

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah ditempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak ada terlibat dalam komunikasi. Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak teraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada.

Interaksi manusia dalam kehidupan bermasyarakat tidak dapat dilepaskan dari komunikasi. Komunikasi menjadi roh kehidupan dalam membangun sebuah peradaban. Sebagaimana setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Komunikasi yang efektif memungkinkan komunikator dengan komunikan mencapai pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan, sehingga proses feedback pun berjalan secara proporsional.

Begitu juga dalam pelayanan yang diberikan oleh pemerintah kepada publik atau masyarakat pastilah melibatkan komunikasi-komunikasi yang salah satunya bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Hal ini perlu diperhatikan karena didalam kehidupan berbangsa dan bernegara kita tidak dapat melepaskan diri dari kebutuhan memperoleh pelayanan publik dari aparaturnya pemerintah, baik berupa pelayanan kebutuhan dasar maupun pelayanan umum yang meliputi: pelayanan

administratif, seperti pembuatan akta kelahiran, paspor, KTP dan lainnya, pelayanan barang seperti penyediaan listrik, air bersih dan lainnya, serta pelayanan jasa seperti pendidikan dan layanan kesehatan.

Kantor Imigrasi Kelas I Bandung merupakan instansi pemerintah yang memiliki fungsi memberikan pelayanan kepada masyarakat. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk pelayanan umum khususnya kepada masyarakat yang mengajukan permohonan pembuatan paspor dan permohonan pembuatan dokumen imigrasi. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk mewujudkan pelayanan masyarakat dapat terbilang tidak mudah. Teknologi informasi menjadi pilihan utama yang dirasa tepat dalam menciptakan sistem informasi suatu organisasi yang baik yang bertujuan untuk memberikan kontribusi positif terhadap kinerja individual anggota organisasi dan institusi

Permohonan pembuatan paspor bagi masyarakat terdapat dua cara, yaitu secara manual masyarakat langsung mendatangi dan membuat permohonan di Kantor Imigrasi tersebut dan pembuatan permohonan melalui sistem informasi berbasis web yang berguna untuk pembuatan permohonan sehingga masyarakat tidak perlu datang ke kantor imigrasi untuk melakukan permohonan. Maksud dari pernyataan tersebut adalah sejauh mana proses permohonan pembuatan paspor yang telah dikerjakan oleh pegawai Kantor Imigrasi sehingga masyarakat dapat mengetahui kapan masyarakat harus kembali ke Kantor Imigrasi tersebut untuk melakukan tahap selanjutnya.

Berdasarkan hasil pengamatan pra-survey yang dilakukan oleh penulis, memang benar bahwa terhambatnya atau adanya keterlambatan penyelesaian paspor yang sebelumnya sudah dibuatkan terlebih dahulu, dikarenakan banyak dokumen-dokumen persyaratan utama yang terlupa dan tidak dibawa oleh pemohon paspor yang bersangkutan, sehingga petugas imigrasi dengan terpaksa belum bisa melanjutkan proses pembuatan paspor untuk TKI. Namun setelah penulis menanyakan kembali alasan mengapa TKI tersebut tidak membawa persyaratan utama untuk membuat paspor TKI, ternyata salah satu alasannya adalah tidak lengkapnya informasi yang disampaikan oleh para petugas kantor Imigrasi kota Bandung kepada para calon TKI mengenai persyaratan-persyaratan pembuatan paspor untuk TKI, meskipun para

calon TKI yang sedang membuat paspor ini sudah membawa persyaratan yang dilihatnya dari brosur ataupun secara online.

Adapun beberapa persyaratan pembuatan paspor bagi calon TKI adalah sebagai berikut:

1. Pengajuan permohonan paspor biasa bagi Calon Tenaga Kerja Indonesia dilampiri dengan :
 - a. Kartu tanda penduduk;
 - b. Kartu keluarga;
 - c. Akta kelahiran, akta perkawinan atau buku nikah, surat baptis, atau ijazah;
 - d. Surat rekomendasi permohonan paspor calon tenaga kerja Indonesia yang diterbitkan oleh Dinas Tenaga Kerja provinsi atau kabupaten/kota; dan
 - e. Paspor lama, bagi yang telah memiliki paspor.

Dalam hal dilakukan penggantian paspor, permohonan dilampiri dengan :

- . Kartu tanda penduduk;
 - a. Kartu keluarga;
 - b. Akta kelahiran, akta perkawinan atau buku nikah, surat baptis, atau ijazah;
 - c. Surat rekomendasi permohonan paspor calon tenaga kerja Indonesia yang diterbitkan oleh Dinas Tenaga Kerja provinsi atau kabupaten/kota; dan
 - d. Paspor lama.

Bagi Calon Tenaga Kerja Indonesia yang mengajukan permohonan penggantian paspor hilang yang telah habis masa berlakunya selain memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam point 2 diatas, juga dikenakan persyaratan tambahan berupa surat kehilangan dari kantor Kepolisian Republik Indonesia.

Terhadap permohonan penggantian paspor hilang yang telah habis masa berlakunya dilakukan proses pemeriksaan dalam berita acara pemeriksaan dan dapat diberikan penggantian paspor atas persetujuan Kepala Kantor Imigrasi.

Dalam hal permohonan penggantian paspor hilang yang masih berlaku, dilakukan proses pemeriksaan dalam berita acara pemeriksaan dan dikirimkan kepada Kepala Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia u.p. Kepala Divisi Keimigrasian untuk mendapatkan persetujuan penggantian paspor

Menurut pandangan penulis salah satu penyebab dari ketidakpuasan masyarakat dalam menerima pelayanan pembuatan paspor TKI adalah pada sikap sebagian petugas imigrasi yang tidak atau kurang memahami peran dan tugasnya sebagai pemberi pelayanan kepada pengguna jasa sekalipun kepentingannya adalah untuk menjadi TKI. Budaya yang sudah puluhan tahun melekat pada petugas imigrasi yaitu baru akan memberikan pelayanan terbaik apabila pemohon atau pengguna jasa telah memberikan “kontribusi” terlebih dahulu bagi petugas yang bersangkutan.

Pelayanan merupakan segala kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai dengan hak-hak dasar setiap warga negara dan penduduk atau suatu barang, jasa, dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan yang terkait dengan kepentingan publik. Pelayanan memiliki tugas utama yang hakiki dari sosok aparatur, sebagai abdi negara dan abdi masyarakat. Tugas ini telah jelas digariskan dalam pembukaan UUD 1945 alinea keempat, yang meliputi empat aspek pelayanan pokok aparatur terhadap masyarakat, seperti melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Pemerintah sebagai *service provider* (penyedia jasa) bagi masyarakat diuntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas karena salah satu fungsi pemerintahan yang kini semakin disorot masyarakat adalah pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi-instansi pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan publik.

Tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan aparatur pemerintah perlu mendapatkan perhatian serius bagi semua kalangan yang berkompeten dalam pelayanan masyarakat, karena mau tidak

mau, siap tidak siap, suka tidak suka, akan menjadi tantangan dalam menghadapi era globalisasi. Dalam menyongsong era globalisasi, diperlukan berbagai keahlian, baik keahlian manajerial maupun keahlian teknis, serta kemampuan kepemimpinan yang berorientasi mengutamakan kepentingan warganya (unsur yang dilayani).

Dalam memberikan pelayanan kepada publik, petugas pelayanan di kantor Imigrasi Bandung juga harus dapat menangani keluhan pengguna jasa, dan hal tersebut juga menjadi salah satu prioritas utama yang harus dijalankan oleh instansi. Petugas pelayanan dalam menangani keluhan pengguna jasa harus dilakukan dengan cepat dan tepat, karena jika pengguna jasa melaporkan adanya petugas pelayanan yang tidak melayani dengan ramah dan cekatan, maka hal tersebut harus ditindak secepat mungkin. Bahkan beragam tipe pengguna jasa yang melaporkan keluhannya pun harus tetap dilayani dengan ramah, meskipun kantor imigrasi tidak memiliki kompetitor, dan pengguna jasa pun memang membutuhkan pelayanan dari kantor imigrasi terutama untuk membuat paspor.

Komunikasi pelayanan yang baik harus dilakukan oleh petugas pelayanan kantor imigrasi dalam menangani keluhan pengguna jasa. Ketika pengguna jasa melakukan keluhan, sebagai petugas mereka harus mendengarkan keluhan dan juga keinginan dari pengguna jasa dengan baik. Bahkan petugas pelayanan pun harus bisa menangani keluhan yang disampaikan melalui telepon dan email, dan harus ditangani dengan cepat sebagai bagian dari komunikasi pelayanan yang baik. Selain itu sebagai petugas pun harus bisa memberikan solusi yang terbaik untuk menangani keluhan tersebut.

Solusi yang diberikan oleh petugas pelayanan adalah hal yang harus diperhatikan, karena jika pengguna jasa menganggap solusi tersebut tidak sesuai dengan keinginan pengguna jasa atau tetap merugikan, maka bukan tidak mungkin pengguna jasa akan mengadakan keluhannya tersebut ke kantor imigrasi pusat.

Tujuan petugas pelayanan kantor imigrasi adalah untuk melayani keluhan pengguna jasa yang bertujuan memberikan kepercayaan pengguna jasa disesuaikan dengan mengembangkannya hubungan yang

erat dengan Pengguna jasa. Hubungan yang erat antara petugas pelayanan kantor imigrasi dan pengguna jasa berdasarkan kecepatan penanganan keluhan, kepercayaan dan tujuan bersama untuk kepuasan pengguna jasa. Proses pelayanan kerja petugas pelayanan kantor imigrasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Sebagai seorang petugas pelayanan kantor imigrasi tentu saja telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilakukan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan sebaik-baiknya. petugas pelayanan kantor imigrasi juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya pelayanan pembuatan paspor.

Peran petugas pelayanan untuk menangani keluhan dalam proses pembuatan paspor kepada pengguna jasa selama ini sangat diperlukan untuk tetap menjaga kepercayaan antara keduanya. Kepercayaan yang sudah terjalin saat ini harus tetap terjaga agar kerjasama yang saat ini terjalin baik bisa terus terjaga dan setiap kendala yang dihadapi harus bisa dikomunikasikan kepada pihak pengguna jasa agar proses pembuatan paspor dapat berjalan dengan cepat. Kegiatan komunikasi pelayanan dalam pelayanan publik memang sangat penting untuk bisa mencapai tujuan bersama.

Pelayanan pada pengguna jasa merupakan dasar dari pendirian dari sebuah bisnis. Pelayanan sepenuh hati pada pengguna jasa juga merupakan titik pembeda antara sebuah perusahaan pemenang dan perusahaan lainnya bahkan hal ini bukanlah semata kepentingan organisasi swasta/perusahaan bahkan pula lembaga pemerintahan. Perusahaan didirikan agar barang dan jasa yang dihasilkan dibeli oleh pengguna jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa bukanlah sebuah masalah, mereka adalah tujuan bisnis suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan bisnis tersebut, perusahaan harus memberikan perhatian (*care*) total kepada apa yang ingin dicapai (pengguna jasa), salah satu aspek penting dalam hal ini adalah pelayanan prima, sehingga hasilnya pun bisa optimal. Tanpa pelayanan, produk dan jasa yang ditawarkan menjadi hambar. Produk dan jasa yang tidak menarik, tidak akan dibeli oleh konsumen. tanpa konsumen, tak ada kegiatan bisnis.

Pada penelitian ini terdapat kasus atau masalah-masalah pada pembuatan paspor terutama bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di Kantor imigrasi kelas I Kota Bandung. Dalam pembuatan permohonan paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terdapat beberapa kendala yang terjadi khususnya dalam pelayanan pembuatan paspor untuk TKI, diantaranya penumpukan dokumen permohonan sehingga dapat menyita waktu proses permohonan, dan membuat penumpukan antrian pemohon.

1.1.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian studi kasus komunikasi ini adalah pada cara komunikasi yang dijalin kantor imigrasi dengan pengguna jasanya. Dalam hal ini bagaimana petugas kantor imigrasi berusaha menjalin hubungan komunikasi dengan pengguna jasanya melalui pelayanan. Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah: **“Bagaimana komunikasi pelayanan pembuatan paspor Tenaga Kerja Indonesia (TKI)? (Studi kasus di kantor Imigrasi Kota Bandung)”**

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian maka, pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan petugas di kantor imigrasi kota Bandung?
2. Bagaimanakah citra pelayanan petugas di kantor imigrasi kota Bandung?
3. Bagaimanakah jaminan layanan di kantor imigrasi kota Bandung?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan penelitian tersebut, penelitian dimaksudkan untuk mengetahui komunikasi pelayanan petugas di Kantor Imigrasi Kota Bandung. Studi kasus di Kantor Imigrasi Kota Bandung.

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Dengan maksud tersebut maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan petugas di kantor imigrasi kota Bandung
2. Untuk mengetahui citra pelayanan petugas di kantor imigrasi kota Bandung
3. Untuk mengetahui jaminan layanan di kantor imigrasi kota Bandung

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Cozby (dalam Ardianto,2010:65), ruang lingkup studi kasus meliputi :

1. Individu. Individu ini biasanya adalah orang tapi bisa juga sebuah tempat, perusahaan, dan lingkungan sekitar.
2. Sebuah studi observasi naturalistik kadang juga disebut dengan studi kasus.

Sedangkan menurut Dun (dalam Elvinaro,2010:65), studi kasus memberikan deskripsi tentang :

1. Suatu lembaga atau sejumlah lembaga dianalisis secara mendalam dengan melakukan pengamatan.

2. Setiap kelompok diteliti dilaporkan serta adanya permainan peran, yang mana para responden diminta memainkan peran yang berbeda satu sama lain.
3. Pendekatan studi kasus digunakan secara langsung dalam penelitian legal dan banyak yang dilakukan secara klinis.

Banyak pula menggunakan penelitian kualitatif sebagai akar dalam penelitian ilmu sosial. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Melakukan analisis mendalam mengenai kasus dan situasi yang berkenaan dengan fokus penelitian.
2. Berusaha memahami sudut pandang orang-orang yang melakukan aktifitas dalam kasus tersebut.
3. Mencatat berbagai aspek hubungan komunikasi dan pengalaman.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Secara filosofis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi pengembangan konsep ilmu komunikasi dan komunikasi pelayanan khususnya dalam bidang pelayanan publik. Pelayanan publik ini berkaitan dengan berbagai hal mengenai birokrasi dan peraturan yang harus dilalui oleh publik dengan tujuan tertentu.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan khasanah ilmu komunikasi yang berada dalam posisi lintas disiplin ilmu, khususnya dibidang komunikasi pelayanan.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan komunikasi pelayanan. Semoga penelitian ini dapat meningkatkan kualitas petugas dibidang komunikasi pelayanan dan memberikan image baik bagi perusahaan atau instansi.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan komunikasi dalam pelayanan antara lain:

1. Septi, Derri. 2011. Universitas Komputer Indonesia. Bandung. Komunikasi Aparatur dalam Pelayanan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Cimahi. Metode Penelitian yang digunakan Kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi aparatur dalam pelayanan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Cimahi terlaksana secara baik dengan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, meskipun terdapat beberapa kendala seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai dan kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam pelayanan Sistem Informasi Administarasi Kependudukan.
2. RS Simanjong, 2012. Universitas Sumatera Utara, Medan. Peranan Komunikasi Layanan Konseling Individual Dalam Membentuk Konsep Diri. Metode Penelitian yang digunakan Kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil studi ini menunjukkan bahwa komunikasi layanan konseling individual dengan konselor pada siswa/i tunanetra berperan besar dalam membentuk konsep diri yang positif siswa/i tunanetra. Hal ini terjadi karena adanya suasana konseling yang dekat dan akrab dalam berkomunikasi. Temuan penelitian juga menemukan

bahwa layanan konseling individual yang telah diberikan kepada siswa/i tunanetra sudah cukup baik. Terlihat bahwa para siswa/i tersebut menunjukkan konsep diri yang wajar. Mereka menyadari akan keadaan cacatnya, tetapi keadaan cacat tersebut tidak melemahkan mereka. Komunikasi hubungan insani yang efektif telah memunculkan terbentuknya konsep diri siswa/i tunanetra seperti terbuka pada pengalaman, tidak bersikap defensif, kesadaran yang cermat, penghargaan diri tanpa syarat dan dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan orang lain.

3. Rispetia, Dita. 2011. Universitas Padjadjaran, Bandung. Strategi Komunikasi dalam pelayanan publik di Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Metode Penelitian yang digunakan Kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi komunikasi dalam percepatan reformasi birokrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik untuk mengubah sistem, pola pikir dan budaya kerja di kemkominfo. Saluran komunikasi (media) yang dipakai yaitu website, email, call center dan radio komunitas. Sedangkan untuk strategi komunikasi yang dipakai dengan cara mengadakan rapat koordinasi, sosialisasi dan juga survey kepuasan.
4. Oktavianti, Linda. 2012. Universitas Sunan Ampel, Surabaya. Pola Komunikasi Pelayanan Publik (Studi kasus pada Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo). Metode Penelitian yang digunakan Kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. 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 pengguna jasa 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.

5. Furqoni, Muhammad. 2012. Universitas Negeri Surabaya, Surabaya. Strategi meningkatkan kualitas pelayanan publik di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Ponorogo. Metode Penelitian yang digunakan Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program e-KTP di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Ponorogo sudah berjalan lancar. Saran yang dapat diambil dari penulis adalah dengan cara memberikan informasi secara lengkap mengenai prosedur yang mudah, cepat, transparan, efisien, seharusnya pihak dinas kependudukan dan pencatatan sipil mengembangkan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kebutuhan dan pelaksanaan kerja sehari-hari agar dapat berjalan secara efektif, efisien, dan berkesinambungan serta pengguna layanan lebih ditingkatkan lagi bersosialisasi kepada masyarakat dalam pentingnya menggunakan layanan program e-KTP untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Septi, Derri. 2011. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.	Komunikasi Aparatur dalam Pelayanan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Cimahi.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi aparatur dalam pelayanan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Cimahi terlaksana secara baik dengan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, meskipun terdapat beberapa kendala seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai dan

				kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam pelayanan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan.
2	RS Simanjorang, 2012. Universitas Sumatera Utara, Medan	Peranan Komunikasi Layanan Konseling Individual Dalam Membentuk Konsep Diri	Kualitatif	Hasil studi ini menunjukkan bahwa komunikasi layanan konseling individual dengan konselor pada siswa/i tunanetra berperan besar dalam membentuk konsep diri yang positif siswa/i tunanetra. Hal ini terjadi karena adanya suasana konseling yang dekat dan akrab dalam berkomunikasi. Temuan penelitian juga menemukan bahwa layanan konseling individual yang telah diberikan kepada siswa/i tunanetra sudah cukup baik. Terlihat bahwa para siswa/i tersebut menunjukkan konsep diri yang wajar. Mereka menyadari akan keadaan cacatnya, tetapi keadaan cacat tersebut tidak melemahkan mereka. Komunikasi hubungan insani yang efektif telah memunculkan terbentuknya konsep diri siswa/i tunanetra seperti terbuka pada pengalaman, tidak bersikap defensif, kesadaran yang cermat,

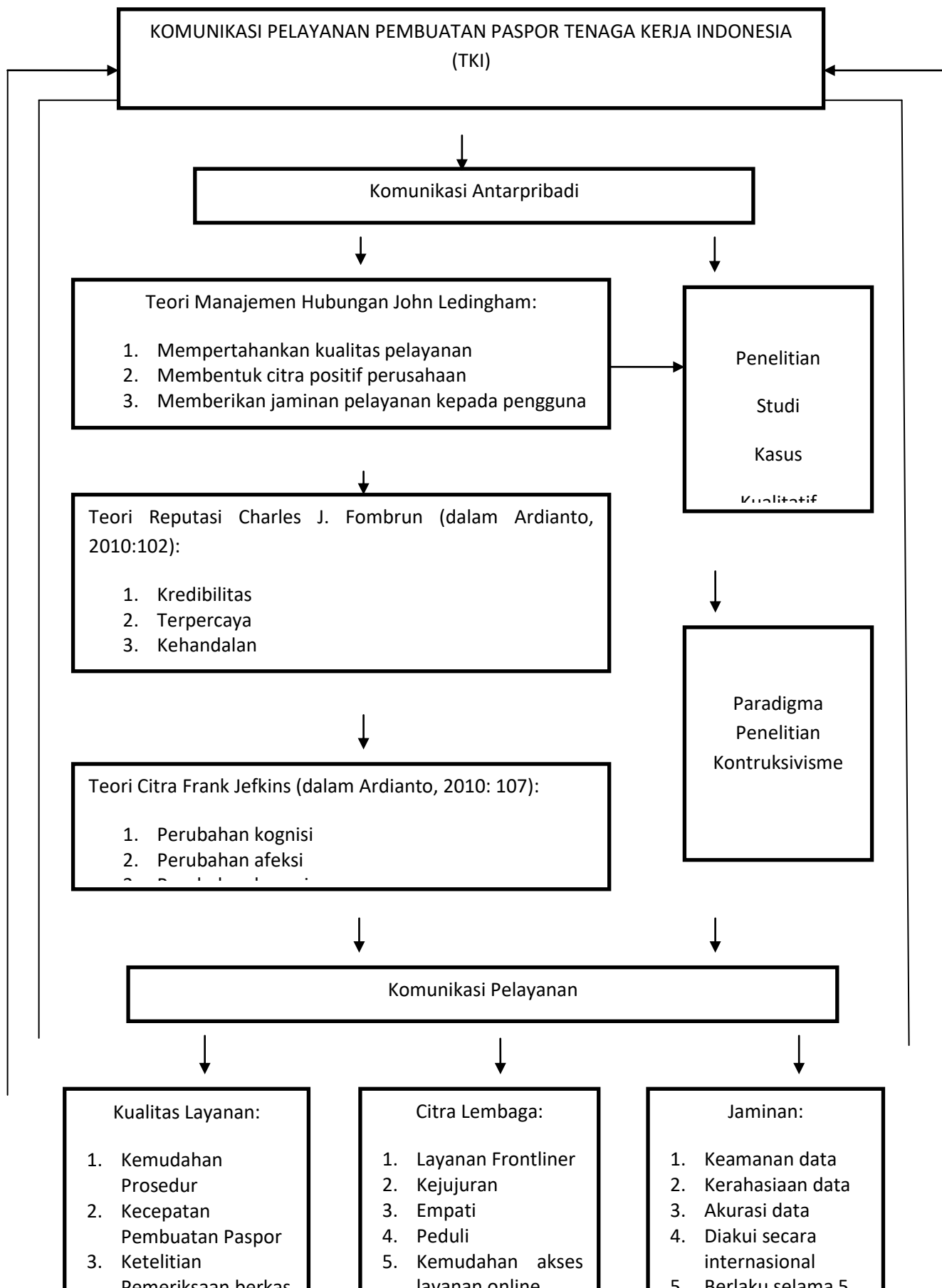
				penghargaan diri tanpa syarat dan dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan orang lain.
3	Rispetia, Dita. 2011. Universitas Padjadjaran, Bandung	Strategi Komunikasi dalam pelayanan publik di Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.	Kualitatif	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi komunikasi dalam percepatan reformasi birokrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik untuk mengubah sistem, pola pikir dan budaya kerja di kemkominfo. Saluran komunikasi (media) yang dipakai yaitu website, email, call center dan radio komunitas. Sedangkan untuk strategi komunikasi yang dipakai dengan cara mengadakan rapat koordinasi, sosialisasi dan juga survey kepuasan.
4	Oktavianti, Linda. 2012. Universitas Sunan Ampel, Surabaya	Pola Komunikasi Pelayanan Publik (Studi kasus pada Kantor Bersama Samsat Krian Sidoarjo).	Kualitatif	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 pengguna jasa atau masyarakat, kemudian pesan diterima dan

