

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Menurut Nasution dan Usma Tinjauan Pustaka adalah tahapan pencatatan hasil tinjauan atau gambaran umum suatu teori atau karya yang telah diterbitkan sebelumnya.<sup>1</sup> Tinjauan pustaka adalah ringkasan penelitian sebelumnya, termasuk tentu saja tujuan penelitian, teori dan metode yang digunakan, dan hasil dari penelitian tentang topik yang bersangkutan.

Kajian pustaka penelitian berguna untuk bahan perbandingan antara penelitian yang terdahulu dengan penelitian sebelumnya dan diharapkan penelitian terdahulu ini mampu mendukung dan membantu peneliti untuk kelancaran dalam melakukan penelitian. Penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan judul karya ini terlampir pada tabel di bawah ini.

Kemudian kami uraikan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu khususnya objek dan beberapa metode dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ada lima referensi yang menjadi acuan peneliti.

---

<sup>1</sup> Aris Kukuh.2013. *strategi Humas TVRI dalam membangun citra Lembaga Penyiaran Publik melalui kegiatan kunjungan tamu*.Jakarta.hal.8-9

## 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Bentuk	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
1.	Riski Rahmadi (2020) /Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	“Proses Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Rumah Sakit Arifin Achmad”	Skripsi tahun 2020	Cutlip and Center : Proses Publik Relatios	Deskriptif Kualitatif	Menurut penelitian penulis, proses kehumasan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik di RS Arifin Ahmad cukup baik. Hal ini sesuai dengan penelitian penulis yang menggunakan teori Cutlip and Center; dimana proses kehumasan memiliki beberapa program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di RS Arifin Ahmad provinsi Riau yaitu: 1) Program Pengetahuan Lapangan 2) Program Hak untuk Domain dan 3) Program Kemitraan masing-masing mewakili dijalankannya dengan baik.	Hasil kajian yang dirangkum pada bagian sebelumnya menunjukkan bahwa Arifin Ahmad Provinsi Riau memainkan peran penting dalam peningkatan kualitas, seiring dengan analisis data berdasarkan isu-isu yang disajikan terkait dengan kehumasan RDAC. pelayanan publik, karena humas tidak hanya sebagai komunikator tetapi juga sebagai perantara, jembatan antara rumah sakit dengan masyarakat, sehingga dapat dikatakan tanpa pengiklan, peningkatan mutu pelayanan di rumah sakit tidak seperti yang diinginkan. . Hal ini dapat menimbulkan masalah karena tidak dipahami apa yang menghubungkan rumah sakit dan masyarakat.

2.	Indhira Hari Kurnia (2018) /Universitas Sebelas Maret	STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN REPUTASI SEKOLAH (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)	Journal 2018	Cutlip and Center : Proses Publik Relatios	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi sekolah sesuai dengan visi sekolah. Meskipun ada gerakan yang mempengaruhi keadaan sekolah. Namun fluktuasi tersebut tidak berlangsung lama. Stakeholder percaya dan bangga dengan SMA Negeri 1 Surakarta.	Hasil penelitian membuktikan bahwa sekolah memenuhi persyaratan. Namun ada saran untuk meningkatkan sarana dan prasarana dari segi infrastruktur. wakil kepala sekolah menanggapi saran dan kritik dengan meningkatkan kinerja sekolah dengan pendidikan intensif dan perbaikan infrastruktur sesuai prioritas.
3.	Rizky Errobi Kaurani Putra (2021) /Universitas Negeri Raden Intan Lampung	“STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU”	Skripsi tahun 2021	Cutlip and Center : Proses Publik Relatios	Deskriptif Kualitatif	Temuan lapangan menunjukkan bahwa humas bekerja cukup baik dalam meningkatkan perilaku konsumen di G Hotel Syariah Bandar Lampung, namun masih diperlukan lebih banyak fasilitas syariah seperti apotek untuk mendukung kemajuan.oleh G Hotel Syariah Bandar Lampung, atau minimarket mini halal.	Hasil penelitian ini Strategi Humas G Hotel Syariah Bandar Lampung untuk meningkatkan pengalaman tamu adalah menjaga hubungan khusus antara orang-orang baik di dalam maupun di luar perusahaan. Meningkatkan kemampuan pegawai atau pegawai secara terus menerus melalui pelatihan dan pembinaan pegawai atau pegawai melalui hubungan internal yaitu pengembangan profesi.

4.	Eriecson Yuda Kurna (2021) /Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung	STRATEGI KOMUNIKASI PETUGAS PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL NUSANTARA SYARIAH BANDAR LAMPUNG	Skripsi tahun 2021	Cutlip and Center : Proses Publik Relatios	Deskriptif Kualitatif	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PR Nusantara Syariah adalah promosi cetak, media sosial dan sales call. Strategi komunikasi departemen penjualan dan pemasaran bergerak maju sebagai komunikator, sedangkan pelanggan sasaran dan semua konsumen serta pesan menyampaikan informasi tentang layanan.
5.	Putri Wulan Sari (2021)/ Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	“STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH KECAMATAN MANDAU”	Skripsi tahun 2021	Cutlip and Center : Proses Publik Relatios	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah strategi kehumasan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang diterapkan humas adalah meningkatkan kemudahan penyampaian keluhan dan saran kepada masyarakat dengan meningkatkan aksesibilitas pengaduan dan saran melalui WhatsApp (WA), SMS, email dan Situs

						efisiensi pelayanan.	web. LSM (spesialis layanan pelanggan) mengunjungi pasien rawat inap.
--	--	--	--	--	--	----------------------	---

**Diolah oleh Penelitian 2022**



Riski Rahmadi dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “Proses Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Rumah Sakit Arifin Achmad”. Memiliki persamaan dalam penelitian yaitu sama-sama untuk meningkatkan dan mutu dari perusahaan yang dituju dan memiliki metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya dengan penelitian ialah dari teori yang peneliti gunakan berbeda dengan peneliti terdahulu mereka menggunakan teori Cutlip and Center : Proses Publik Relatios dan teori yang peneliti gunakan yaitu Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM).

Penelitian Indhira Hari Kurnia dari Univeristas Sebelas Maret dengan judul Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). Memiliki persamaan dalam menentukan metode penelitian yaitu kualitatif . Sedangkan untuk perbedaan dengan peneliti yaitu, peneliti terdahulu meneliti membahas reputasi sekolah dan perbedaan lainnya dengan peneliti yaitu teori yang di gunakan. Peneliti terdahulu menggunakan teori Cutlip and Center : Proses Publik Relatios dan teori yang peneliti gunakan yaitu Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM).

Peneliti Rizky Errobi Kaurani Putra dari Universitas Negeri Raden Intan Lampung dengan judul penelitian yaitu Strategi Komunikasi Public Relation G Hotel Syariah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Mutu

Pelayanan Terhadap Tamu. Memiliki persamaan dalam penelitian yaitu sama-sama untuk meningkatkan dan mutu dari perusahaan yang dituju dan memiliki metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya dengan penelitian ialah dari teori yang peneliti gunakan berbeda dengan peneliti terdahulu mereka menggunakan teori Cutlip and Center : Proses Publik Relatios dan teori yang peneliti gunakan yaitu Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM).

Peneliti Ericson Yuda Kurna dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Petugas Public Relation Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung. Memiliki persamaan dalam penelitian yaitu sama-sama untuk meningkatkan mutu dari perusahaan yang dituju dan memiliki metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya dengan penelitian ialah dari teori yang peneliti gunakan berbeda dengan peneliti terdahulu mereka menggunakan teori Cutlip and Center : Proses Publik Relatios dan teori yang peneliti gunakan yaitu Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM).

Peneliti Putri Wulan Sari dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik di Rumah Sakit Umum Daerah Kecamatan Mandau”. Memiliki persamaan menggunakan metode penelitian kualitatif . Sedangkan

untuk perbedaannya dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti terdahulu yaitu peneliti terdahulu menggunakan teori Cutlip and Center : Proses Publik Relatios dan teori yang peneliti gunakan yaitu Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM).

Adapun kebaruan (*novelty*) pada penelitian ini adalah akan ditemukan sebuah cara yang bisa digunakan bagi perusahaan untuk dapat menginovasi dan membantu humas dalam meningkatkan mutu pelayanan public di LLDikti Wilayah III

## 2.2. Landasan Teori

Landasan teori ini yang akan menjadi dasar teori untuk melakukan kegiatan penelitian di bidang ini. Kerangka teori ini mencakup sebagai dasar pemikiran dari penelitian ini, yang pertama akan mengusulkan kerangka teori yang sesuai dengan masalah yang di angkat. Kerangka teori inilah yang menjadi landasan untuk berfikir dan menguji atau memberi penjelasan tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini.

### 2.2.1 Teori *Customer Relationship Manajamen* (CRM)

*Customer Relationship Management* (CRM) adalah pendekatan terintegrasi dengan seperangkat keterampilan perusahaan/organisasi untuk mengidentifikasi, menarik, memperoleh dan mempertahankan pelanggan yang Ini adalah strategi bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan semua



jaringan eksternal untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan.<sup>2</sup>

Konsep *Customer Relationship Management* (CRM) bermula dari konsep *relation marketing*. Perbedaan antara CRM dan pemasaran relasional adalah bahwa konsep pemasaran relasional bertujuan untuk membangun hubungan dengan semua pihak yang berafiliasi atau berbisnis dengan penyedia layanan sambil mengelola hubungan pelanggan (CRM) fokus hanya pada pelanggan internal dan eksternal. dalam bentuk perusahaan dan instansi pemerintah<sup>3</sup>.

Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, Instansi pemerintahan perlu menerapkan teori *Customer Relationship Management* (CRM). Dengan menggunakan CRM, instansi dapat mengidentifikasi kebutuhan, keluhan, dan harapan apa yang akan datang dari pelanggan mereka. Teori CRM juga dapat digunakan oleh instansi untuk mengetahui apakah pelanggan mereka percaya menggunakan layanan mereka atau apa yang memotivasi mereka untuk memilih layanan yang disediakan oleh instansi. Hal ini dilakukan hanya untuk

---

<sup>2</sup> Francis Buttle, "*Customer Relationship Management: Concepts and Tools*, (Elsevier Butterworth-Heinemann", 2004), 53.

<sup>3</sup> "Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*", (Bandung: Alfabeta, 2007), 86

meningkatkan mutu dan kualitas layanan yang akan diberikan kepada pelanggan<sup>4</sup>.

Saat membuat bisnis atau layanan, tidak ada rencana yang lebih baik daripada memberikan layanan terbaik kepada pelanggan Anda. Komitmen, waktu dan tenaga pasti diberikan oleh semua orang yang terlibat. Mengetahui kebutuhan dan keinginan setiap pelanggan, mampu memberikan solusi atas kesulitan dan permasalahan pelanggan<sup>5</sup>.

Kalakota dan Robinson menyebutkan bahwa *Customer Relationship Management* berfokus pada tiga hal, yaitu :

1. *Acquire*, Ini adalah tahap mendapatkan pelanggan baru, pelanggan baru diperoleh dengan memberikan kemudahan akses informasi, inovasi baru dan layanan yang sangat menarik ditawarkan.
2. *Enhance*, Ini adalah tahap di mana Anda dapat memutuskan bagaimana meningkatkan hubungan Anda dengan pelanggan Anda dan terus meningkatkan layanan yang Anda berikan sekarang dan di masa depan.

---

<sup>4</sup> "Buchari Alma & Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*". (Bandung: Alfabeta. 2008),189

<sup>5</sup> Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan, Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009),3

3. *Retain*, Ini adalah tahap retensi pelanggan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar pelanggan merasa loyal dan tidak terkesan<sup>6</sup>.

## 2.3. Landasan Konsep

### 2.3.1 Humas

Humas atau yang lebih di kenal sebagai sebutan “*Public Relations*” Ini adalah salah satu bidang penelitian yang tumbuh paling cepat dalam ilmu komunikasi. Dalam perkembangannya, PR digunakan oleh hampir semua orang saat melakukan berbagai pekerjaan di sebuah perusahaan atau instansi. Fungsi suatu manajemen untuk mencapai target tertentu merupakan fungsi dari humas yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan dan mengkomunikasikan sehingga dapat memberikan dan menginformasikan hasil-hasil telah dicapai.

Untuk membangun etika berhubungan dengan seorang *Public Relation* kejujuran dan keadilan harus menjadi inti dari setiap profesional *Public Relation*. Adapun aturan yang digunakan dan dirancang untuk menetapkan standar kinerja dan etika pelayanan publik yang tinggi.

---

<sup>6</sup> Kalakota & Robinson, *E-Bussines 2.0 : Roadmap for success. Addition Wesley*, (USA:Longman INC, 2001), 163

Humas atau yang lebih dikenal dengan istilah public relations adalah hubungan timbal balik dua arah antara organisasi dengan publiknya atau khalayak sarannya, baik internal maupun eksternal, dalam membentuk dan mengkolaborasikan fungsi organisasi dan tujuan perbaikan untuk tujuan memajukan fungsi organisasi. dan tujuan. pembangunan berdasarkan asas saling menguntungkan, saling pengertian dan saling percaya.<sup>7</sup>

Humas juga berfungsi sebagai jembatan antara instansi dengan masyarakat. Pengiklan harus mampu menciptakan citra yang baik bagi agensi. Publik adalah perwakilan PR yang sangat penting.<sup>8</sup> Humas merupakan jembatan antara instansi dan masyarakat dalam membangun hubungan di dalam dan di luar organisasi. Publik memiliki hak untuk mengetahui apakah kegiatan, kebijakan, dan rencana organisasi telah sesuai dengan keinginan publik.

Oleh karena itu, Humas merupakan suatu program yang terencana baik secara konseptual maupun praktis, sehingga dengan program yang berencana tersebut dapat memberikan hasil yang baik seperti yang di harapkan oleh seorang Humas, yaitu dengan adanya

---

<sup>7</sup> T E Ardoyo, "Jurnal Peran Dan Strategi Humas (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan.Pdf," 2013, Hal.16.

<sup>8</sup> Broom Glen M, Allen H Center, and Cutlip Scott M, "Effective Public Relations." Edisi 8 (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), Hal.433.

kemanfaatan yang di rasakan kedua belah pihak dan adanya komunikasi timbal balik antara internal instansi dan eksternalnya.

Pekerjaan humas sangat penting untuk citra instansi. Pertumbuhan instansi bergantung pada bagaimana pengiklan berkomunikasi dan melayani yang baik kepada masyarakat dan public. Humas dalam pemerintah berbeda dengan humas yang berada dalam instansi pemerintah. Karena penerapan konsep-konsep ilmiah merupakan isu penting, perbedaannya terletak pada sejauh mana tersedia dalam mencapai fungsi dan tujuan humas.<sup>9</sup>

Fungsi Humas di suatu instansi pemerintah atau daerah adalah memiliki tanggung jawab untuk menjaga citra positif pada instansi dan citra daerah atau lokasi yang bertempatan pada instansi tersebut berada, serta memiliki peran sebagai informan dari segala tindakan dan kebijaksanaan yang sudah di terapkan oleh pemerintah.

Secara umum, humas memainkan berbagai peran dalam pemerintahan. Upaya untuk mengkomunikasikan informasi atau pesan yang konsisten dengan kebijakan dan tujuan organisasi untuk kepentingan publik sebagai fungsi eksternal, yaitu khalayak sasaran. Konotasinya adalah bahwa pihak humas memiliki kewajiban untuk menerima keinginan atau aspirasi publik guna mencapai tujuan

---

<sup>9</sup> Meilyna Diah Anggrahini, Christina Rochayanti, and Edwi Arief Sosiawan, "Peran Humas Pemerintah Kabupaten Sragen Dalam Pengelolaan Isi Informasi Website PEMDA Sebagai Media Communications Relations Dengan Masyarakat," Jurnal Ilmu Komunikasi 6 (2008): Hal.8.

bersama. Hubungan masyarakat dalam lembaga memainkan peran penting dalam memastikan akses ke informasi yang tersedia untuk umum.

Jika seorang Humas menerima informasi dan disampaikan kepada public dan media dan pada kenyataannya tidak sesuai dengan kebenarannya, maka seorang Hubungan masyarakat harus cepat dan tepat dalam melakukan tindakan atau kebijakaannya untuk menjaga citra positif suatu instansi.

Dan beberapa tujuan Humas, yaitu:

- a. Membangun citra positif bagi perusahaan kepada publik eksternal yaitu masyarakat dan konsumen.
- b. Memberikan dorongan untuk mencapai sebuah pengertian publik sasaran dan instansi.
- c. Meningkatkan sinergi fungsi humas.
- d. Menumbuhkan atau menimbulkan simpati dikalangan masyarakat.

Didalam pelaksanaannya, humas memiliki fungsi adalah sebagai jembatan antara organisasi dan instansi dalam pelaksanaannya demi menjalin hubungan yang positif dan saling memberikan keuntungan guna terciptanya hubungan masyarakat yang kondusif dan baik bagi organisasi. Humas juga memiliki kemampuan untuk

melaksanakan program dan kebijakan baik di dalam maupun di luar organisasi yang digelutinya.<sup>10</sup>

Tentunya suatu instansi pemerintah menghadapi tugas yang tanggung jawab besar, pemerintahan hadapi beberapa ke pentingan public yang begitu kompleks. Hal ini tidak lepas dari ciri-ciri yang melekaat pada setiap kegiatan pemerintahan, yaitu:

- a. Program pemerintah lebih tepat sasaran. Program dijalankan dengan konteks yang berbeda, karakter, ekonomi, pendidikan (kecerdasan)
- b. Hasil yang dicapai tidak terlihat, sulit dilihat dalam waktu dekat, tetapi secara keseluruhan dan berkesinambungan dalam jangka panjang. Program pemerintah cenderung membayar biaya sosial yang tinggi. program pengorbanan social masyarakat seringkali tidak dapat dihindari.
- c. Program pemerintah, khususnya pers, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dll. menerima kontrol/pemantauan dari kelompok yang berbeda. Pemerintah memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran publik tentang masalah mereka sebagai warga negara.

---

<sup>10</sup> Ika Karlina Idris, "Peran Humas Pemerintah DI Era Keterbukaan Informasi (Analisis Isi Permenpan-RB No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya)" 11, no. 3 (2014): Hal.18.

Humas dalam pemerintahan digunakan sebagai cara untuk mempresentasikan program-program pemerintah kepada publik. Tentunya program-program yang dijalankan oleh negara untuk kepentingan masyarakat. Jika program tersebut tidak disosialisasikan secara luas kepada masyarakat, tentu tidak akan berhasil.<sup>11</sup>

Didalam suatu instansi pastinya memiliki krisis di dalam nya. Pada saat krisis seorang spesialis PR harus bisa menciptakan hal positif dan untuk menjaga reputasi yang baik di pemerintah. Didalam ini dibutuhkan strategi yang dapat disosialisasikan agar tidak terjadi kekacauan total.

### **2.3.2 Strategi Hubungan masyarakat**

Strategi kehumasan adalah sebuah rencana yang memiliki jangka cukup Panjang yang menetapkan beberapa langkah dan rencana komunikasi yang akan digunakan dalam kegiatan kehumasan di masa mendatang dengan menentukan anggaran dan jadwal yang tepat selama operasi.

Kegiatan komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari strategi humas untuk publik. Untuk komponen strategi PR yaitu:<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Idris, Hal.18.

<sup>12</sup> Morissan, “*Manajemen Public Relations*“(Kencana, 2014), Hal.191.



### 1) Komunikator

Komunikator merupakan seorang yang dapat menyampaikan dan membuat sebuah pesan. Sebagaimana komunikator ialah orang yang berkomunikasi langsung ke komunikator.

### 2) Membingkai Pesan

Komunikasi yang sebenarnya dari Humas adalah kegiatan dalam membingkai pesan. Pembingkai pesan adalah cara membuat, memilih, menekankan, dan menghubungkan fakta menjadi pesan yang sangat menarik dan bermakna. Dilihat dari membingkai pesan yaitu pengetahuan yang luas tentang manajemen dan proses dari masalah yang dihadapi. Mengetahui kebutuhan, minat, dan masalah publik. dapat mengambil posisi audiens target dan berpikir dalam gaya mereka.<sup>13</sup>

### 3) Media Komunikasi

Media itu sendiri memiliki suatu ciri khas yang terdapat dengan mudah untuk menarik khalayak secara cepat. Adapun dengan adanya media ini dapat mempermudah humas untuk menyampaikan pesan dan membangun strategi yang baik kepada khalayak.

---

<sup>13</sup> Morissan, Hal.192.

#### 4) Khalayak atau Komunikan dalam Komunikasi

Khalayak adalah bagian yang sangat penting dari proses komunikasi. Dalam istilah ilmu komunikasi, khalayak adalah pihak yang menerima pesan dari komunikator.

#### 5) Efek

Efek merupakan akibat yang muncul dari suatu perbuatan. Komunikasi yang efektif adalah keberhasilan dari menerima pesan.<sup>14</sup>

Pada dasarnya Strategi yang diterapkan oleh humas berfokus pada visi dan misi dalam perusahaan dan harus sejalan dengan strategi perusahaan itu sendiri sehingga pada akhirnya strategi yang dikembangkan dapat selaras yang berencana jangka panjang perusahaan dan target.

Humas membutuhkan strategi yang tepat dan menuntut aktifnya pencarian informasi agar dapat dikemas dengan baik dan diterima oleh masyarakat.

Kehadiran *Public Relation* saat ini sangat dibutuhkan disetiap organisasi, perusahaan dan institusi, termasuk dalam dunia pendidikan tinggi, Setiap perguruan tinggi kini saling berlomba untuk memamerkan keunggulannya yang berbeda-beda, yang merupakan hal yang esensial di setiap institusi, perusahaan dan lembaga, termasuk

---

<sup>14</sup> Vera, Hal.35-36.

dunia pendidikan tinggi. Praktik Humas perlu dikaji secara komprehensif, sehingga diharapkan peran Humas di perguruan tinggi dapat meningkatkan pengaruh terhadap nilai tawar perguruan tinggi..

### 2.3.3 Mutu Pelayanan Publik

Setiap public memiliki hak untuk memperoleh pelayanan dan kualitas yang baik sehingga akan membangun hubungan yang baik antara instansi dan public. Pendekatan kualitas pelayanan akan sangat tergantung pada pelaksanaan sistem manajemen kualitas.

Menurut Philip Kotler<sup>15</sup> Kualitas pelayanan dapat di ukur dari lima dimensi sebagai berikut

- a) *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b) *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan atau kesiapan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat serta membantu pelanggan dengan berkomunikasi secara jelas.
- d) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu suatu pengetahuan dan kesopanan pada karyawan perusahaan serta kemampuan

---

<sup>15</sup> Rosady Ruslan, “*Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*” (Jakarta: RajaGrafindo, 2005), 284)

perusahaan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggannya. Dengan komunikasi yang mencakup beberapa komponen seperti kepercayaan, kerahasiaan, kompetensi, dan kesopanan.

e) *Empathy* atau empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat *individual* atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.<sup>16</sup>

Pandangan di atas konsisten dengan pandangan lain bahwa ada lima kriteria yang menentukan kualitas layanan: kehandalan, daya tanggap, kepercayaan, empati dan kekhususan. Kelima kriteria tersebut akan mempengaruhi respon pelanggan terhadap harapan dan kenyataan yang pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

#### 2.3.4 Pelayanan Public

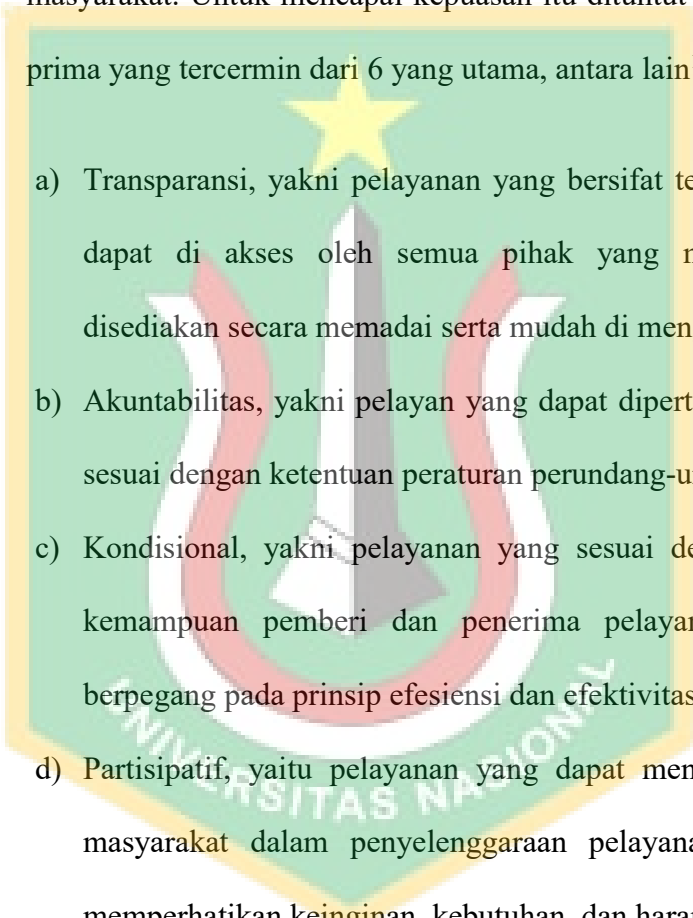
Pelayanan publik dapat dipahami sebagai pemenuhan kebutuhan atau pemberian pelayanan kepada orang-orang yang berkepentingan dengan suatu organisasi menurut aturan dan prosedur dasar yang telah ditetapkan. Pemerintah pada dasarnya melayani rakyat, bukan untuk kepentingan diri sendiri, tetapi menciptakan kondisi bagi setiap anggota masyarakat untuk mengembangkan bakat

---

<sup>16</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, hlm.148.

dan kreativitasnya untuk melayani masyarakat dan mencapai tujuan bersama.

Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari 6 yang utama, antara lain<sup>17</sup>:

- 
- a) Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat di akses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah di mengerti.
  - b) Akuntabilitas, yakni pelayan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - c) Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
  - d) Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan keinginan, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
  - e) Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak mengizinkan diskriminasi dalam hal apa pun khususnya suku, ras, agama, golongan, status social, dan lain-lain.

---

<sup>17</sup> Sinambela, OP. Cit., p.35.

- f) Keseimbangan hak dan kewajiban yaitu pelayanan dengan memperhatikan pemerataan antara penyelenggara dan penerima pelayanan publik.

Pelayanan yang berkaitan dengan administrasi publik merupakan kualitas pelayanan birokrasi kepada masyarakat. Kata "kualitas" memiliki banyak definisi berbeda dan berkisar dari yang tradisional hingga yang lebih strategis.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan yang sulitnya terlepas dari kemampuan pegawai didalam memberikan pelayanan serta penyediaan fasilitas fisik. Secara ringkas menurut Morgan dan Murgatroyd, dalam mempertimbangkan tinggi rendahnya kualitas pelayanan publik, yaitu tinggi rendahnya kualitas pelayanan publik, pada dasarnya ada 3 (tiga) regulasi utama yang harus memperhatikan keseimbangan antara lain<sup>18</sup>;

1. Bagian antar pribadi yang melaksanakan (Inter Personal Component)
2. Bagian proses dan lingkungan yang mempengaruhi (Process and Environment)
3. Bagian profesional dan teknik yang dipergunakan (Professional and Technical)

---

<sup>18</sup> Ibid

### 2.3.5 Eksternal (Mahasiswa)

Mahasiswa adalah peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi. Sebelum menjadi seorang mahasiswa, seseorang telah menuntaskan pendidikan di tingkat dasar (SD), menengah (SMP), dan atas (SMA/ sederajat) terlebih dahulu, yang kemudian dilanjutkan ke pendidikan tinggi.

Mahasiswa berhak mendapatkan layanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, potensi, dan kemampuannya. Mahasiswa dapat menyelesaikan program pendidikan sesuai dengan kecepatan belajar masing-masing dan tidak melebihi ketentuan batas waktu maksimal yang ditetapkan.

### 2.3.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan yang membahas tentang variabel yang konsisten yang digunakan sebagai panduan untuk penelitian di lapangan dengan pernyataan masalah. Hal ini dikemukakan oleh para peneliti, khususnya strategi humas dalam meningkatkan pelayanan publik di LLDikti Wilayah III. Humas LLDikti Wilayah III bekerja guna meningkatkan dan memberikan pelayanan publik kepada masyarakat. Diharapkan penelitian dapat menjelaskan efektivitas humas.

## 2.4 Model Kerangka Pemikiran

