi sekaligus dapat mengatasi hambatan-hambatan geografis dan waktu. Namun harus diketahui pula bahwa komunikasi jenis ini hanya efektif untuk menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informative, bukan yang persuasif. Pesan-pesan persuasif hanya efektif dilakukan oleh komunikasi primer / tatap muka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Umpan balik dalam komunikasi sekunder bersifat tertunda (*delayed feedback*), jadi komunikator tidak akan segera mengetahui bagaimana reaksi atau respon para komunikan. Oleh karena itu, apabila dibutuhkan pengubahan strategi dalam informasi berikutnya tidak akan secepat komunikasi primer atau komunikasi tatap muka.[18]

Dari proses komunikasi akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Sedangkan pola komunikasi juga terbagi menjadi dua bagian, istilah pola komunikasi bisa disebut juga sebagai model komunikasi. Tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya. Mengingat banyaknya model-model komunikasi yang berkembang saat ini, berikut beberapa pola atau model komunikasi:

1) Pola Atau Model Komunikasi Linier

Pandangan ini mengasumsikan bahwasannya pendekatan pada komunikasi manusia terdiri atas beberapa elemen kunci, dimana sumber *(source*), atau pihak pengirim pesan *(message)* pada penerima *(receiver*) yang akan menerima pesan tersebut. Si penerima pesan adalah orang yang mengartikan pesan tersebut. Semua proses komunikasi ini terjadi dalam sebuah saluran (*chanel*) yang merupakan jalan untuk komunikasi. Saluran ini biasanya langsung berhubungan dengan indra penglihatan, perasa, penciuman, pendengar. Dalam pola ini, komunikasi juga melibatkan

[18] *Ibid* hlm. 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gangguan (*noise*) yang merupakan semua hal yang tidak dimaksudkan oleh sumber informasi.

Selain itu, linier disini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik temu. Jadi dalam komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka *(face to face),* tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

Berdasarkan perspektif transmisi memandang komunikasi sebagai suatu pengalihan informasi dari sumber kepada penerima. Model linier (satu arah) yang digunakan disini bergerak dari satu tempat ketempat yang lainnya. Prespektif transmisi member tekanan pada peran media serta waktu yang digunakan dalam menyalurkan informasi.[19]

Pola linier ini dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendi bahwa proses komunikasi secara linier ini umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon, karena dalam komunikasi lebih bersifat dialogis, sedangkan pola komunikasi linier sifatnya satu arah, tetapi adakalanya dilakukan dalam komunikasi tatap muka baik komunikasi antar pribadi, apabila tidak terjadi dialog dalam komunikasi tersebut, maka komunikasi ini termasuk pola linier.

2) Pola Atau Model Intraksional : Komunikasi sebagai interaksi

[19] Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*…….hlm. 51.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model ini lebih menekankan pada proses komunikasi 2 arah diantara dua komunikator, denga kata lain komunikasi berlangsung dua arah : dari pengirim pesan kepada penerima, dan dari penerima kepada pengirim pesan. Elemen yang paling penting dalam pola atau model ini adalah adanya umpan balik atau tanggapan terhadap suatu pesan umpan balik dapat berupa verbal maupun nonverbal, sengaja maupun tidak sengaja. Umpan balik sangat membantu komunikator untuk mengetahui apakah peasan mereka telah tersampaikan atau tidak dan sejauh mana pencapaian makna terjadi dalam model intraksional umpan balik terjadi setelah pesan diterima, tidak saat pesan dikirim.

3) Pola Transaksional : Komunikasi sebagai transaksi

Model komunikasi transaksional (*Ternsactional model of communication*) (Barnlud: 1970) menggaris bawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam sebuah episode komunikasi, dimana pengirim dan penerima pesan sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektifnya komunikasi yang terjadi. Dalam model transaksional, orang membangun kesamaan makna, apa yang dikatakan orang dalam sebuah transaksi sangat di pengaruhi oleh pengetahuan dan pengalamannya di masa lalu.

2. Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.[20]

Edward Depari mengemukakan komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan.[21]

William F. Glueck, komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama: (1) Interpersonal Communications, proses pertukaran informasi serta pemindahan penegertian antara dua orang atau lebih di dalam kelompok kecil manusia. (2) Organization Communications, Di mana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga yang berhubungan.[22]

Di dalam komunikasi juga terdapat proses komuunikasi yang melibatkan antar individu, kelompok, dan organisasi, maka terdapat beragam komunikasi salah satunya yaitu:

a. Komunikasi Organisasi

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi

[20] AW. Widjaja, *Komunikasi.* Jakarta: Bina Aksara, 1986), hlm.1.
[21] Willy Munandir, *Mangundiprojo, loc, cit.*
[22] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

Greenbaunm mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi Dia membedakan komunikasi internal dengan eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sekali sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan masalah menggiatkan aktivitas.

Perbedaan konseptual mengenai komunikasi organisasi ini terlihat dalam fenomena. Down dan Larimer mengemukakan 21 bidang yang diajarkan dalam mata kuliah komunikasi organisasi yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, teori organisasi, komunikasi horizontal, pembuatan keputusan, komunikasi kelompok kecil, kepemimpinan, teknik penelitian, motivasi, interview, perubahan dan inovasi, pengelolaan konflik, pengembangan organisasi, teknik konferensi, teori manajemen, latihan konsultasi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendengar, kepuasan kerja, berbicara di muka umum, menulis dan latihan yang sensitif.

Sedangkan Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi berikut, "organizational communications is the process of creating and exchanging message within a network of independent relationship to cope with environmental uncertainty". Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau antarpribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.[23] Dalam buku Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Deddy Mulyana, komunikasi antarpribadi atau interpersonal adalah komunikasi antara orang-

[23] Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), hlm. 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.[24]

Pada hakikatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis, artinya arus balik terjadi langsung. Komunikator dapat mengetahui secara pasti akan komunikasinya berhasil atau tidak, dan apakah komunikan merespon pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Barlund sebagaimana dikutip oleh Alo Liliweri (1991) mengemukakan beberapa ciri untuk mengenali komunikasi antarpribadi, sebagai berikut:[25] (1) Bersifat spontan, (2) Tidak mempunyai struktur, (3) Terjadi secara kebetulan, (4) Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan, (5) Identitas keanggotaannya tidak jelas, (6) Dapat terjadi hanya sambil lalu.

Everett M Rogers mengartikan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang

[24] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 81.

[25] Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, . . . , hlm. 32-33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Ciri-ciri komunikasi antarpribadi menurut Rogers adalah sebagai berikut: [26] (1) Arus pesan cenderung dua arah, (2) Konteks komunikasinya dua arah, (3) Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi, (4) Kemampuan mengatasi tingkat selektivitas, terutama selektivitas keterpaan tinggi, (5) Kecepatan jangkauan terhadap khalayak yang besar relative lambat, dan (6) Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap.

3. Pelayanan Publik

Secara etimologis, pelayanan publik terdiri dari dua kata, yaitu pelayanan (*service*) yang berate pemberian jasa atau bantuan baik kepada individu maupun kelompok, dan publik (*public*) yang berarti orang banyak, masyarakat dan umum.[27]

Secara terminologis, pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan public atau pelanggan sesuai dengan prinsip: lebih muda, lebih baik, cepat, tepat/akurat, ramah, sesuai dengan harapan publik/pelanggan.[28]

---

[26] *Ibid*, hlm. 35.
[27] Pius A Partanto, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm.638.
[28] Sumber:*www.damandiri.or.id/detail.php*?id=332-27k

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Untuk memenangkan strategi persaingan dalam bisbis jasa pelayanan melalui kiat pelyanan prima tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses administrasi dengan cepat, tetapi juga "bagaimana" memperlakukan para pelanggan, yang dapat memperlihatkan cara kita melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak pelanggannya (*customer oriented*). Jadi pelayanan publik merupakan hak masyarakat yang pada dasarnya mengandung prinsip: kesederhanaan, kejelasan, kepastian waktu, akurasi, keamanan, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana, kemudahan akses, kedisiplinan, kesopanan, keramahan dan kenyamanan.

Pelayanan memiliki banyak definisi. Definisi pelayanan yang paling sederhana dikemukakan oleh Ivan cevich, Lorenzi, Skinner, dan Crosby pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Bila di lihat definisi dari pelayanan publik adalah kegiatan yang di lakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materiil melalui system, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya, maka pelayanan publik tentunya tidak lepas dari kepentingan publik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan publik di definisikan Inu dan kawan-kawan sebagai sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berpikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai dan norma yang merasa memiliki. Oleh karena itu pelayanan publik diartikan sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan/kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Definisi kualitas layanan jasa menurut Wyckop, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2000:60), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Artinya, terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa, yaitu expected service (layanan yang diharapkan) dan perceived service (layanan yang dirasakan).[29]

Jika layanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang 'ideal' (unggul). Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai pelayanan buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, tepat dan memuaskan. Definisi jasa, menurut Philip Kotler (2000:486), adalah setiap tindakan atau kegiatan

[29] *Parasuraman, et.al*., 1985

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.

Faktor-faktor yang harus menjadi perhatian dalam hal memberikan pelayanan (customer service) yang unggul dari bidang customer relations dan demi terciptanya customer satisfaction, antara lain:

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen

2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen.

3. Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara professional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.

4. Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen.

Tujuan dari pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan bersangkutan, yaitu:

a. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya.

b.Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan atau keinginannya.

c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam aspek komunikasi pelayanan publik digunakan masyarakat untuk mencari informasi penyampaian pesan dan untuk mendapatkan keluhan atau pendapat dari orang lain. Misalnya pada saat wajib pajak datang ke Kantor Bersama Samsat maka terjadilah proses dan pola komunikasi. Dimana mayarakat melakukan semua hal yang diketahui baik dari orang lain atau dari media komunikasi yang lain yaitu spanduk dan pamflet yang terpasang disepanjang jalan.

Jika komunikasi berjalan dengan lancar maka akan dirasakan oleh kedua belah pihak. Karena pola komunikasi linier yang yang terjadi dalam Kantor Bersama Samsat Krian. Dan proses komunikasinya secara tatap muka atau langsung.

B. KAJIAN TEORI

1. Teori Pelayanan Publik

Teori pelayanan publik adalah penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan publik tidak semata-mata didasarkan pada pemerintahan atau Negara (*state*) saja, tetapi melibatkan seluruh elemen, baik di dalam intern eksekutif, birokrasi maupun di luar eksekutif birokrasi, yaitu masyarakat (*civil society*) dan sektor swasta (*private sector*).[30]

[30] Chusnul Arifin Damuri, *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan*. Volume 4 No.2 juni 2010 hlm. 106-107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelayanan publik disini merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparatur Negara sebagai abdi masyarakat disamping sebagai abdi Negara. Pelayanan umum, diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di pusat, di daerah di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Pelayanan publik yang bersifat umum, yaitu diberikan kepada siapa saja yang membutuhkan pelayanan.

   Diberikan oleh instansi publik yang diberi wewenang untuk itu, yang antara lain meliputi:

   a.) Pelayanan publik untuk memperoleh dokumen pribadi yang dapat berupa dokumen tentang jati diri dan atau status seseorang dan dokumen tentang pembuktian pemilikan benda-benda tetap dan benda-benda bergerak.

   b.) Pelayanan publik mengenai pemberian perizinan untuk kegiatan ekonomi pribadi atau kelompok.

2. Pelayanan publik yang bersifat khusus, timbul karena adanya suatu hubungan hukum yang sifatnya khusus diantara instansi publik tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan publik:

1. Motivasi kerja aparat memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan publik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengawasan masyarakat yang meliputi komunikasi dan nilai masyarakat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik

3. Perilaku birokrasi sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap kualitas layanan

4. Implementasi kebijakan pelayanan terpadu berpengaruh terhadap kualitas pelayanan sipil

5. Perilaku birokrasi secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik

6. Kinerja birokrasi berpengaruh terhadap terhadap kualitas pelayanan publik

7. Kontrol sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap efektifitas pelayanan civil

2. Teori Komunikasi Kelompok

Teori yang dikemukakan oleh Michael Burgoon, bahwa komunikasi kelompok sebagai interaktif tatap muka dari tiga / lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah. [31]

Secara operasional, komunikasi kelompok melibatkan beberapa elemen didalamnya, yaitu interaksi tatap muka, jumlah anggota kelompok, waktu dan tujuan yang akan dicapai. Elemen-elemen ini merupakan karakteristik yang membedakan kelompok dengan apa yang dikenal

[31] S. Djuarsa. Sendjaja, *Teori Komunikasi*, … , hlm. 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan coact, yaitu sekumpulan orang yang secara serentak terikat dalam aktivitas yang sama, namun tanpa komunikasi.

Disamping teori-teori diatas pelayanan publik mempunyai sasaran memuaskan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, mencapai tujuan dan manfaat, dan dapat menciptakan citra positif. Oleh karena itu istilah pelayanan publik disebut juga dengan istilah pelayanan kepada orang banyak (masyarakat), pelayanan sosial, pelayanan umum dan pelayanan prima.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek atau informan adalah orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subyek penelitian tersebut, peneliti memastikan dan memutuskan siapa orang yang dapat memberikan infiormasi yang relevan yang dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian.

1.Erlin Murdiana

Ibu Erlin berusia 45 tahun, dijadikan informan karena memiliki jabatan sebagai Kepala Samsat, yang berperan dalam membimbing bawahannya dengan baik dan selalu memberikan pelayanan prima yang ramah dan sopan kepada publik atau masyarakat, selalu berusaha menciptakan hubungan kerja yang maksimal. Agar tercipta hubungan baik antara atasan dan bawahan, dan instruksi kerja yang dilakukan dengan baik bisa mendatangkan keuntungan bagi wajib pajak ataupun petugas Samsat.

2.Shinta Rina Rahmawati

Mbak Shinta, berusia 27 tahun, memiliki tugas sebagai loket informasi dan pengaduan. Memberikan informasi yang terbaru, selalu menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin sesuai dengan kinerja yang berlaku di kantor tersebut. Di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat ada wajib pajak yang merasa kesulitan dalam proses pelayanan pajak maka, tugas mbak shinta adalah memberikan arahan yang terbaik.

3.Dika

Informan Dika berusia 26 tahun, bekerja di bagian Jasa Raharja. PT Jasa Raharja yang berperan penting dalam proses pelayanan pajak kendaraan bermotor. Jasa Raharja saling bekerja sama antara Dinas Pendapat dan Kepolisian. Sehingga dapat terjalin pola dan proses komunikasi.

2. Deskripsi Lokasi Penelitian

a) Profil Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo[32]

Kantor Bersama Samsat di bentuk pada tahun 2008 merupakan induk dari semua kebijaksanaan yang berhubungan dengan penanganan masalah Samsat, yang dalam operasionalnya secara koordinatif dan integratif dilakukan oleh 3 instansi, yaitu Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI), mempunyai fungsi dan kewenangan di bidang registrasi dan identifikasi Kendaraan Bermotor, Dinas Pendapatan Provinsi Jatim Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Jasa Raharja memberikan asuransi, untuk memberikan kemudahan pelayanan maka dibentuklah Kantor Bersama samsat Krian.

[32] Dokumen Kantor Bersama Samsat Krian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sesuai dengan perubahan dan tuntutan masyarakat di bidang pelayanan public (*public service*), Kantor Bersama Samsat Krian telah berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, peningkatan dan penyesuaian teknologi pelayanan, dan manajemen pemberian layanan publik yang handal. Hal ini harus dilakukan karena tuntutan dalam era reformasi dan masyarakat yang semakin mengetahui dan menyadari apa yang menjadi hak dan kewajiban pada pihak lain, maka pelayanan publik yang baik dan profesional merupakan suatu keharusan untuk dilakukan oleh Kantor Bersama Samsat Krian. Dengan demikian berarti Samsat Krian harus mengubah pola berpikir, pendekatan, strategi dan manajemen dalam memberikan pelayanan publik pada masyarakat di seluruh wilayah Krian Sidoarjo.

Sejalan dengan kebutuhan akan peningkatan kualitas pelayanan Kantor Bersama Samsat Krian telah melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas pelayanan, yaitu antara lain :

1. Peningkatan sarana dan prasarana fisik seperfi gedung/ kantor, halaman parkir, ruang tunggu serta fasilitas dan sarana pendukung lainnya yang mendukung terlaksananya pelaksanaan pelayanan yang baik dan menyenangkan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Memberikan pelatihan pelayanan prima kepada petugas yang bertugas pada Kantor Bersama Samsat .
3. Mendorong Kantor Bersama Samsat untuk menentukan Visi dan Misi, Moto sekaligus nilai-nilai pelayanan sesuai dengan kondisi pada masing-masing wilayah Pelayanan Samsat.
4. Menyelenggarakan sistem layanan Samsat Drive Thru Roda Dua di Samsat Krian.

Kantor Bersama Samsat lokasinya berada di Jl. Raya Kemasan No 17 Krian Sidoarjo merupakan Samsat Induk yang memberikan layanan unggulan. Setiap hari rata-rata Samsat krian melayani 700-800 wajib pajak. Akan tetapi sejak GUBERNUR JAWA TIMUR MEMBERIKAN INSENTIF DAN KERINGANAN PAJAK DAERAH 2012 (PERGUB JATIM NO. 32 TH. 2012) maka Samsat Krian melayani 1.350 wajib pajak. Dengan adanya event pembebasan denda, maka Kantor Bersama Samsat Krian memberikan penambahan waktu pelayanan kepada wajib pajak dalam setiap proses pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Kantor Bersama Samsat Krian membuka pelayanan sebagai berikut:

1.) Samsat Link, yaitu model pelayanan berbasis teknologi informasi, model samsat link ini telah berkembang di wilayah Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto. Dasar pertimbangannya adalah memberikan keleluasaan dan kemudahan bagi masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengurus kendaraan dan membayar pajak tanpa terikat tempat tinggal.

2.) Samsat Corner yang tersedia di royal plaza. Dengan adanya Samsat Corner masyarakat lebih dimanjakan. Karena dengan sambil berbelanja masyarakat dapat membayar pajak kendaraan bermotor dengan tepat waktu.

3.) Kantor Bersama Samsat Krian juga telah membuka pelayanan Samsat Payment Point di Kantor Cabang Pembantu Bank Jatim Taman yang melayani pengesahan STNK 1 (satu) tahun.

4.) Kantor Bersama Samsat telah menyediakan pelayanan pengesahan STNK 1 (satu) tahun untuk kendaraan roda dua melalui pelayanan Drive Thru.

5.) Selain itu di kantor Bersama Samsat krian menyediakan fasilitas Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), untuk mengetahui kepuasan yang didapat masyarakat dalam menerima proses pelayanan.

b) Uraian Instruksi Kerja[33]

Disusun oleh PEMANDU SIMPATIK dan Disahkan oleh: 1. Kanit Regident, 2. Adpel PKB & BBNKB, 3. Jasa Raharja.

1) Wajib pajak datang.
2) Pemandu memberikan salam kepada wajib pajak.

[33] Dokumen Kantor Bersama Samsat Krian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Pemandu menanyakan keperluan wajib pajak.

4) Pemandu memberikan informasi sesuai dengan keperluan wajib pajak.

5) Pemandu wajib mengarahkan wajib pajak sesuai dengan keperluannya.

5.1 Melihat kelengkapan persyaratan.

5.2 Memberikan informasi tentang kelengkapan persyaratan berkas.

5.3 Membantu memberikan arahan kepada wajib pajak tatacara pengisian formulir apabila dibutuhkan wajib pajak.

5.4 Menunjukkan loket yang akan dibutuhkan oleh wajib pajak.

5.5 Menginformasikan kembali ke wajib pajak tentang pelayanan.

5.6 Membantu wajib pajak sewaktu-waktu ada kesulitan informasi pelayanan.

5.7 Mengarahkan wajib pajak untuk mengisi buku kritik dan saran di loket informasi.

6) Mengucapkan terima kasih kepada wajib pajak.

a. Sarana dan Prasarana

1. Musholla
2. Tempat fotocopy
3. Area Parkir yang luas
4. Tempat cek fisik
5. Tempat pembelian formulir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Toilet

7. Kantin

b. Durasi pelayanan persyaratan lengkap:

1. Pengesahan STNK 1 tahun kurang lebih 10 menit.

2. Penul Ganti STNK 5 tahun kurang lebih 45 menit.

3. Kendaraan Baru kurang lebih 60 menit.

4. Mutasi Masuk / Balik Nama kurang lebih 60 menit.

c. Berikut persyaratan yang harus dipenuhi bagi pendaftaar perpanjangan STNK setelah 5 tahun, yaitu:

1. Mengisi formulir

2. Melampirkan surat jati diri asli dan fotocopy

3. Melampirkan STNK asli dan fotocopy rangkap 3

4. Melampirkan Buku Pedoman Kendaraan Bermotor asli dan fotocopy

5. Menunjukkan bukti pelunasan pajak kendaraan bermotor atau sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan

6. Cek fisik kendaraan

d. Persyaratan yang harus dipenuhi bagi pendaftar perpanjangan STNK 1 tahun, yaitu:

1. Mengisi formulir

2. Melampirkan surat jati diri asli dan fotocopy

3. Melampirkan STNK asli dan fotocopy

4. Melampirkan Buku Pedoman Kendaraan Bermotor asli dan fotocopy

e. Persyaratan yang harus dipenuhi bagi pendaftar balik nama:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mengisi formulir

2. Melengkapi STNK asli fotocopy rangkap 5

3. Melengkapi KTP

4. Buku Pedoman Kendaraan Bermotor

5. Cek fisik kendaraan

6. Kwitansi dan Materai 6 ribu

f. Slogan : Bayar Pajak Kendaraan Bermotor Sebelum Jatuh Tempo

Dengan adanya slogan semacam itu, berguna bagi wajib pajak untuk diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik, karena jika wajib pajak telat membayar pajak mereka akan membayar denda sesuai dengan ketentuan pelayanan.

g. Budaya Pelayanan 3 S

1. Senyum

2. Sapa

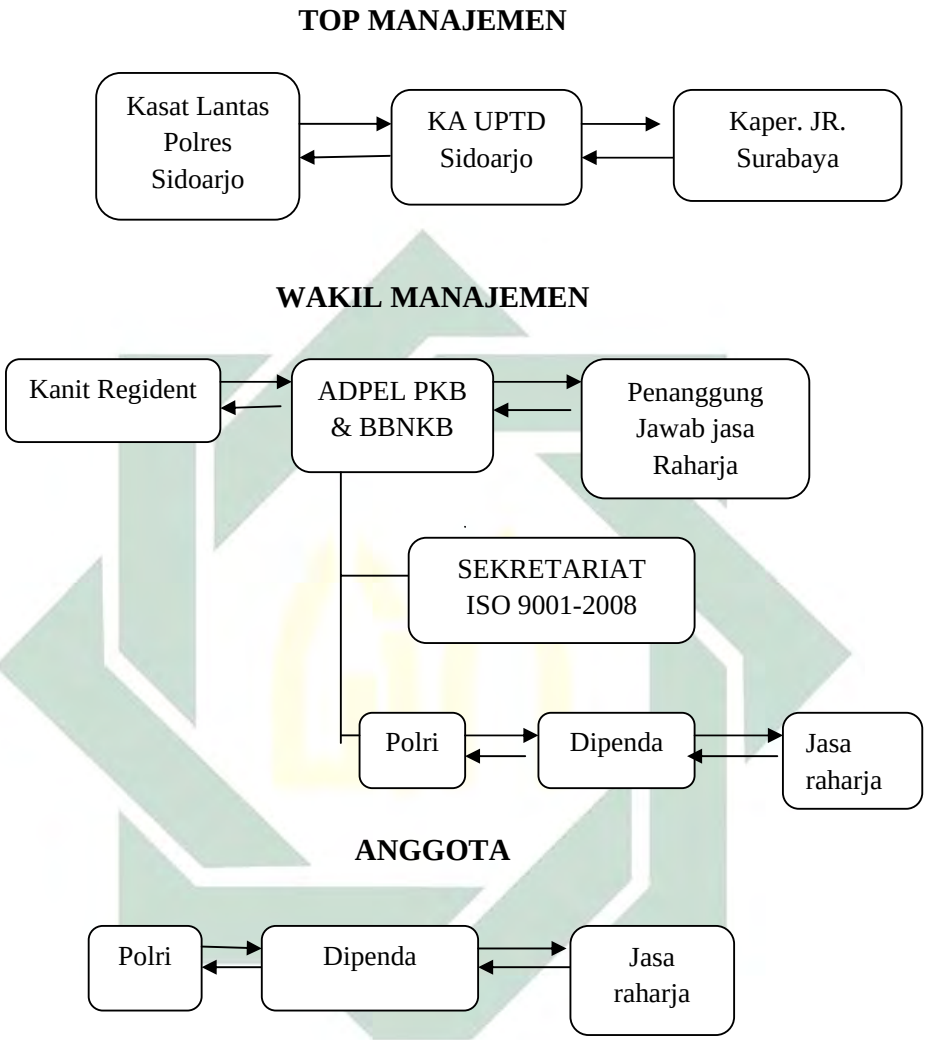
3. Salam

c) Struktur Organisasi[34]

Kantor Bersama Samsat Krian merupakan kantor yang dikelola oleh UPTD Provinsi Jawa Timur Daerah Sidoarjo. Berikut struktur organisasi Samsat Krian Sidoarjo:

[34] Dokumen Kantor Bersama Samsat Krian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



d) Visi dan Misi[35]

Kantor Bersama Samsat Krian mempunyai visi yang telah ditetapkan yaitu "Terwujudnya Pelayanan Prima Pada Kantor Bersama Samsat Provinsi Jatim".

Dan misinya:

[35] Dokumen Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Meningkatkan kualitas pelayanan melalui partisipasi masyarakat dan profesionalisme aparatur penyelenggara pelayanan.
- Mewujudkan sistem dan prosedur pelayanan yang sederhana, mudah, pasti, aman dan transparan berbasis teknologi informasi.
- Meningkatkan Penerimaan Negara dan Pemerintah Daerah

Kantor Bersama Samsat juga akan terus memanjakan masyarakat di dalam memberikan pelayanan dengan motto "Inovasi Pelayanan Adalah Budaya Kerja Kami".

1. Budayakan 5R:

1. Ringkas

2. Rapi

3. Resik

4. Rawat

5. Rajin

2. Kebijakan Mutu:

Manajemen dan seluruh staf Kantor Bersama Samsat Sidoarjo Krian bertekad memberikan kepuasan dan legalitas dokumen serta peningkatan PAD sebagai wujud pelayanan prima kepada wajib pajak, dengan mengacu pada peraturan yang berlaku dan perbaikan secara berkesinambungan.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Pelayanan Publik di Samsat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kantor Bersama Samsat Krian mempunyai inovasi pelayanan yang digunakan sebagai budaya kerja. Budaya tersebut tidak lain adalah *Excellent Service For You.* Bahwa pegawai di Samsat Krian akan selalu memberikan pelayanan unggul (prima) kepada wajib pajak atau pelanggan secara memuaskan.

Dalam konsep service of excellent terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu: 1.) Kecepatan, 2.) Ketepatan, 3.) Keramahan, dan 4.) Kenyamanan. Keempat unsure tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak *excellence* (unggul), jika salah satu unsurnya kurang. Untuk mencapai tingkat suatu pelayanan prima, maka pihak customer service harus memiliki tingkat ketrampilan tertentu, keandalan, berpenampilan baik dan rapi (*good performance*), bersikap ramah serta mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan pelanggan yang baik (*good relationship*). Semua itu dapat dilakukan dengan memperlihatkan gairah kerja dan etos kerja yang tinggi, dan menunjukkan sikap selalu siap untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap para pelanggannya. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985: 41-50), dalam buku "*A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research,*" terdapat 10 faktor yang menentukan kualitas layanan jasa, yaitu sebagai berikut.

a. Reliability

Yaitu keandalan, mencakup kinerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability), serta dapat memenuhi janji yang ditawarkan dalam memberikan pelayanan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Responsiveness*

Kesigapan dalam merespon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya.

c. *Competence*

Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik tentang produk jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

d. *Access*

Kemudahan untuk menghubungi dan dijumpai, seperti lokasi, fasilitas, dan informasi produk layanan jasa mudah diakses pelanggan.

e. *Courtesy*

Memiliki sikap sopan santun, respek, perhatian, keramahan dari pihak pemberi jasa layanan dalam kontak personal, melalui operator telepon, resepsionis, customer service dan customer relations.

f. *Communication*

Media komunikasi yang dipergunakan selain dapat memudahkan penyampain pesan-pesan, informasi, dan mudah dipahami, serta penuh perhatian untuk mendenga atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggannya.

g. *Credibility*

Kepercayaan yang dibangun itu berawal dari sifat jujur dan dapat diterima, biasanya mencakup citra, nama dan reputasi yang baik dari pihak perusahaan atau customer service dalam berinteraksi dengan para pelanggannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Security

Menciptakan rasa aman dan nyaman dari suatu risiko, atau keragu-raguan, yaitu berkaitan dengan keamanan secara fisik (*physical safety*), keuangan (*financial security*), dan kerahasiaan terjamin (*confidential*).

i. Understanding or Knowing the Customer

Berupaya memahami kebutuhan atau keinginan para pelanggannya.

j. Tangibles

Wujud fisik yang ditampilkan, sosok gedung, ruangan, fasilitas dan sarana parkir sertta peralatan penunjang lainnya untuk memberikan pelayanan jasa yang memadai, aman dan nyaman.

Perkembangan selanjutnya, Parasuraman et.al., (1988) dan Zeithaml (1996) dari sepuluh dimensi layanan tersebut dikelompokkan menjadi 5 (lima) dimensi utama sebagai penentu suatu kualitas pelayanan jasa, seperti yang dikutip Philip Kotler (2000:440).

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2. *Responsiveness*, respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik.

3. *Assurance*, kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (*good product knowledge*) yang ditawarkan dengan baik, keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik. Dimensi jaminan (*assurance*) ini terdapat unsur-unsur, sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. *Competence* (kompetensi), keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki customer service dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

b. *Courtesy* (kesopanan), keramah-tamahan, perhatian dansikap yang sopan.

c. *Credibility* (kredibilitas), berkaitan dengan nilai-nilai kepercayaaan, reputasi,prestasi yang positif dari pihak yang memberikan layanan.

4. *Empathy*, merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat. Dimensi empathy ini terdapat unsur-unsur lainnya yang terkait, yaitu sebagai berikut.

a. *Acces* (akses), kemudahan memanfaatkan dan memperoleh layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b. *Communication* (komunikasi), kemampuan dalam berkomunikasi untuk penyampaian pesan, dan informasi kepada pelanggannya melalui berbagai media komunikasi, yaitu personal kontak, media publikasi / promosi, telepon, korespondensi, faximili, dan internet.

c. *Understanding the costumer* (pemahaman terhadap pelanggan), kemampuan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan serta mampu menangani keluhan para pelanggannya.

5. *Tangibles*, kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang *office lobby atau front office* yang refresentatif, tersedia tempat parker yang layak, kebersihan, kerapihan,aman dan kenyamanan di lingkungan perusahaan diperilahara secara baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan dipihak lain mungkin akan menampilkan pelayanan untuk dapat memberikan suatu “kepuasan” bagi pihak pelanggannya (*Customer Satisfaction*), yakni memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang sekaligus menumbuhkan rasa aman, kepercayaan, adanya loyalitas tinggi terhadap produk tersebut yang berupaya menciptakan citra perusahaan dan bekerjasama dengan bagian lainnya

2. Pola Komunikasi Pelayanan Publik Samsat Krian

Deskripsi data penelitian berikut adalah hasil dari proses pengumpulan data di lapangan yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi atau pemaparan secara detail dan mendalam.

Dalam deskripsi data ini, peneliti memaparkan data diantaranya, hasil wawancara dengan sejumlah informan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui pelayanan publik secara deskripsi atau pemaparan secara detail dan mendalam. Dari situlah nantinya akan ditarik garis menuju proses komunikasi Kantor Bersama Samsat Krian memberikan pelayanan prima kepada publik / masyarakat.

Proses komunikasi kantor Bersama Samsat Krian ini baru dapat diketahui jika berawal dari bagaimana petugas Samsat menjalankan pelayanan publik. Proses komunikasi yang seperti apa yang cocok untuk menggambarkan proses komunikasi mereka. Apakah sesuai dengan proses yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya dengan hasil data atau temuan yang diperoleh di lapangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil wawancara dengan informan maka didapatkan data-data sebagai berikut:

a.Prosedur Pelayanan Publik Yang Dilakukan Kantor Bersama Samsat Krian

Data di lapangan menunjukkan adanya prosedur pelayanan publik yang dilakukan kantor Bersama Samsat Krian. Seperti yang diungkapkan oleh Shinta Rina Rahmawati,

> *"Tergantung proses pajak mbak. Karena setiap wajib pajak itu prosedurnya berbeda. Misalnya untuk pengesahan STNK 1 tahun dengan persyaratan BPKB, STNK asli semua. Untuk STNK 5 tahun ganti plat, syaratnya sama STNK asli di fotocopy rangkap 3 dan check physik kendaraan, kwitansi, pembelian materai 6 ribu. Balik nama juga bisa lokal syaratnya BPKB, STNK, KTP pemilik baru rangkap 5. Balik nama keluar daerah disebut dengan mutasi."*[36]

Shinta Rina Rahmawati mengungkapkan bahwa prosedur pelayanan publik sangat berbeda satu sama lain. Semua tergantung dari setiap proses pajak, sesuai dengan keperluan wajib pajak tersebut.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Erlin Murdiana Selaku Kepala Samsat Krian,

> *"Prosedur pelayanan publik ya disesuaikan dengan kebutuhan wajib pajak. Kalau wajib pajak ingin mengurus pengesahan STNK 1 tahun itu harus melengkapi persyaratan seperti BPKB dan STNK, semuanya harus asli. Untuk penul ganti STNK 5 tahun syaratnya STNK asli di fotocopy rangkap 3, check physik kendaraan, kwitansi dan materai 6 ribu. Sedangkan untuk mutasi penerbitan fiskal untuk mutasi pemindahan, mutasi masuk / keluar. Pokoknya setiap prosedur pelayanan berbeda beda ."*[37]

[36] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 1 Juni 2012.
[37] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari gambaran yang diberikan oleh Ibu Erlin Murdiana bahwa prosedur pelayanan publik itu disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan wajib pajak. Dan setiap proses pajak durasi waktunya juga berbeda.

Dari seluruh penjelasan informan diatas, menyebutkan tentang prosedur pelayanan yang dilakukan Kantor Bersama Samsat Krian yang harus dipenuhi oleh wajib pajak. Setiap keperluan wajib pajak memiliki syarat tertentu yang harus dilengkapi untuk kejelasan prosedur pelayanan,ketepatan dan kecepatan layanan publik di kantor Bersama Samsat Krian.

b. Tatacara Pembayaran Wajib Pajak

Informan Shinta Rina Rahmawati mengungkapkan pendapatnya sebagai berikut:

> *"Untuk tatacara pembayaran wajib pajak itu mbak ya harus melengkapi atau mempersiapkan persyaratan untuk setiap proses pembayaran pajak."*[38]

Pendapat yang dipaparkan oleh Shinta Rina Rahmawati, yaitu setiap proses wajib pajak harus melengkapi semua persyaratan yang berlaku dan sudah ditetapkan oleh petugas Samsat.

Informan Ibu Erlin juga menuturkan tentang tatacara pembayaran wajib pajak,

> *"Tatacaranya ya sesuai dengan keperluan wajib pajak. Jika wajib pajak akan melakukan pengesahan STNK 1 tahun ya harus melengkapi syarat-syaratnya. Setelah itu di proses oleh pegawai Samsat, dan si wajib pajak menunggu jalannnya proses pelayanan*."[39]

[38] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012
[39] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan diatas, ternyata setiap pembayaran pajak kendaraan bermotor memiliki persyaratan dan durasi waktu yang berbeda dari proses pajak yang lain. Semuanya tergantung dengan kebutuhan masing-masing wajib pajak. Sedangkan pendapat dari Mbak Dika yaitu,

> *Mengisi formulir lengkap dengan persyaratan – persyaratan untuk diserahkan ke bagian loket yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau wajib pajak, saat pemrosesan wajib pajak di haruskan untuk menunggu sampai di panggil kembali. Dan untuk wajib pajak yang tidak memiliki KTP, persyaratannya di ganti dengan KK asli."*[40]

Tatacara pembayaran pajak yang ditujukkan Dika, memang terdapat kesamaan dengan informan-informan diatas. Karena sudah merupakan tatacara yang berlaku di instansi ini, yang wajib dipenuhi oleh setiap wajib pajak yang berkepentingan dalam proses pelayanan.

Dari penjelasan informan terdapat kesamaan dalam tatacara pembayaran wajib pajak, dengan memenuhi persyaratan-persyaratan yang sudah ditentukan. Selain itu untuk wajib pajak yang telat dari jatuh tempo, maka akan dikenakan denda atau bunga. Maka dari itu untuk menghindari denda, wajib pajak harus membayar pajak kendaraan bermotor sebelum jatuh tempo.

c. Tindakan Penunjang Pelayanan Publik

Informan Shinta mengutarakan pendapatnya mengenai tindakan yang dilakukan untuk menunjang pelayanan publik yaitu dengan:

[40] Hasil wawancara dengan Petugas samsat Krian, Dika, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *"Ya memberikan pelayanan kepada wajib pajak sebaik mungkin agar wajib pajak merasa puas telah membayar pajak."*[41]

Dengan cara memberikan pelayanan prima kepada publik, akan mendatangkan kepuasan dan keuntungan bagi kedua belah pihak. Dan si wajib pajak tidak mempunyai beban atau tanggungan pembayaran, jika sudah tepat waktu melakukan proses pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Pendapat yang serupa juga dipaparkan oleh informan Ibu Erlin, berikut pemaparan dari informan,

> *"Tindakan yang dilakukan ya menyediakan sarana dan prasarana mbak. Misalnya menyediakan mushola, area parkir, kantin, tempat fotocopy, toilet. Selain itu juga menciptakan branded agar masyarakat mengenal produk-produk unggulan Samsat, dan juga membuka pelayanan Samsat payment point. "*[42]

Penunjang pelayanan publik di Kantor Bersama Samsat, yaitu dengan menyediakan sarana dan prasarana yang memadai. Untuk dapat mengenalkan produk layanan unggulan, agar bisa mendekatkan diri ke masyarakatnya dan memanjakan masyarakat.

Pendapat dari informan Dika menuturkan,

> *"Memberikan pelayanan kepada publik dengan baik, sopan dan ramah. Supaya pelanggan merasa puas dan percaya untuk tetap menggunakan jasa Kantor Bersama Samsat. "*[43]

Informan Dika juga menuturkan hal yang serupa dengan informan Shinta tentang tindakan saat proses penunjang pelayanan publik. Bahwa dengan memberikan

---

[41] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012
[42] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012
[43] Hasil wawancara dengan Pegawai Samsat Krian, Dika, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan kepada publik harus dengan sopan dan ramah. Karena pelanggan ibarat raja, yang harus dilayani sebaik mungkin.

Dari semua penjelasan dari informan, bahwa Tindakan Kantor Bersama Samsat berbeda-beda caranya, yaitu dengan memberikan fasilitas yang menunjang, menciptakan branded agar masyarakat mengenal produk unggulan Samsat dan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memuaskan pelanggannya atau wajib pajak. Dengan tindakan yang dilakukan petugas Samsat Menunjang jalannya pola komunikasi pelayanan publik.

d. Proses Komunikasi Dalam Memberikan Pelayanan Prima Kepada Publik

Dalam kehidupan bermasyarakat, peneliti ingin mengetahui pendapat dari beberapa informan. Dan berikut pemaparan dari informan Ibu Erlin:

> *"Ya dengan cara sosialisasi terus menerus mbak… Sosialisasi produk unggulan melalui brosur, spanduk. Sosialisasi juga bisa melalui media cetak atau media elektronik. Selain itu juga bisa melalui sosialisasi marketing, ya dengan melakukan sponsor ship, ulang tahun jatim, pameran-pameran. Dan juga dengan sosialisasi menyampaikan kepada wajib pajak mengenai manfaat layanan unggulan. "*[44]

Menurut informan, proses komunikasi dilakukan mereka saling bertemu secara langsung atau tatap muka baik dalam suatu event maupun tidak. Petugas Samsat akan selalu memberikan yang terbaik kepada masyarakat, karena budaya kerja Kantor Bersama Samsat merupakan inovasi pelayanan.

[44] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Informan Shinta Rina Rahmawati juga menuturkan tentang proses komunikasi dengan:

> *Heemm apa yah?? Menurut saya dengan memberikan pelayanan dan informasi secara ramah dan baik saat wajib pajak datang ke Samsat untuk membayar pajak kendaraan bermotor , itu semua melalui 3S mbak, Senyum, Salam, Sapa. "*[45]

Dalam proses komunikasi terjadi saat mereka bertemu dalam proses pelayanan publik. Dengan memberikan senyum, salam dan sapa kepada wajib pajak yang datang, berarti kita telah melakukan komunikasi, sesuai dengan instruksi kerja yang berlaku di Kantor Bersama Samsat tersebut.

Informan Dika juga menuturkan tentang proses komunikasi yang sama dengan informan Shinta Rina Rahmawati ssat melakukan komunikasi dalam pelyanan prima. Berikut adalah penjelasan dari nya,

> *"Proses komunikasi dalam memberikan pelayanan prima, ya memberikan ucapan selamat datang kepada wajib pajak, dengan senyum, salam, sapa. Menanyakan dengan baik apa keperluan wajib pajak, dan membantu wajib pajak jika merasa kesulitan. Memberikan informasi dan pelayanan yang baik. "*[46]

Penjelasan dari informan Dika, yaitu proses komunikasi terjalin saat proses pelayanan yang sedang dilakukan oleh setiap wajib pajak atau saat petugas menjalankan tugasnya secara professional, dan loyalitas. Dengan begitu akan dicapai hasil komunikasi yang memuaskan bagi kedua belah pihak. Meskipun kebutuhan wajib pajak berbeda satu sama lain.

---

[45] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012
[46] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Dika, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari semua penjelasan, informan mengakui adanya proses komunikasi antar petugas dengan pelanggan atau wajib pajak, dengan cara sosialisasi terus menerus. Hal tersebut terbukti setelah mendengarkan pengakuan dari tiga informan yang menyatakan bahwa proses komunikasi berjalan dengan lancar. Dimana si wajib pajak dan petugas melakukan berkomunikasi secara tatap muka.

Hasil wawancara mengenai proses komunikasi dalam memberikan pelayanan diatas, diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Adapun paparannya adalah sebagai berikut:

a. Proses komunikasi lembaga ini adalah terjadi dalam suasana yang rileks dan santai.
b. Cara berkomunikasi juga disesuaikan dengan situasi, siapa,dan apa yang disampaikan.
c. Seluruh petugas mendapatkan informasi mengenai tugas dan kegiatan dengan mudah yakni dengan menggunakan telepon dan sms.
d. Masing-masing orang lebih leluasa dan bebas menyampaikan gagasan atau pendapat serta uneg-unegnya dalam forum informal.
e. Kedekatan emosional lebih terlihat dengan jelas dari senyuman dan gurauan yang seringkali muncul.

e. Cara Kantor Bersama Samsat Dalam Menyampaikan Pesan Atau Informasi Terbaru Kepada Masyarakat

Penjelasan dari informan Shinta Rina Rahmawati sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*Bahwa penyampaian pesan atau informasi terbaru ya melalui informasi langsung, ataupun melalui brosur-brosur mbak... "*[47]

Informan Shinta menjelaskan cara menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui informasi langsung ataupun juga melalui brosur yang ada di Kantor Samsat. Sehingga masyarakat yang mengetahui informasi tersebut bisa segera meresponnya.

Pendapat dari informan Ibu Erlin selaku Kepala kantor Bersama Samsat Krian,

> *Penyampaian pesan terbaru ya melalui brosur, spanduk yang dipasang di Kantor Samsat Krian, atau juga bisa Pamflet di jalan-jalan. Selain itu juga bisa dilihat di website www.dipendajatim.go.id ."*[48]

Hal serupa juga dituturkan oleh Ibu Erlin, bahwa proses penyampaian pesan dapat dilakukan melalui brosur, spanduk yang terpasang di seluruh Kantor Samsat, ataupun melalui pamphlet yang terpasang di sepanjang jalan. Apabila ada wajib pajak yang sedang dalam perjalanan, otomatis mereka akan membaca info tersebut.

Informan Dika juga memaparkan hal yang serupa,

> "*bahwa pesan yang di sampaikan dapat melalui informasi secara langsung, ataupun dengan melalui brosur dan spanduk, atau pamphlet yang tersebar di seluruh jatim. "*[49]

Penjelasan dari informan Dika juga serupa dengan kedua informan yang lain, baik itu secara langsung maupun melalui media.

Dari hasil wawancara diatas, seluruh informan menyatakan pendapat yang sama mengenai pesan yang tersebar luas dimasyarakat bisa melalui informasi

---

[47] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012
[48] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012
[49] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Dika, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung yang diumumkan di Samsat, melalui brosur, spanduk, pamplet ataupun juga melalui website www.dipendajatim.go.id. Bahwa proses penyampaian pesan itu sangat penting untuk diketahui semua khalayak. Dengan adanya info itu supaya masyarakat mengenal produk layanan unggulan dan mempunyai kesadaran untuk membayar pajak kendaraan bermotor sebelum jatuh tempo.

f. Pelanggan Komplain Atau Mengeluh Dalam Pelayanan Di Kantor Bersama Samsat Krian

Dalam suatu pelayanan pasti ada yang merasa puas atau kurang puas. Karena setiap orang dalam melakukan pelayanan ada yang ramah atau ada yang kurang ramah.

Pendapat dari Informan Shinta menuturkan:

> *"Pernah. Ada pelanggan yang komplain mengenai permasalahan pada parkir berlangganan. "*[50]

Menurut informan ini, pelanggan komplain masalah parkir berlangganan. Mereka mengeluhkan mengapa masih disuruh membayar parkir padahal sudah ada stiker berlangganan.

Penjelasan dari Ibu Erlin yaitu,

> *"Pernah. Ada pelanggan yang komplain sedang mengurus mutasi, sudah menunggu selama 1 jam belum dipanggil juga. "*[51]

Informan Ibu Erlin, mengungkapkan pendapatnya mengenai pelanggan yang komplain masalah proses mutasi. Karena sudah 1 jam orang tersebut belum

[50] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012
[51] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di panggil juga, tetapi Ibu Erlin dengan sabar menanggapi komplain tersebut dengan sabar.

Dari penjelasan semua informan bahwa ada juga pelanggan yang komplain dengan permasalahan yang berbeda. Petugas Samsat selalu dengan hormat menerima dan mendengarkan komplain atau keluhan dari pelanggan. Karena pelanggan adalah raja, yang selalu ingin dapat perhatian sungguh-sungguh, dihormati dan diperlakukan sebagai orang penting.

g. Tindakan Mengatasi Keluhan Pelanggan

Pendapat dari Shinta Rina Rahmawati yaitu sebagai berikut:

> *"Petugas di Samsat berusaha memberikan solusi terbaik bagi wajib pajak yang komplian. Keluhan pelanggan karena permasalahan parkir, sudah diarahkan pada petugas dinas perhubungan. "*[52]

Pendapat dari informan Shinta , menjelaskan bahwa pelanggan yang komplain sudah diarahkan ke Dinas Perhubungan, sehingga dinas tersebut berusaha untuk memberikan solusi yang terbaik untuk keluhan pelanggan.

Penjelasan dari informan Ibu Erlin menuturkan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi komplain dari pelanggan:

> *"Pelanggan yang komplain karena proses mutasi yang lama, tindakan yang dilakukan oleh Kantor Bersama Samsat Krian untuk mengatasi keluhan pelanggan yaitu dengan penambahan waktu pelayanan, yang biasanya dalam waktu kurang lebih 60 menit, sekarang menjadi lebih dari itu. Karena ada event pemutihan atau pembebasan sanksi administrasi / bunga, maka wajib pajak yang dilayani menjadi bertambah, sehingga dibutuhkan penambahan waktu pelayanan. Jika menambahkan pelayanan*

[52] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina Rahmawati, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kasir dan loket semua itu tidak mungkin, karena tempat yang tidak memungkinkan / kurang luas"[53]

Ibu Erlin menuturkan, bahwa pelanggan yang komplain itu diberikan pengertian dan penjelasan dengan baik dan sabar. Agar wajib pajak bisa mengerti dengan hal tersebut. Dikarenakan ada pembebasan denda tertanggal bulan april sampai bulan juli maka banyak masyarakat yang memanfaatkan event tersebut. Dengan begitu petugas Samsat memberikan penambahan pelayanan waktu. Dimana yang biasanya waktunya 45 menit, sekarang menjadi lebih dari itu.

Penjelasan dari semua informan bahwa pelanggan yang komplain diberikan arahan yang terbaik, agar mereka mau mengerti dan proses pelayanan dapat dilakukan kembali. Untuk keluhan pelanggan sudah diatasi dengan baik oleh Kantor Samsat Krian. Dan Alhamdulillah pelayanan yang baik sudah dirasakan oleh pelanggan. Selain itu Kantor Samsat juga mempunyai kotak saran dan kritik, agar masyarakat memberikan kritik dan saran yang membangun untuk Kantor Bersama Samsat Krian.

h. Faktor Pendukung Proses Pelayanan Prima Di Kantor Bersama Samsat Krian

Pendapat dari Ibu Erlin:

"Ada. Faktor pendukung dalam proses pelayanan prima yaitu, bahwa Kantor Bersama Samsat Krian sudah bersertifikat ISO. Akan tetapi Samsat Krian belum pernah diikutkan lomba. "[54]

[53] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012

[54] Hasil wawancara dengan Kepala Samsat Krian, Erlin Murdiana, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor pendukung dalam proses pelayanan prima merupakan salah satu hal yang bisa diraih oleh Kantor Bersama Samsat Krian. Karena kantor ini sudah bersertifikat ISO, meskipun kantor Samsat ini belum pernah diikutkan lomba. Penjelasan dari informan Shinta Rina Rahmawati,

> *"Faktor pendukungnya ya karena kesadaran masyarakat yang mau membayar pajak pada waktunya sehingga mendorong petugas di Samsat Krian untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada wajib pajak. "*[55]

Informan Shinta, bahwa kesadaran masyarakat muncul dalam diri orang tersebut, mereka sadar bahwa membayar pajak tepat waktu sebelum jatuh tempo akan menguntungkan bagi mereka, dan mereka sadar jika telat membayar pajak akan dikenakan denda, dan itu juga bias mempersulit si wajib pajak, karena tidak semua wajib pajak memiliki strata sosial yang tinggi.

Dari seluruh penjelasan informan yang sudah di wawancarai, mereka mengemukakan bahwa Kantor Bersama Samsat Krian yang sudah bersertifikat ISO, itu sangat mendukung proses pelayanan prima, dan adanya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak kendaraan bermotor mendukung jalannya proses pelayanan yang baik. Dan menjadikan dorongan untuk seluruh petugas Kantor Bersama Samsat Krian agar tetap menjadi yang terbaik di mata masyarakat. Selain itu juga untuk masyarakat agar tidak menggunakan jasa calo untuk mempercepat proses wajib pajak.

[55] Hasil wawancara dengan Petugas Samsat Krian, Shinta Rina rahmawati, 11 Juni 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

Dalam penelitian kualitatif analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satu uraian dasar. Pada tahap ini data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dokumen, dan data lain yang mendukung, dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisa dengan analisis induktif.[56]

A. Temuan penelitian

Merujuk pada hasil penyajian data yang peneliti sajikan pada sub bab sebelumnya, saat ini secara mendetail dan sistematis dapat kami sampaikan temuan-temuan apa saja yang diperoleh dari hasil penyajian data tersebut. Adapun dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang dapat menggambarkan pola komunikasi atau model komunikasi linier. Dimana komunikasi berjalan melalui petugas samsat langsung menuju ke masyarakat atau wajib pajak, kemudian pesan diterima dan dicerna oleh masyarakat sendiri. Kebanyakan dari warga menjalankan semua hal yang telah disampaikan dan dianjurkan oleh petugas samsat. Dan dalam melakukan kegiatan penyampaian pesan terjadi pada sebuah saluran yakni melalui sosialisasi terus menerus, bisa juga melalui media cetak atau media elektronik.

[56] Lexy J,. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002) hlm. 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu juga terdapat pola atau model komunikasi transaksional. Yaitu terjadinya komunikasi antar wajib pajak satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan suatu pesan, dimana wajib pajak dapat menciptakan kesamaan makna. Petugas samsat melakukan komunikasi dengan cara memperkenalkan layanan unggulan 1 tahun untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat.

Masyarakat bisa dimanjakan untuk pembayaran pajak saat berbelanja di royal plaza, karena ada samsat corner. Dan untuk waktu pelayanan yang dilakukan oleh petugas kasir sangat mudah karena durasi waktunya 1-2 menit. Kepala samsat memberikan informasi melalui event-event. Seperti adanya event atau program Gubernur memberikan insentif dan keringanan pajak daerah. Dengan adanya event tersebut banyak masyarakat yang memanfaatkannya. Sehingga didapatkan keuntungan yang dirasakan oleh waji pajak dan petugas Samsat. Wajib merasa puas dengan proses pelayanan, dan petugas Samsat juga merasa puas karena wajib pajak mempercayakan kinerja dari Kantor Bersama Samsat Krian.

Berikut merupakan hasil temuan penelitian yang ada di lapangan:

1. Sinergi Kerja

Kantor Bersama Samsat merupakan sebuah instansi yang bekerja sama secara terpadu antara polisi, Dinas Pendapatan Provinsi, dan PT Jasa Raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK, Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui Pajak Bea Balik Nama, Pajak Kendaraan Bermotor dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam aspek komunikasi dapat terlihat jelas bahwa di dalam Kantor Bersama Samsat Krian terdapat instansi yang saling terkait. Dimana hubungan mereka saling bergantung satu sama lain. Saat melakukan proses pelayanan publik masyarakat dan petugas Samsat akan terjalin komunikasi. Mereka bertatap muka untuk mendapatkan dan menyampaikan suatu pesan.

Komunikasi yang terjadi saat proses pelayanan akan melibatkan jasa raharja(mengenai asuransi kecelakaan) dan pihak kepolisian juga terlibat di dalamnya. Tidak hanya petugas dan wajib pajak yang melakukan komunikasi tetapi juga di dalam kinerja Kantor Bersama Samsat juga terjadi proses komunikasi dan pola komunikasi pelayanan publik.

Dalam sebuah organisasi baik suatu perusahaan ataupun suatu instansi sangat dibutuhkan sikap yang profesional dalam menjalankan tugasnya, harus memiliki sikap loyalitas yang tinggi dalam bekerja, memiliki sikap tanduk dan penampilan diri yang positif, yaitu sopan, ramah, terbuka dan terus terang tetapi tetap tegas. Serta mampu membedakan mana yang berkaitan dengan urusan perusahaan atau dengan urusan kepentingan pribadi. Selain itu juga mampu meningkatkan pelayanan yang unggul, dan memelihara kepercayaan relasi demi terciptanya tujuan kepuasan keuntungan bersama.

Suatu *service* (Pelayanan) yang bisa dikatakan unggul, prima (*excellent*) apabila perusahaan bersangkutan mampu / jeli untuk mengenali dengan baik mengantisipasi perubahan-perubahan akan kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat. Kejelasan prosedur pelayanan sangat ditentukan dalam proses pelayanan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prima. Agar ketepatan dan tanggung jawab petugas dapat diselesaikan sebaik mungkin. Sehingga kepuasan dapat dirasakan oleh si wajib pajak.

Kantor Bersama Samsat Krian mempunyai inovasi pelayanan yang digunakan sebagai budaya kerja. Pelayanan tersebut tidak lain berbeda-beda, tergantung dengan kebutuhan wajib pajak. Pelayanan adalah proses membantu orang lain dengan cara-cara tertentu dimana sensitivitas dan kemampuan interpersonal dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas. Pelayanan yang di dapatkan oleh wajib pajak sesuai dengan kebutuhan wajib pajak. Dan apabila ada wajib pajak yang merasa kesulitan akan diarahkan dan dibantu dengan baik.

Wajib pajak yang akan membayar pajak kendaraan bermotor maka harus melengkapi syarat-syarat untuk segera diproses. Agar wajib pajak mendapatkan kepuasan atas hasil kerja petugas Kantor Samsat Krian. Selain itu juga petugas Samsat Krian selalu memberikan informasi yang terbaru yang belum dikenal oleh masyarakat. Samsat Krian juga membuka www.esamsatjatim.go.id.

Dinas pendapatan memberikan alternatif pilihan dengan layanan unggulan 1 tahun, untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat. Saat ini masyarakat bisa memanjakan diri saat berbelanja, mereka tidak perlu susah payah, karena bisa membayar pajak di Samsat Corner Royal Plaza.

Kantor Bersama Samsat Krian juga telah membuka pelayanan Samsat Payment Point di Kantor Cabang pembantu Bank Jatim Taman yang melayani pengesahan STNK 1 (satu) tahun. Kantor Bersama Samsat Krian telah menyediakan pelayanan pengesahan STNK (1tahun) untuk kendaraan roda dua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui pelayanan Drive Thru. Adapun persyaratan yang harus dilengkapi BPKB, STNK, KTP asli, beserta membawa kendaraanya. Dengan adanya kecepatan dan kemudahan cara pembayaran pajak kendaraan bermotor pada Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo, sangat dirasakan manfaatnya oleh wajib pajak. Sehingga wajib pajak dapat membayar pajaknya sendiri tanpa melalui calo.

2. Sinergi Komunikasi

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

Temuan dalam penelitian ini adalah pola atau model komunikasi linier. Dimana komunikasi berjalan dari Petugas Samsat langsung menuju ke masyarakat. Kemudian pesan diterima dan dicerna oleh masyarakat sendiri. Dan kebanyakan dari masyarakat atau wajib pajak menjalankan semua hal yang telah disampaikan oleh Petugas Samsat.

Selain itu juga berupa pola atau model komunikasi transaksional. Yaitu terjadi komunikasi antar wajib pajak dengan petugas Samsat untuk mendapatkan suatu pesan, dimana petugas dapat menciptakan hubungan kepercayaan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepuasan dalam pelayanan prima. Petugas Samsat melakukan komunikasi dengan masyarakat atau wajib pajak untuk menyampaikan pesan-pesan tentang layanan unggulan dalam menciptakan pelayanan prima. Pelayanan prima ini juga tercipta dari loyalitas kerja seseorang di suatu lembaga. Dimana mereka mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin, agar tercapai hasil yang memuaskan.

Didalam buku Sosiologi Komunikasi karya Sutaryo, disebutkan bahwa proses komunikasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu proses komunikasi secara sekunder dan juga proses komunikasi secara primer. Jika melihat fakta di lapangan, peneliti menemukan adanya proses komunikasi primer yang terjadi dalam Kantor Bersama Samsat Krian.

Proses komunikasi primer sendiri merupakan komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain untuk menyampaikan pikiran maupun perasaannya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, misalnya bahasa, kial, isyarat, warna, bunyi, bahkan bisa juga bau. Manusia dapat menciptakan simbol, mengembangkannya, bahkan mengubah sesuai dengan kebutuhannya.

Diantara simbol-simbol yang dipergunakan sebagai media dalam berkomunikasi dengan sesamanya, ternyata bahasa merupakan simbol yang paling memadai karena bahasa adalah simbol representatif dari pikiran maupun perasaan manusia. Bahasa juga merupakan simbol yang produktif, kreatif, dan terbuka terhadap gagasan-gagasan baru, bahkan mampu mengungkapkan peristiwa-peristiwa masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Masyarakat menggunakan bahasa Indonesia dalam pelayanan yang dilakukan di Kantor Bersama Samsat Krian. Dari fakta yang didapatkan, peneliti menemukan adanya proses komunikasi primer yang terjadi pada masyarakat dengan petugas Kantor Samsat Krian. Hal itu ditunjang oleh informasi-informasi yang telah disampaikan oleh beberapa informan. Bahwa masyarakat bisa komunikasi secara langsung (*face to face*) bila melakukan pelayanan di Samsat.

B. Konfirmasi temuan dengan teori

Pada sub bab ini akan dibahas satu persatu temuan-temuan yang didapat dari lapangan. Pembahasan ini dengan cara mengkonfirmasikan temuan yang didapat di lapangan dengan teori yang digunakan oleh peneliti. Hal ini dikarenakan di dalam penelitian kualitatif pada dasarnya adalah secara maksimal harus dapat menampilkan teori baru. Tetapi jika itu tidak dimungkinkan maka tindakan seorang peneliti adalah melakukan konfirmasi dengan teori yang telah ada.

1. Sinergi Kerja

Bahwa di Kantor Bersama Samsat Krian terdapat keterkaitan antara Polisi, Dinas Pendapatan, dan PT Jasa Raharja. Sinergi kerja mereka sangat dipengaruhi oleh rasa loyalitas yang tinggi. Menciptakan hubungan saling percaya, dengan cara menunjukkan kepada pelanggan bahwa kita mengerti apa yang mereka inginkan, mau menerima dan merasa terlibat dalam persoalan pihak pelanggan sehingga tercipta hubungan saling percaya. Hal tersebut dapat diraih melalui cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan sikap seperti berikut ini: Menciptakan suasana akrab misalnya jabat tangan, menyakan sesuatu yang perlu dibantu, mohon maaf atas keterlambatannya, mengucapkan terima kasih atas kedatangannya, membiarkan pelanggan atau wajib pajak bicara mengemukakan keperluan dan keinginannya.

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan, peneliti setuju bahwa sinergi kerja di Kantor Samsat sejalan dengan teori yang digunakan sebagai pijakan oleh peneliti, yaitu teori pelayanan publik, bahwa penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, dan pelayanan publik tidak semata-mata didasarkan pada pemerintahan atau Negara (*state*) saja, tetapi melibatkan seluruh elemen, baik di dalam intern eksekutif, birokrasi maupun di luar eksekutif birokrasi, yaitu masyarakat (*civil society*) dan sektor swasta (*private sector*).[57]

Pelayanan publik disini merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparatur Negara sebagai abdi masyarakat disamping sebagai abdi Negara. Pelayanan umum, diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di pusat, di daerah di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sinergi kerja antara polisi, dinas pendapatan dan PT jasa Raharja sangat memiliki loyalitas tinggi untuk saling bekerja sama. Kesan pertama kali yang terbentuk dari implementasi service of excellence ini tidak hanya melalui

[57] Chusnul Arifin Damuri, *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan*. Volume 4 No.2 juni 2010 hlm. 106-107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan yang tidak hanya sebatas pada tindak sikap santun dalam tindak pelayanan semata, melainkan terkadang nilai yang berkaitan dengan rasa puas dari bentuk pelayanan itu sendiri.

Dapat juga terjadi bahwa pelayanan tersebut menjadi tidak *excellent* (unggul), apabila ada komponen-komponen pendukung keberhasilan tentang pelayanan itu tidak berjalan sebagaimana mestinya. Komponen pendukung itu merupakan satu kesatuan pelayanan perusahaan yang terintegrasi dengan kebutuhan pihak konsumen, yaitu adanya kesepakatan, kesabaran, keramahan, kecepatan, kenyamanan, kepercayaan dan hingga mencapai nilai kepuasan bagi kedua belah pihak.

Jika melihat fenomena yang ada di lapangan, pelayanan publik juga berguna sebagai jembatan untuk menghubungkan wajib pajak yang berkepentingan dengan petugas Samsat untuk melakukan pelayanan.dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Hal ini berguna untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap hasil kerja atau loyalitas kerja dalam memberikan pelayanan prima kepada publik.

Penjelasan di atas mampu menggambarkan bahwa teori pelayanan publik sangat cocok dengan penelitian ini. Ketepatan dan kecepatan layanan juga dapat memperkuat jalannya konsep pelayanan prima *good governance*. Sehingga tercipta komunikasi antar petugas Samsat dan wajib pajak yang lain. Selain itu kepuasan juga dirasakan oleh kedua belah pihak. Proses komunikasi mereka berlangsung secara *face to face* atau melalui media komunikasi untuk proses penyampaian pesan dan menerima informasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sinergi Komunikasi

Dalam hal ini teori yang relevan dalam penelitian ini adalah teori pelayanan publik. Dari penekanan teori pelayanan publik yang tertera menurut Undang-Undang Dasar 1945, pasal 22 dan 23, menegaskan bahwa proses komunikasi dalam service of excellence merupakan bagian dari customer relations yang lebih menitikberatkan pada kesan pertama dan good relations. Jika saat wajib pajak datang, dan petugas menyambut kedatangan dengan ramah maka masyarakat merasa senang dengan pelayanan di Samsat. Hal tersebut karena kesan pertama yang muncul pertama kali, sulit untuk dihilangkan. Pihak pelanggan akan menilai kredibilitas suatu perusahaan dari penampilan dan sikap seorang petugas yang berhubungan dengannya pada saat pertama kali pihak costumer mengadakan kontak hubungan langsung dengan perusahaan yang diwakilinya.

Proses komunikasi wajib pajak dengan petugas Samsat, saat mereka bertemu langsung dalam suatu proses pelayanan. Ataupun saat sosialisasi dengan masyarakat, mengenai pengenalan produk layanan yang unggulan. Dengan adanya proses komunikasi yang berjalan dengan lancar maka masyarakat memiliki rasa kepercayaan dan saling berhubungan dalam menerima pelayanan yang prima, dan petugas Samsat pun merasa senang karena sudah memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh wajib pajak.

Dalam suatu proses komunikasi akan ada respon dari sebuah pelayanan tersebut, yaitu wajib pajak yang membayar pajak ke Samsat maka akan mendapatkan pelayanan, karena budaya kerja mereka adalah memberikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan yang prima kepada masyarakatnya. Setiap respon yang di terima wajib pajak tidak selalu respon yang memuaskan. Masih ada saja wajib pajak atau pelanggan yang komplain dengan hal hal yang dialaminya. Namun adanya hal tersebut, petugas Samsat selalu menerima komplain dari pelanggannya dengan sikap yang ramah dan sopan, bersikap tenang saat pelanggan mengutarakan keluhannya. Dan berusaha memberikan solusi yang terbaik untuk mengatasi keluhan pelanggan.

Dan dalam hal ini proses komunikasi lebih menekankan komunikasi dua arah diantara dua komunikator. Dari pengirim pesan kepada penerima, dan dari penerima kepada pengirim pesan. Pola komunikasi ini adalah adanya umpan balik atau tanggapan terhadap suatu pesan. Umpan balik dapat berupa verbal maupun nonverbal, sengaja maupun tidak disengaja. Tidak semua orang setelah menerima informasi mengenai produk unggulan Samsat langsung merespon hal tersebut. Masih ada juga wajib pajak yang telat untuk membayar pajak. Mungkin karena lalai atau sibuk dengan pekerjaan masing-masing.

Jika melihat fenomena yang ada di lapangan, pelayanan publik juga berguna sebagai jembatan untuk menghubungkan wajib pajak yang berkepentingan dengan petugas Samsat untuk melakukan pelayanan.dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Kesadaran bagi wajib pajak merupakan hal terpenting yang harus dijalankan oleh mereka. Agar didapatkan kepercayaan dan kepuasan antar kedua belah pihak. Hal ini berguna untuk menumbuhkan komunikasi yang efektif dalam memberikan pelayanan kepada publik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penjelasan di atas mampu menggambarkan bahwa teori pelayanan publik sangat cocok dengan penelitian ini. Komunikasi yang efektif dan hubungan kontak langsung juga dapat memperkuat jalannya komunikasi antara wajib pajak dengan petugas Samsat. Selain itu teori pelayanan publik juga digambarkan oleh rasa saling membutuhkan dan saling percaya antara petugas dan wajib pajak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dalam penelitian ini berdasarkan data deskripsi yang tertera dalam bab-bab sebelumnya, peneliti dapat mengambil kesimpulan yang merupakan implikasi terpenting dari hasil studi lapangan dalam kaitannya dengan kajian teoritis dan rumusan masalah yang telah dibuat dalam bab I, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

Jadi hasil temuan dalam penelitian ini adalah proses komunikasi primer, bahwa komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain. Dimana komunikasi berjalan melalui petugas Samsat langsung menuju ke pelanggan atau masyarakat, kemudian pesan diterima dan dicerna oleh masyarakat sendiri. Dan kebanyakan semua hal yang telah disampaikan oleh petugas Samsat setempat.

Dan dalam melakukan kegiatan penyampaian pesan terjadi pada sebuah saluran yakni melalui pamflet yang di pasang di pinggir jalan, melalui sosialisasi terus menerus, melalui brosur ataupun juga bisa melalui informasi langsung yang dilakukan oleh petugas Kantor Bersama Samsat Krian. Hal ini dibuktikan oleh masyarakat atau wajib pajak yang mempunyai keperluan untuk membayar pajak, saat mereka mengetahui ada informasi terbaru, mereka langsung bergegas untuk membayar pajak kendaraan, bahkan saat ini ada event adanya peraturan gubernur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk memberikan keringanan pajak daerah / pembebasan denda, maka masyarakat memanfaatkan event tersebut. Dan wajib pajak yang datang ke Samsat semakin banyak dan ramai. Dengan adanya event tersebut Kantor Bersama Samsat Krian menambahkan waktu pelayanan.

Hasil yang kedua berupa proses komunikasi sekunder. Yaitu terjadinya komunikasi antar petugas Samsat dengan wajib pajak yang lainnya untuk mendapatkan suatu pesan. Dimana si wajib pajak dapat menciptakan pencapaian makna. Umpan balik dalam komunikasi sekunder bersifat tertunda (delayed feedback), jadi komunikator tidak akan segera mengetahui bagaimana reaksi atau respon para komunikan. Bahwa dalam suatu proses pelayanan yang sudah terjadi, hasil yang didapatkan oleh si wajib pajak tidak bisa dirasakan secara langsung. Oleh karena itu apabila komunikator menyampaikan pesan tidak akan secepat komunikasi primer atau komunikasi tatap muka. Jadi bisa terlihat jelas bahwa di lingkungan Samsat juga terdapat proses komunikasi sekunder.

B. Rekomendasi

Dari uraian diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan.

1. Kepada para stakeholders Kantor Bersama Samsat Krian

Untuk selalu bisa berupaya meningkatkan kinerja, agar bisa menjadi yang terdepan dan menjadi contoh bagi lembaga publik di Jawa Timur khususnya dan Indonesia umumnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kepada Fakultas atau Program Studi

Diharapkan dapat mengembangkan lagi pada ilmu komunikasi khususnya dinamika komunikasi kelompok.

3. Kepada Masyarakat

Diharapakan untuk membayar pajak kendaraan bermotor sebelum jatuh tempo. Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada sebaik mungkin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Moleoeng, Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada:

Nurdin,Ali - *bahan kuliah-MPK*

Tim Fakultas Dakwah. 2012. *Pedoman Teknis Penulisan Skripsi*. Surabaya: IAIN SUNAN AMPEL Surabaya.

Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kunto, Suharsimi Ari. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Muhammad, Arni. 2000. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peace, Wayne R. 1998. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Salisah, Nikmah Hadiati -*Bahan Kuliah Teori Komunikasi*-

Rosady, Ruslan. 2005. *Manajemen PR dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

Pelayanan_publik dalam (http://wikipedia.org.com)

Damuri Arifin Chusnul. 2010. *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan Volume 4 No.2 juni.*

Widjaja H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sutaryo. 2005. *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Uchayana, Onong. 1993. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Ibu Erlin Murdiana. Pada tanggal 11 Juni 2012.

Hasil wawancara dengan Dika. Pada tanggal 11 Juni 2012.

Hasil wawancara dengan Shinta Rina Rahmawati. Pada tanggal 11 Juni 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BIODATA PENULIS

Nama	**: Linda Oktavianti**
Tempat, tanggal lahir	**: Sidoarjo, 20 Oktober 1988**
Status	**: Anak kedua dari tiga bersaudara**
Alamat	**: Jagalan RT12 RW3 Krian Sidoarjo**
Jurusan	**: Ilmu Komunikasi Angkatan 2008**
Lulusan	**: SMA AL-ISLAM KRIAN Tahun 2007**
Hoby	**: Membaca**
Alamat Email	**: linda_alia@ymail.com**
Phone	**: 085648610684**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PEDOMAN WAWANCARA

1) Bagaiman prosedur pelayanan publik yang dilakukan kantor Bersama Samsat Krian?
2) Bagaimana tatacara pembayaran wajib pajak?
3) Tindakan apa yang anda lakukan untuk menunjang pelayanan publik?
4) Bagaimana proses komunikasi anda dalam memberikan pelayanan prima kepada publik?
5) Bagaimana cara Kantor Bersama Samsat dalam menyampaikan pesan atau informasi terbaru kepada masyarakat?
6) Apakah pernah ada pelanggan yang komplain atau mengeluh dalam pelayanan di Kantor Bersama Samsat Krian?
7) Bagaimana tindakan anda dalam mengatasi keluhan pelanggan?
8) Apakah ada faktor pendukung dalam proses pelayanan prima di Kantor Bersama Samsat Krian?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id