				<p>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.</p>
5	<p>Furqoni, Muhammad. 2012. Universitas Negri Surabaya, Surabaya</p>	<p>Strategi meningkatkan kualitas pelayanan publik di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Ponorogo.</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program e-KTP di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Ponorogo sudah berjalan lancar. Saran yang dapat diambil dari penulis adalah dengan cara memberikan informasi secara lengkap mengenai prosedur yang mudah, cepat,</p>

				<p>transparan, efisien, seharusnya pihak dinas kependudukan dan pencatatan sipil mengembangkan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kebutuhan dan pelaksanaan kerja sehari-hari agar dapat berjalan secara efektif, efisien, dan berkesinambungan serta pengguna layanan lebih ditingkatkan lagi bersosialisasi kepada masyarakat dalam pentingnya menggunakan layanan program e-KTP untuk meningkatkan kualitas pelayanan.</p>
--	--	--	--	--

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran





1.2.3 Landasan Teori

1.2.3.1 Teori Manajemen Hubungan (*Relationship Management Theory*) Jhon Ledingham

Terminologi *relationship management* merujuk pada proses hubungan manajemen antara organisasi dengan publik internal dan eksternal. Jhon Ledingham (2001: 75) mendefinisikan organisasi dan hubungan publik sebagai pernyataan keberadaan antara organisasi dan publik-publik kunci, yang mana tindakan salah satunya dapat memengaruhi ekonomi, sosial, budaya, atau politik pada orang lain.

Dalam pelaksanaan pekerjaannya seorang praktisi/humas akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya. Bahwa proses humas (tahapan *fact finding, planning, communicating, evaluation*) sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial. Untuk keperluan pembahasan manajemen hubungan masyarakat, maka sementara manajemen itu dapat dirumuskan sebagai suatu proses dari kelompok orang-orang yang secara koordinatif, memimpin kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. (Ledingham, 2001: 80)

Manajemen PR (humas) dapat dikatakan sebagai penerapan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penstaffan, kepemimpinan dan evaluasi) dalam kegiatan-kegiatan humas. Manajemen humas berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Bentuk kegiatan komunikasi bisa berupa kegiatan kecil sampai pada kegiatan yang sangat kompleks seperti konferensi pers dengan menggunakan satelit.

Manajemen humas bisa mencakup:

1. Manajemen terhadap seluruh kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh organisasi
2. Manajemen terhadap kegiatan-kegiatan kehumasan yang lebih spesifik atau yang berupa satuan-satuan kegiatan kehumasan.

Dalam proses tersebut kita jumpai teknik-teknik dan koordinasi tertentu yang dipergunakan oleh kelompok orang-orang yang disebut manajer di dalam mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan itu sendiri. Proses ini pun mencakup fungsi-fungsi dasar dengan pendekatan analistik seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dalam melaksanakan manajemen (POAC, *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). (Ledingham, 2001: 83)

1.2.3.2 Teori Reputasi Charles J. Fombrun

Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misalnya dari laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media, materi tertulis dan audio visual. Identitas korporat juga berupa non-fisik, seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi, baik internal maupun kepada pihak luar (Fombrun dalam Ardianto, 2010: 102)

Menurut Fombrun, ada empat sisi reputasi korporat yang perlu ditangani yaitu :a) *credibility* (kredibilitas di mata investor), b) *trustworthiness* (terpercaya dalam pandangan karyawan), c) *reliability* (keterandalan di mata konsumen), dan d) *responsibility* (tanggung jawab sosial). Fombrun juga menyebutkan ... *factors that helps companies build strong and favorable reputations with their principal constituencies, credibility, reliability, trustworthiness and responsibility. The speak legions about the difference between simply managing a company's tangible asset and safeguarding the long term well-being of its reputation capital* (Ardianto, 2010: 102)

Menurut Davies (dalam Ardianto, 2010: 102) reputasi memiliki sejumlah elemen. Elemen-elemen yang paling penting adalah pandangan-pandangan organisasi dari dua pemegang saham utama (saham di perusahaan dan saham publik), para pekerja, dan para pengguna jasa. Karena studi reputasi perusahaan/ lembaga relatif baru, beberapa dari terminologinya belum distandarisasi. Dalam beberapa penulisan tentang reputasi perusahaan/ lembaga, istilah identitas seringkali digunakan untuk mengacu pada perumpamaan yang tampak (logo, rancangan bangunan, warna, dan lain-lain). Kita mengacu pada hal ini sebagai identitas visual perusahaan.

Reputasi menjadi baik atau buruk, kuat atau lemah bergantung pada kualitas pemikiran strategi dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta adanya keterampilan dan energi dengan segala komponen program yang akan direalisasikan dan dikomunikasikan. Mengacu pada pengertian reputasi diatas, bila sebuah perusahaan memiliki reputasi baik, laba perusahaan akan bertambah. Begitu pula jika sebuah pemerintahan yang mengeluarkan berbagai kebijakannya memiliki reputasi yang bagus, dukungan rakyat akan terus meningkat. (Morley, dalam Ardianto, 2010: 105)

1.2.3.3 Teori Citra Frank Jefkins

Menurut G. Sach dalam Ardianto (2010:106) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Sedangkan menurut Katz dalam Ardianto (2010: 106), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Menurut Frank Jefkins dalam Ardianto (2010:106), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Frank Jefkins dalam Ardianto (2010: 107), membagi citra dalam beberapa jenis, antara lain:

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra membentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang, komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Ardianto, 2010:109)

Masih dalam buku yang sama, Ardianto lebih lanjut mengungkapkan bahwa proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh Frank Jefkins, sebagai berikut :



Gambar 1.1 Model Pembentukan Citra
Sumber: Ardianto (2010: 119)

Pada dasarnya proses pembentukan citra adalah respon dari stimulus yang diberikan. Akan tetapi proses tersebut akan berbeda hasilnya karena dipengaruhi oleh persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang berbeda pula. (Ardianto, 2010: 107)

Public relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, sikap, motivasi.

