

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Humas mempunyai peranan penting di dalam sebuah lembaga atau organisasi, baik lembaga profit, nonprofit dan pemerintahan. Humas mempunyai peran untuk menjadi jembatan arus informasi dari lembaga atau organisasi kepada publiknya. Terlebih di dalam lembaga pemerintahan, humas berfungsi sebagai badan yang menghubungkan lembaga pemerintahan tersebut dengan publik. Selain itu humas juga untuk menjalankan fungsi pelayanan terkait penyaluran informasi komunikasi terkait kebutuhan masyarakat.

Humas dapat dipahami sebagai profesi yang memiliki peranan untuk mengidentifikasi, memantapkan, serta membina hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, baik organisasi itu berada dalam kondisi sukses maupun dalam kondisi gagal. Publik dalam konteks ini adalah *stakeholder* dari perusahaan atau organisasi tempat Humas berada (Cutlip, 2011: 5). Selain itu, terkait dengan fungsi humas sebagai mediator antara lembaga pemerintahan dengan masyarakat demi membina hubungan yang dapat saling menguntungkan kedua belah pihak, humas juga berfungsi sebagai saluran informasi yang bertugas menyampaikan informasi-informasi

kepada publiknya secara terbuka. hal tersebut sesuai dengan UUD 1945 No 28

F yang berbunyi:

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”

Dilihat dari aspek diatas maka untuk merealisasikan dan membebaskan sebuah lembaga pemerintahan terkait kewajiban untuk menyediakan kebutuhan informasi secara luas yang merupakan hak setiap warga negara akhirnya pemerintah membuat kebijakan baru yang tertera dalam UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Undang-undang tersebut dikenal dengan UU No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Undang-undang tersebut diharapkan menjadi landasan hukum untuk masyarakat guna mendapatkan, mencari dan memilih serta menyalurkan informasi yang faktual dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Kemudian dengan adanya UU No.14 Tahun 2008 ini juga diharapkan permasalahan mengenai keterbukaan informasi yang berada dalam sebuah lembaga atau badan publik harus ada penyesuaian dengan saksama dengan ketentuan guna memberikan kesempatan kepada masyarakat agar dapat mengakses atau mendapatkan informasi. UU No 14 Tahun 2008 tentang

Keterbukaan Informasi Publik memberikan jaminan kepada masyarakat untuk mengakses informasi dari badan sektor publik, meskipun lembaga pemerintah belum siap mengimplementasikan UU KIP (Febriananingsih: 2012).

Dengan adanya landasan hukum yang jelas, diharapkan setiap badan hukum mampu memberikan pelayanan informasi dan dokumentasi secara terbuka dan jelas. Seperti yang tertera dalam UU No.14 Tahun 2008 pasal 7 ayat 3 yang mewajibkan setiap badan publik untuk mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mencapai tingkat efektifitas dan efisiensi terkait informasi yang akan diakses masyarakat yang tadinya tertutup agar menjadi terbuka. Salah satu badan publik yang memiliki kontribusi baik dalam melaksanakan UU No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) adalah Instansi pemerintahan Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar mampu mengimplementasikan Undang-undang keterbukaan informasi publik dengan baik serta efektif untuk masyarakat dengan cara mengadakan kegiatan pelayanan publik untuk mendapatkan kepuasan masyarakat terkait informasi yang dibutuhkan atau diakses oleh masyarakat.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar No 5 tahun 2017 Pasal 2 Ayat 1 Tentang Penyelenggaraan Konsultasi Publik, Maksud Penyelenggaraan Konsultasi Publik adalah mewujudkan sinergi antara Pemerintahan Daerah dengan masyarakat dalam rangka untuk membangun

penyelenggaraan Pemerintahan yang transparan, partisipatif, dan akuntabel. Tujuan Penyelenggaraan Konsultasi Publik adalah sebagai media pemenuhan hak masyarakat untuk berpartisipasi dalam penyelenggaraan pemerintahan dan yang kedua untuk membuka informasi terkait pengambilan kebijakan dan/atau pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Peraturan Daerah tersebut tentu mendorong pemerintah daerah untuk merawat hubungan dan melibatkan masyarakat dalam setiap kegiatan serta menginformasikannya kepada masyarakat. Hal tersebut mengacu kepada UU No 14 tahun 2019 Tentang Keterbukaan informasi Publik.

Dalam implementasi dan terlaksananya tata pemerintahan yang transparan dan jujur serta terbuka, maka sudah menjadi kewajiban pemerintah untuk melakukan pengembangan dan peningkatan pelayanan sebagai alat untuk mendapatkan kepuasan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu jenis-jenis pelayanan juga harus dikembangkan oleh pemerintah karena era saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah sangat maju, maka dari itu sangat diperlukan juga hubungan baik dengan masyarakat atau pelanggan (*Customer Relations*) guna mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh, pihak Diskominfo Pemkab Karanganyar yang disampaikan dalam wawancara dengan Sekretariat PPID Utama Ibu Sopiayatun, S. Sos., M.I. Kom pada tanggal 2 Januari 2020.

“Dikarenakan adanya SOPK (Susunan Organisasi Tata Laksana) baru fungsi humas mulai pecah, Humas ada di Sekretariat Daerah namun untuk fungsi kehumasan sebagian besar ada di Diskominfo termasuk kegiatan PPID. Kita melakukan banyak kegiatan untuk mencapai kepuasan masyarakat dan tentunya kita menggunakan tools menyesuaikan kondisi masyarakat.” (wawancara dengan Ibu Sopiya, S. Sos., M.I. Kom, pada tanggal 2 Januari 2020)

Strategi *Customer Relations* juga tidak dapat dipisahkan dari peran Humas dalam kegiatannya. Hal itu dikarenakan dalam setiap kegiatan humas juga melakukan *customer relations*. *Customer relations* memiliki fungsi dengan kontak terbesar dengan publik eksternal atau lingkungan, dan *customer relations* memainkan strategi yang sangat penting untuk pengembangan suatu instansi atau organisasi.

Lattimore (2010:305) mengungkapkan bahwa hubungan dengan pelanggan merupakan jembatan antara organisasi dengan pelanggan. Apabila perusahaan atau organisasi tidak menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan pelanggan akan berkurang rasa kepercayaan terhadap perusahaan atau organisasi tersebut.

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa ketika suatu instansi kehilangan rasa kepercayaan dari publik atau pelanggannya akan mengakibatkan kerugian. