BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang begitu pesat semakin mendorong kecakapan dalam berkomunikasi. Komunikasi yang baik membawa konsekuensi pada peningkatan profesionalisme. Organisasi, lembaga baik profit (mencari keuntungan) maupun non profit (tidak mencari keuntungan), membutuhkan komunikasi yang intens dan kontinyu untuk mencapai tujuannya.

Komunikasi merupakan suatu gejala yang kompleks dan oleh sebab itu, setiap individu yang mengamati gejala komunikasi memiliki pendekatan yang berbeda-beda. Komunikasi adalah proses di mana saling membagi informasi, gagasan dan perasaan antar individu. Komunikasi dalam menyentuh aspek-aspek yang lebih dalam dari setiap orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut, baik tentang hidup pada masa lalu, tentang keluarga, dan kegiatan yang sedang dilakukan sekarang. Salah satu komponen komunikasi adalah saling mendengarkan. Mendengarkan sangat penting, karena dengan mendengarkan setiap pihak yang terlibat dalam suatu peristiwa komunikasi dapat saling memahami dan memberi umpan balik atau respon dengan cara yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan.

Selain proses, komunikasi juga dapat dimaknai sebagai suatu transaksi informasi di mana tidak hanya berkaitan dengan kegiatan fisik. Komunikasi juga merupakan suatu tidakan yang bersifat psikologis, yakni berkaitan dengan impresi dari orang yang terlibat dalam komunikasi. Impresi dibentuk dalam pikiran orang-orang yang sedang terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi sendiri tidak terlepas dari kehidupan manusia. Tak ada satu hari pun dilalui manusia tanpa komunikasi. Komunikasi sendiri adalah "suatu proses dalam mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain" Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal. Maka pengertian komunikasi sendiri adalah pengiriman informasi dan menciptakan pengertian antara seorang dengan orang lain.

Komunikasi adalah bagian dari tugas *public relations* atau Humas sehari-hari. *public relations* atau humas adalah praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas dapat mencakup sebuah organisasi atau individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka menggunakan topik kepentingan publik dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung. Tujuan dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering

untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik. Kegiatan umum termasuk berbicara di konferensi, memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers, dan komunikasi karyawan.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Satu dari lima tugas pokok *public relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tulisan, melalui gambar atau visual kepada publik mempunyai pengertian yang benar mengenai organisasi atau perusahaan,tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

Peran komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupanya sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat: persuasif, edukatif, dan informasi. Sebab tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi: saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasif, informasi lain sebagainya. Demikian juga pada suatu organisasi, komunikasi menjadi penting agar dapat berinteraksi dengan khalayaknya. Salah satu bentuk interaksi organisasi dengan khalayak adalah menyampaikan informasi tentang produk atau jasa dengan harapan khalayak mengenai menggunakan dan akhirnya mendapatkan kepuasan terhadap produk atau layanan yang diberikan. Tentu saja bentuk dan kualitas layanan yang diberikan suatu organisasi berbeda-beda tergantung komunikasi apa

yang digunakan dalam berkomunikasi. Adapun penggunaan komunikasi yang sering digunakan dalam suatu pelayanan adalah komunikasi *interpersonal*, Komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi.Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut.

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada sesama serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun. Komunikasi memungkinkan terjadinya kerja sama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat mempengaruhi efektifitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi, baik simbol verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan. Praktek *public relations* dilandasi asas bahwa untuk memperoleh citra yang baik, suatu perusahaan/lembaga sudah seharusnya dilengkapi kegiatan hubungan yang baik dengan publiknya. Untuk pembinaan

hubungan dari penyampaian pesan yang menarik perhatian diperlukan suatu strategi *public relations* yang mantap.

Strategi *public relations* merupakan bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*Planning*) yang pada akhirnya perencanaan itu menjadi salah satu fungsi dasar dari proses manajemen, kemudian dari pertahapan salah satu fungsi-fungsi manajemen tersebut harus lebih dahulu diperhatian tujuan (*objektif*) yang hendak diraih, yaitu pada posisi tertentu yang hendak dicapai sesuai dengan perencanaan (*statement of organization destinations*) yang hendak diperhitungkan dengan baik oleh pihak yang terlibat dalam manajemen suatu organisasi yang bersangkutan, yaitu strategi "apa dan bagaimana" Sebagaimana diketahui *public relations* bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan

suatu "citra yang menguntungkan" terhadap para stakeholders-nya (khalayak sasaran yang berkaitan yaitu publik internal dan publik eksternal. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka strategi kegiatan *public relations* semestinya diarahkan pada upaya penggarapan persepsi para *stakeholder*-nya sebagai tempat akar tindakan persepsi mereka. Konsekuensinya jika strategi penggarapan itu berhasil akan memperoleh sikap tindakan dan persepsi yang menguntungkan dari *stakeholder* sebagai khalayak sasarannya. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini atau citra menguntungkan.

Pelayanan terhadap pelanggan juga mempunyai pengaruh yang besar dalam kegiatan usaha suatu perusahaan. Apabila pelayanan terhadap pelanggan tidak dilaksanakan dengan baik, maka akan mengakibatkan kepercayaan

pelanggan terhadap perusahaan dapat berkurang dan pelanggan dapat berusaha mencari jalan keluar yang dapat memberikan citra buruk bagi suatu pelayanan. Berdasarkan data atau informasi yang diperoleh jumlah laporan pengaduan masyarakat terkait penyelenggaraan pelayanan publik terus meningkat sebesar 350%, ujar Ketua Ombudsman RI Danang Girindrawardana. Peningkatan pengaduan tersebut tidak hanya berkisar pada pengaduan yang bersifat insidental pelayanan publik saja. Keluhan ini juga meningkat drastis pada masalah-masalah sistemik kebijakan-kebijakan yang mengakibatkan terjadinya penundaan berlarut, pengutan liar, ketidakpastian prosedur pelayanan dan konflik kepentingan. Banyaknya pengaduan yang masuk tersebut perlu segera disikapi oleh Instansi yang bersangkutan.

Berdasarkan temuan observasi tersebut menyatakan bahwa Implementasi pelayanan publik baik oleh pemerintah pusat maupun daerah masih memprihatinkan dapat dilihat daridata Ombudsman Republik Indonesia yang menyatakan bahwa rata-rata implementasi tersebut berada di bawah 30 persen. Tingkat kementerian 22,2 persen, lembaga negara dan pemerintahan 27 persen dan pemerintah daerah 10,5 persen. Semakin rendah implementasi pelayanan publik, dapat memicu meningkatnya potensi pungutan liar (pungli dan korupsi). Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pelayanan kepada pelanggan maka hampir disetiap perusahaan mempekerjakan petugas pelayanan pelanggan. Melalui petugas pelayanan maka, Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur memberikan mutu dan pelayanan kepada para pelanggannya agar dapat mencapai kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan

Faktor-faktor yang harus menjadi perhatian bagi seorang *public relations* (praktisi humas) dalam hal memberikan pelayanan (*customer service*) yang unggul dari bidang customer relations dan demi tercapainya customer satisfaction, anatara lain sebagai berikut:

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen.
2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindakan dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/ kebutuhan konsumen.
3. Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya.
4. tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen

Humas Kopertis sebagai penggerak penyedia layanan publik mempunyai tugas pokok membantu pts dalam penyelenggaraan ajar mengajar, kepangkatan dan konsultasi akan perguruan tinggi dalam wilayah Jawa Timur serta meningkatkan efektivitas pelayanan publik dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan yang baik*(good governance)* serta peningkatan kualitas pelayanan dalam bentuk jasa atau perijinan melalui transparasi dan standarisasi pelayanan. Adapun tugaslain dari Kopertis yaitu melayani dalam hal data mahasiswa, beasiswa, kepangkatan, jurnal online, akreditasi prodi, legalisir, Mendirikan Bangunan (IMB), keterangan pindah, beasiswa dosen, legalisasi surat-surat, dan pengajuan pensiun.

Namun dengan adanya *issue* informasi masalah pelayanan yang kurang perhatian dan kurang baik, dari pengguna layanan tentang keluhan atau komplain

seperti saat pendaftaran, proses pelayanan dari penyedia pelayanan ataupun Humas terhadap pengguna layanan dengan ini penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dan terjun langsung untuk dapat meneliti kebenaran prihal tersebut melalui pihak kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur maupun pihakHumas.

Maka pada penelitian ini penulisan memfokuskan pada Hubungan *Interpersonal* untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik (studi kasus di Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya). Dengan memilih lokasi penelitian tersebut peneliti akan meneliti tentang sejauh mana informasi yang di dapatkan tentang pelayanan Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya, dan bagaimana Hubungan *Interpersonal* antara petugas dan pengguna layanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, apakah Hubungan *Interpersonal* dirasa cukup baik atau tidak ketika di rasakan oleh pengguna layanan ataupun publik.

1.2. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan terfokus pada bagaimana Hubungan *Interpersonal* antara petugas dan pengguna layanan. Apakah Hubungan *Interpersonal* berpengaruh kepada peningkatkan kualitas pelayanan publik di Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya serta faktor pendukung dan penghambat Hubungan *Interpersonal* antara petugas dan pengguna layanan bagian di Kantor Kopertis Wilayah 7 Jawa Timur dan Upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka disini penulis ingin menjelaskan secara runut bagaimana proses sebuah komunikasi interpersonal yang terjadi antara petugas Kopertis dengan pengguna layanan dari perguruan tinggi Swasta yang ada di wilayah Jawa Timur dan bagaimana pola komunikasi yang dibangun oleh pihak Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya serta apa faktor pendukung dan penghambat Hubungan *Interpersonal* antara petugas dan pengguna layanan bagian di Kantor Kopertis Wilayah 7 Jawa Timur dan Upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut .

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ::

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi inter personal yang dilakukan oleh pegawai kopertis dan pola komunikasi apa yang dibangun
2. Untuk mengetahui hambatan apa yang dihadapi dalam melakukan pola komunikasi inter personal karena tidak jarang alam berkomunikasi sering terjadi hambatan karena masalah yang sederhana

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat akademis yang akan didapat adala memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam mengetahui strategi komunikasi inter personal dalam meningkatkan pelayanan kepada Perguruan Tinggi Swasta di lingkungan Kopertis wilayah VII, karena pada umumnya institusi Negara cenderung kurang berkomunikasi dengan pihak lain yang terkait sehingga kualitas pelayanannya menjadi standar (rata-rata)

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan tentang bagaimana Hubungan *Interpersonal* untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik di Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya serta untuk penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Bidang ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

2. Manfaat secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Hubungan *Interpersonal* untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjalin hubungan yang lebih baik antara Kopertis wilayah VII dengan Perguruan Tinggi Swasta yang ada di bawah naungannya