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. (Ardianto, 2010: 108)

Adapun arti dari empat komponen dalam Model Pembentukan Citra tersebut adalah :

1. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.

2. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus.
3. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai (Ardianto, 2010:108).

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran”, “Kita mendiskusikan makna”, dan “Kita mengirimkan pesan”. (Mulyana, 2007: 46)

Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, dan bahasa, dan

masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut. (Mulyana, 2007: 46)

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik,” atau terlalu luas, misalnya “Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih,” sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan bahkan jin. (Mulyana, 2007: 46)

Menurut Hovland, Janis dan Kelley komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Menurut Berelson dan Steiner komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, dan angka-angka. (Mulyana, 2007:68) Menurut Harold Lasswell (dalam Mulyana, 2007: 69), komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan “apa” “dengan saluran apa”, “kepada siapa” , dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. (*who says what in which channel to whom and with what effect*).

Komunikasi memiliki peran dan fungsi yang mendasar bagi kehidupan kita. Tanpa komunikasi, tentu saja dari perpektif komunikasi, tiada kehidupan. Bergerak atau diamnya sebetuk makhluk hidup tergantung pada komunikasi yang dilakukannya. Terpenuhi atau tidaknya seluruh atau sebagian hajat kita ditentukan oleh keberhasilan komunikasi kita. Sukses atau gagalnya kehidupan kita banyak dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi yang kita miliki.

Kenyataannya, kita semua sudah terbiasa melakukan komunikasi untuk memenuhi beragam keperluan sehari-hari kita. Bahkan, untuk yang tuna wicara sekalipun, mereka melakukan komunikasi untuk menyampaikan dan memperoleh apa yang mereka inginkan. Komunikasi bukanlah ilmu murni, sehingga dapat dipelajari untuk diterapkan. Namun komunikasi bukanlah semata-mata ilmu terapan sehingga yang mempelajarinya niscaya memperoleh perspektif dan teori di samping kiat berkomunikasi. Itu sebabnya komunikasi disebut ilmu sekaligus seni (*science and art*).

Sebagai seni, komunikasi menyediakan petunjuk praktis menjadi komunikator dan komunikasi yang baik yang bisa dikuasai melalui kursus dan pelatihan. Tentu saja yang baik bilamana kita menguasai keduanya yaitu ilmu dan seninya. Mempraktikkan komunikasi berdasarkan ilmunya niscaya akan lebih baik. Sebagai ilmu (*science*), komunikasi memiliki cakupan dan karakteristik tersendiri. Berdasarkan bidang kajiannya, EM-Griffin (2003:21-36) misalnya, menguraikan tujuh tradisi yaitu sosio-psikologis, siberetik, retorik, sosio-kultural, kritikal, dan fenomenologi. Sedangkan Fisher (1986) mengajukan empat perspektif dalam teori komunikasi berdasarkan cara kerja yaitu mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis. (Ruben dan Stewart, 2013:xi)

1.2.4.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

Karakteristik komunikasi antarpribadi dapat dibagi menjadi tiga perspektif, yaitu perspektif humanistik, prespektif pragmatis dan perspektif pertukaran sosial (Fisher, 2006: 189). Penelitian ini menggunakan perspektif humanistik yang merupakan sub-sub variabel dari komunikasi antarpribadi, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Berdasarkan kualitas-kualitas umum ini, dapat diturunkan perilaku-perilaku yang menandai komunikasi antarpribadi yang efektif (DeVito, 2010: 259).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka efektifitas komunikasi antarpribadi dalam perspektif humanistik menurut Rakhmat (2005: 136) dapat diturunkan menjadi lima sub variabel, yaitu:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan adalah adanya kemauan untuk membuka diri, mengatakan keadaan dirinya sendiri yang tadi disembunyikan. Keterbukaan merupakan perilaku atau wujud kejujuran dalam proses komunikasi serta reaksi terhadap rangsangan yang diberikan. Keterbukaan ini juga harus diikuti dengan pertanggungjawaban terhadap perasaan dan pikiran yang disampaikan. Sikap terbuka berlawanan dengan dogmatisme yang menilai pesan atau informasi berdasarkan motif pribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada empat aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, individu tidak bersikap egois, di mana ia hanya mempercayai sumber informasi berdasarkan siapa yang menyampaikan tetapi berdasarkan isi yang disampaikan oleh sumber tersebut. Aspek kedua mengacu pada sikap objektif yang dimiliki oleh individu. Dalam aspek ini, individu mampu menilai pesan atau informasi dengan berdasarkan data dan keajegan logika, sehingga mampu berpikir menyeluruh dan mudah menyesuaikan diri pada perubahan lingkungan. Aspek ketiga mengacu pada kesediaan individu untuk mencari informasi secara lengkap dan berasal dari berbagai sumber. Dalam kondisi ini, individu yang bersikap terbuka tidak mudah mempercayai satu sumber yang berasal dari diri sendiri, tetapi juga meneliti serta mempercayai sumber-sumber lain yang diterimanya. Aspek keempat adalah berpikir secara luas. Individu yang berpikir secara luas tidak akan menganggap dunia ini hanya memiliki dua warna, yaitu hitam dan putih. Melainkan juga memiliki warna abu-abu yang berarti tidak menilai informasi hanya berdasarkan baik dan buruk.

2. Empati (*Empathy*)

Empati berarti kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada saat tertentu, dari sudut pandang orang itu dan melalui kaca mata orang lain. Memberikan rasa empati kepada orang berarti kita harus mampu tidak mengevaluasi, menafsirkan, menilai dan mengkritik orang lain. Mendekatkan diri dan mengenal lebih jauh kepada orang tersebut agar diketahui maksud, keinginan atau ketakutan yang sedang ia rasakan. Empati adalah membayangkan, melihat dan merasakan diri kita pada perasaan orang lain.

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami pada saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kaca mata orang lain itu.” Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Pengertian yang empatik ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya. Langkah pertama dalam mencapai empati adalah menahan godaan untuk mengevaluasi, menilai, menafsirkan dan mengkritik. Bukan karena reaksi ini “salah,” melainkan semata-mata karena reaksi-reaksi seperti ini seringkali menghambat pemahaman. Langkah kedua, makin banyak mengenal seseorang—keinginannya, pengalamannya, kemampuannya, ketakutannya, dan sebagainya—makin mampu melihat apa yang dilihat orang itu merasakan apa yang dirasakannya. Langkah ketiga adalah merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya. Memainkan peran orang lain dalam pikiran dapat membantu melihat dunia lebih dekat dengan apa yang dilihat orang itu.

3. Dukungan (*Supportiveness*)

Sikap dukungan dapat diberikan dengan sikap yang dapat menjelaskan secara jelas bukannya mengevaluatif. Pernyataan dukungan juga dapat bersifat spontan dan berterus terang dalam mengutarakan pikirannya serta berpikiran terbuka terhadap perbedaan yang dimiliki orang lain. Menerima saran dan secara bersama-sama mencari solusi terhadap masalah yang sedang dialami juga merupakan salah satu wujud sikap mendukung. Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Sikap defensif dapat menghambat proses komunikasi antarpribadi, karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami pesan orang lain.

4. Sikap positif (*Positiveness*)

Apabila seseorang yang berkomunikasi mempunyai rasa negatif, kemungkinan ia akan menyampaikan komunikasi secara negatif pula dan orang lain juga akan menerima secara negatif. Sebaliknya, apabila seseorang merasa positif, maka ia akan berkomunikasi secara positif juga. Bila ini terjadi, maka situasi akan mendorong sikap menghargai keberadaan orang lain. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikasi terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Orang yang merasa negatif terhadap diri sendiri selalu mengkomunikasikan perasaan ini kepada orang lain, yang selanjutnya barangkali akan mengembangkan perasaan negatif yang sama. Sebaliknya, orang merasa positif terhadap diri sendiri mengisyaratkan perasaan ini kepada orang lain, yang selanjutnya juga akan merefleksikan perasaan positif ini. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih

menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam banyak situasi tentu tidak akan terjadi kesetaraan, misalnya pandai, kaya dan cantik. Demikian juga dengan kesamaan dalam tingkat sosial, ekonomi, status, nasib juga perlu dipertimbangkan dalam topik pembicaraan agar komunikasi antarpribadi dapat mencapai keefektifannya. Kesetaraan dalam hal ini pengakuan bahwa masing-masing pihak sama-sama bernilai dan berharga, persamaan atau kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis. Tidak pernah ada dua orang atau hal yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidak-setaraan ini, komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara, artinya, harus pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting disumbangkan. Dalam suatu hubungan antarpribadi yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan “penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

1.2.4.3 Kegiatan *Public Relations*

Public relations (PR) menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun non-komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari

kita menyukainya atau tidak. Sebenarnya, PR terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami PR, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Secara etimologis, *public relations* terdiri dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. *Public* berarti publik dan *relations* berarti hubungan-hubungan. Jadi, *public relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik. Menurut (*British*) *Institute of Public relations* (IPR) (Jefkins, 2004: 9), *public relations* (PR) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Sedangkan menurut Frank Jefkins (Jefkins, 2004: 10), *public relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Adapun kegiatan *Public Relations* dalam suatu perusahaan atau lembaga terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Membina hubungan keluar (publik eksternal) (Ruslan, 2010 : 23)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Widjaja (2010:73-74) memberikan pendapat bahwa Hubungan Masyarakat Keluar (Humas Eksternal) turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu badan atau lembaga.

2. Membina hubungan ke dalam (publik internal) (Ruslan, 2010 :23)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri”. Sedangkan menurut Ardianto (2010:124) publik internal adalah “publik yang berada di dalam perusahaan. Misalnya : para karyawan, satpam, penerima telepon, supervisor, klerk, manajer, para pemegang saham, dan sebagainya”.

Lebih lanjut Jefkins menjelaskan khalayak internal dalam humas terdiri dari : perusahaan-perusahaan rekanan, calon pegawai, pegawai yang sudah ada, pihak manajemen, para pegawai baru, rekanan di luar negeri, pemilik saham, dan serikat pekerja.

1.2.4.4 Komunikasi Pelayanan Publik

Public service communication adalah praktik komunikasi dalam menunjang pelaksanaan pemberian pelayanan publik yang terbaik bagi para pengguna jasa/*customer* suatu organisasi guna terciptanya hubungan saling pengertian yang harmonis, sehingga dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi. (Saleh, 2010: 7)

Menurut Saleh (2010: 7-8) terdapat beberapa asumsi yang mendasari perlunya kegiatan komunikasi pelayanan publik ini antara lain:

1. Jika organisasi tidak mampu memberikan pelayanan yang baik, maka tidak akan terjadi transaksi bisnis (*no service, no business*).
2. Pengguna jasa bebas memilih produk/jasa sesuka hati mereka, dan mereka mau memilih produk atau jasa kita kalau mereka mendapatkan pelayanan yang baik dari kita (organisasi).

3. Pengguna jasa tidak tergantung pada perusahaan, namun sebaliknya perusahaanlah yang tergantung pada pengguna jasa (eksistensi dan keberlanjutan hidup perusahaan).

Menurut Saleh (2010: 9-10) fokus kajian *public service communication* ini akan lebih menekankan pada beberapa kajian berikut yaitu:

1. Citra dan reputasi, yaitu bagaimana kegiatan komunikasi dalam pelaksanaan pelayanan publik dapat menciptakan citra yang positif bagi organisasi dan mendorong tercapainya reputasi yang baik bagi organisasi tersebut.
2. *Handling complaint*, yaitu bagaimana kegiatan komunikasi pelayanan publik dalam menangani keluhan publik serta bagaimana strategi komunikasi yang efektif dalam hal tersebut.
3. Etika pelayanan, kajian komunikasi pelayanan publik ini juga menekankan bagaimana tindakan yang dipersepsi baik atau etika dalam memberikan pelayanan kepada publik dengan baik.
4. *Service Excellent* Kajian komunikasi pelayanan publik memfokuskan pada bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellent* bagi masyarakat yang dilayani).
5. *Customer service* yaitu kemampuan yang memberikan perhatian yang tulus bagi para pengguna jasa.

1.2.4.5 Customer Service Officer

Pelayanan pada pengguna jasa merupakan dasar dari pendirian dari sebuah bisnis. Pelayanan sepenuh hati pada pengguna jasa juga merupakan titik pembeda antara sebuah perusahaan pemenang dan perusahaan lainnya bahkan hal ini bukanlah semata kepentingan organisasi swasta/perusahaan bahkan pula lembaga pemerintahan. Perusahaan didirikan agar barang dan jasa yang dihasilkan dibeli oleh pengguna jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa bukanlah sebuah masalah, mereka adalah tujuan bisnissuatu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis tersebut, perusahaan harus memberikan perhatian

(*care*) total kepada apa yang ingin dicapai (pengguna jasa), salah satu aspek penting dalam hal ini adalah pelayanan prima, sehingga hasilnya pun bisa optimal. Tanpa pelayanan, produk dan jasa yang ditawarkan menjadi hambar. Produk dan jasa yang tidak menarik, tidak akan dibeli oleh konsumen. Tanpa konsumen, tak ada kegiatan bisnis. (Saleh, 2010: 33)

Bagi perusahaan pengguna jasa adalah setiap orang yang membeli produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan bagi organisasi pemerintah, pengguna jasa adalah setiap orang dari masyarakat yang membutuhkan jasa pelayanan dari organisasi pemerintahan itu. Banyak perusahaan yang merasa bahwa mereka sudah sedemikian besar dan sedemikian penting dipasar, sehingga pengguna jasa seharusnya mengikuti kemauan perusahaan. Tetapi pada kenyataannya tidak demikian, pengguna jasa yang memiliki uang untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Mereka berhak mendapatkan yang terbaik dari uang yang mereka belanjakan. (Saleh, 2010: 33-34)

Pengguna jasa akan terus setia jika mereka merasa puas terhadap konsumsi barang dan jasa yang ditawarkan. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang bisa terus menerus memberikan kepuasan kepada pengguna jasa mereka. Petugas pelayanan kantor imigrasi yang berkedudukan di Inggris mengungkapkan bahwa perusahaan pemenang umumnya adalah perusahaan yang sangat memperhatikan kepentingan pengguna jasa. Mereka berhasil memenangkan persaingan dan menjadi semakin besar karena bisa memberikan kualitas pelayanan yang bisa melebihi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pesaing, dan melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pengguna jasa mereka. (Saleh, 2010: 34)

1.2.4.6 Prosedur Pembuatan Paspor TKI

Paspor TKI adalah surat perjalanan kerja warga Indonesia yang diberikan dalam buku 24 Halaman. Sesuai dengan surat Keputusan Ditjen Imigrasi pada Departemen Hukum dan HAM nomor IMI2.UM.01.01.1-18 tertanggal 11 Januari 2010, biaya untuk pembuatan paspor TKI adalah gratis dan hanya dibebankan kepada biaya komponen biometrik, antara lain foto dan sidik jari.

Tata Cara dan Persyaratan :

Permohonan untuk memperoleh paspor bagi TKI waktu tertentu diajukan secara tertulis dengan mengisi dan menandatangani formulir (gratis) yang telah ditentukan kepada :

1. Kepala Kantor Imigrasi atau pejabat yang ditunjuk
2. Kepala Perwakilan RI di luar negeri
3. Kepala Perwakilan Perekonomian Pemerintah RI di luar negeri
4. Pejabat Imigrasi atau Pejabat dinas Luar Negeri pada Perwakilan RI yang diangkat dan ditetapkan oleh Menteri Luar Negeri; atau
5. Pejabat Imigrasi pada Perwakilan Perekonomian Pemerintah RI di luar negeri.

Persyaratan Permohonan Paspor TKI :

1. Bukti identitas diri yang asli dan satu lembar foto copynya seperti Ijazah, atau Akte Kelahiran, atau Surat Nikah
2. Bukti domisili yang asli dan satu lembar foto copynya yaitu KTP dan Kartu Keluarga
3. Surat Rekomendasi dan/atau keterangan dari Kantor Dinas yang bertanggung jawab di bidang ketenagakerjaan setempat yang menerangkan bahwa yang bersangkutan adalah Calon TKI / TKI
4. Paspor / SPLP lama (jika sudah pernah punya paspor atau pernah kerja sebagai TKI).

1.2.4.7 Profil Kantor Imigrasi Kota Bandung

Kantor Imigrasi Kelas I Bandung sebagai salah satu Kantor Imigrasi yang berada pada pusat wilayah ibu kota provinsi Jawa Barat merupakan salah satu faktor penting dalam pelaksanaan pelayanan dan pengawasan Keimigrasian di wilayah Kota Bandung. Kantor Imigrasi Kelas I Bandung didirikan tahun 1952 bertempat di Jalan Dago Bandung kemudian

mengalami beberapa kali pemindahan lokasi kantor. Dari Jalan Dago pindah ke Jalan Merdeka (sekarang Bandung Indah Plasa) kemudian pindah lokasi ke Jalan Dalem Kaum tepatnya di Pendopo Bandung kemudian pindah ke Jalan Diponegoro No. 34 Bandung dan terakhir pindah ke Jalan Surapati No. 82 Bandung diresmikan oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Kehakiman Bpk.Seohendro Hendarsin, SH. pada tanggal 19 Maret 1983.

Gedung Kantor Imigrasi kelas I Bandung dengan alamat Jalan Surapati No. 82 Bandung di bangun berdasarkan DIP No.32/xiii/3/1981 tanggal 16 Maret 1981. Luas Tanah keseluruhan 2.822 M2, Luas Bangunan 1.578 M2, di belakang Gedung Kantor Imigrasi Kelas I Bandung telah dibangun pula Karantina dengan luas bangunan 200 M2 serta Gedung Aula dengan luas Bangunan 304 M2.

Kantor Imigrasi Kelas I Bandung merupakan salah satu unit pelaksana teknis dilingkungan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Barat.

Wilayah Kerja sesuai SK Menteri Kehakiman Nomor : M.03.pr.07.04 Tahun 1991 tanggal 19 April 1991 meliputi 7 (tujuh) Kabupaten dan 1 (satu) Kotamadya terdiri dari :

1. Kota Bandung
2. Kab. Bandung
3. Subang
4. Cimahi
5. Bandung Barat
6. Sumedang
7. Garut
8. Tasikmalaya

Namun dengan dibukanya beberapa Kantor Imigrasi baru dalam lingkungan Kantor Wilayah Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Jawa Barat sesuai dengan Surat keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI No.M.05-PR.07.04 Tahun 2002 tanggal, 25 September 2002 , maka wilayah kerja Kantor Imigrasi Kelas I Bandung berkurang menjadi

1. Kota Bandung
2. Kab.Bandung
3. Subang
4. Cimahi
5. Bandung Barat
6. Sumedang

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Metode penelitian kualitatif menurut Moleong (2011: 6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Pendekatan kualitatif sangat penting untuk dipahami oleh mereka yang bersibuk diri dengan studi tentang manusia dan berbagai penjelmaan tingkah lakunya, baik individual maupun kolektif. Penelitian kualitatif menurut Flick (2002) ialah *specific relevance to the study of social relations, owing to the fact of the pluralization of life worlds*. Penelitian kualitatif adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari pluralisasi dunia kehidupan. Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya.

Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial dan persepsi sasaran penelitian. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami perilaku manusia, dari kerangka acuan pelaku sendiri, yakni bagaimana pelaku memandang dan menafsirkan kegiatan dari segi pendiriannya. Peneliti dalam hal ini berusaha memahami dan menggambarkan apa yang dipahami dan digambarkan subjek penelitian. (Gunawan 2013:81-82)

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2013: 4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.

Banyak perilaku manusia yang sulit dikuantifikasikan, apalagi penghayatannya terhadap berbagai pengalaman pribadi. Banyak sekali penjelmaan kejiwaan yang mustahil diukur dan dibakukan, apalagi dituangkan dalam satu numerik. Kita mungkin berbicara tentang skala, peringkat, tolak ukur, dan berbagai sarana pengukur lainnya, tetapi perlu disadari bahwa apa yang dapat ditangkap secara kuantitatif itu tidak sepenuhnya representatif bagi pemahaman ihwal manusia yang pada hakikatnya bersifat kualitatif. Bagaimana mengukur keresahan, keriang, kebosanan, kesepian, frustrasi, euforia, rasa percaya diri, rasa malu, rasa cinta, rasa benci, rasa marah, rasa iri dan sejumlah penjelmaan kejiwaan lainnya, kecuali melalui kesanggupan berbagi rasa empati. (Gunawan 2013:104)

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dalam realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini paradigma yang dijadikan rujukan adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme ini dikembangkan lebih

lanjut melalui paradigma-paradigma interpretif dan salah satunya adalah interaksionis simbolik yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi, serta hubungan-hubungan sosial lainnya. Subjek memiliki kemampuan memiliki kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Komunikasi dipahami diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh karena itu analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna-makna tertentu dari komunikasi. (Ardianto dan Q-Anees, 2014: 151)

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual/kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis, kultural dan personal yang digali secara terus menerus. (Ardianto dan Q-Anees, 2014: 152)

Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Konstruktivisme ini lebih berkaitan dengan program penelitian dalam komunikasi antarpersona. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Ardianto, 2007:157)

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya. (Ardianto 2007: 158)

Berger dan Luckman (dalam Bungin, 2008: 190) beranggapan bahwa kehidupan manusia tidak terisolasi, sebab manusia dan dunia sosialnya saling berinteraksi dalam hubungan timbal balik dengan lingkungannya, tidak saja alam, juga suatu tatanan budaya dan sosial. Hubungan interaksi ini dinyatakan sebagai dialektika antara diri (*self*) dengan dunia sosio kultural. Berdasarkan kenyataan sosial, unsur terpenting dalam konstruksi sosial adalah masyarakat, yang di dalamnya terdapat aturan-aturan atau norma, baik itu norma adat, agama, moral dan lain-lain. Dan, semua itu nantinya akan terbentuk dalam sebuah struktur sosial yang besar atau institusi dan pertemuan. Struktur sosial atau institusi merupakan bentuk atau pola yang sudah mapan yang diikuti oleh kalangan luas di dalam masyarakat. Akibatnya institusi atau struktur sosial itu mungkin kelihatan mengkonfrontasikan individu sebagai suatu kenyataan obyektif dimana individu harus menyesuaikan dirinya. Gambaran tentang hakikat kenyataan sosial ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih dari pada jumlah individu yang membentuknya.

Semua tindakan manusia selalu dipengaruhi oleh faktor dalam dan luar dirinya, baik itu faktor sosiologis, komunikasi maupun faktor psikologis yang merupakan faktor yang berasal dari diri. Selain faktor psikologis yang mempengaruhi seseorang, faktor komunikasi juga memiliki peran penting dalam pembentukan perilaku.

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Kasus

Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif. Studi kasus bisa dilakukan terhadap individu, seperti yang lazim dilakukan para ahli psikologi analisis; juga terhadap kelompok seperti yang dilakukan beberapa ahli antropologi, sosiologi dan psikologi sosial (Ardianto, 2010:64)

Pada penelitian yang menggunakan metode ini, berbagai variabelnya ditelaah dan ditelusuri, termasuk kemungkinan hubungan antar variabel yang ada. Karenanya, penelitian suatu kasus bisa jadi melahirkan pernyataan-pernyataan yang bersifat eksplanasi. Akan tetapi eksplanasi tersebut tidak dapat diangkat sebagai suatu generalisasi. Latar belakang kehidupan dan lingkungan seseorang pecandu narkoba, kehidupan intern sebuah gang, pembentukan militansi pada suatu kelompok radikal, faktor-faktor yang melatarbelakangi tingginya swadaya pembangunan di sebuah desa, merupakan contoh dari topik telaahan studi kasus (Ardianto, 2010: 65)

Sebuah studi kasus (*case study*) memberikan deskripsi tentang individu. Individu ini biasanya adalah orang, tapi biasa juga sebuah tempat atau perusahaan, sekolah, dan lingkungan sekitar. Sebuah studi observasi naturalistik kadang juga disebut sebagai studi kasus (Ardianto, 2010 :65)

Suatu lembaga atau sejumlah lembaga dianalisis secara mendalam dengan melakukan pengamatan. Setiap kelompok diteliti dan dilaporkan, serta adanya permainan peran, yang mana para responden diminta memainkan peran yang berbeda satu sama lain. Pendekatan studi kasus digunakan secara langsung dalam penelitian legal dan banyak dilakukan secara klinis. Dalam bidang bisnis, studi kasus ini dipopulerkan oleh *Harvard Business School*. Banyak pula pendekatan menggunakan penelitian kualitatif sebagai akar dalam penelitian ilmu sosial (Ardianto,2010 :65)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Teknik sampling atau penentuan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Seperti yang sudah dikemukakan *Purposive Sampling* adalah teknik

pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang akan diteliti (Sugiyono, 2011: 54).

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive* (sudah dilakukan). Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah calon TKI yang membuat paspor di kantor Imigrasi Kota Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Pendekatan terhadap informan penulis lakukan dengan menganalisa melalui pendekatan personal yang bertujuan untuk mengumpulkan opini-opini selain ini juga penulis juga menggali informasi tentang berbagai hal mengenai masalah pembuatan paspor TKI

Pendekatan penulis lakukan dengan cara melakukan observasi langsung di lapangan dan melakukan wawancara dengan informan.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada komunikasi pelayanan petugas di Kantor Imigrasi Kota Bandung

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 6 (enam) bulan yaitu dimulai dari Agustus 2016 sampai dengan Maret 2017, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN					
		Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1	Observasi awal	x	x				
2	Penyusunan proposal skripsi			x	x		
3	Bimbingan proposal skripsi				x		
4	Seminar proposal skripsi				x		
5	Perbaikan proposal skripsi					x	
6	Pelaksanaan penelitian					x	
7	Analisis data					x	x
8	Penulisan laporan						x
9	Konsultasi						x
10	Seminar draft skripsi						x

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan dalam proses pengadaan data primer untuk kepentingan penelitian. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Moleong, 2011: 134). Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian studi kasus adalah sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua orang; pewawancara dan yang diwawancarai. Adapun maksud dalam melakukan wawancara adalah untuk mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian-kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. (Lincoln & Guba, 1985 dalam Moleong, 2011: 135). Deddy Mulyana (2008: 180) menjelaskan bahwa wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan suatu tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap responden yang bisa memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian, mereka adalah informan yang memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian, mereka adalah informan yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

2. Observasi

Teknik observasi berguna untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi. Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme insitusi, sesuai

dengan tujuan-tujuan empiris. Observasi adalah proses pengumpulan data primer dengan menggunakan pengamatan langsung atau meneliti sendiri gejala-gejala dan fenomena yang terjadi di lapangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui pencatatan.

3. Studi Kepustakaan

Merupakan usaha untuk mendapatkan data dari buku yang dijadikan referensi seperti majalah, surat kabar, artikel serta sumber bacaan lainnya yang menunjang dalam penelitian. Studi ini dimaksudkan sebagai pengecekan ulang untuk memastikan kebenaran hasil wawancara. Dalam hal ini peneliti mencari dan mempelajari bahan-bahan berupa buku-buku, literatur, catatan-catatan, dan lain-lain yang bersangkutan dengan maksud kegiatan penelitian ini seperti buku-buku yang berkaitan dengan tema yg diteliti.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian dengan pendekatan kualitatif memperoleh data dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Menurut Sugiyono (2011: 331), dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas.

Peneliti menggunakan analisis data selama di lapangan dengan merujuk pada model Miles dan Huberman. Analisis data dalam pendekatan kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam penentuan periode tertentu. Pada saat wawancara, Peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka Peneliti akan melanjutkan pernyataan lagi, sampai tahap tertentu diperoleh data yang kredibel.

Berikut adalah langkah-langkah analisis data dengan menggunakan model Interaktif Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011: 334):

1. Reduksi Data

Semakin lama Peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Reduksi data (*data reduction*) merupakan upaya yang dilakukan peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang tidak terpisahkan dari analisis data.

Tahapan reduksi data meliputi:

a. Melibatkan langkah-langkah *editing*, pengelompokkan, dan meringkas data.

Peneliti melakukan *editing* dalam transkrip wawancara dan pengelompokkan dan meringkas data yang dilakukan dengan cara membuat matriks wawancara.

b. Peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data.

Peneliti membuat catatan pribadi selama penelitian mengenai data atau gejala tertentu dapat dibuang sepanjang satu kalimat, satu paragraf atau mungkin beberapa paragraf.

c. Peneliti menyusun rancangan konsep-konsep (mengupayakan konseptualisasi) serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola atau kelompok data bersangkutan. Rancangan dilakukan oleh Peneliti untuk melengkapi tinjauan pustaka dan metodologi penelitian yang menghasilkan kerangka pemikiran.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam pendekatan kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam pendekatan kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Tahapan dalam penyajian data (*data display*), meliputi:

Mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain hingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan; Data yang tersaji berupa kelompok-kelompok atau gagasan yang kemudian saling dikait-kaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan; Gambaran-gambaran dan diagram yang menunjukkan keterkaitan antara gejala satu dengan gejala lain sangat diperlukan untuk kepentingan analisis data.

3. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang *valid* dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel dan jika tidak maka tidak kredibel. Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari *display* data yang telah dibuat.

1.3.6 Validitas dan Otensitas Data

Untuk mengatasi kesalahan dalam mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data dari hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode, yaitu :

1. Triangulasi Data

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori manajemen hubungan, teori citra, dan teori reputasi yang juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah karyawan Kantor Imigrasi Kota Bandung dan calon TKI yang akan mengajukan paspor.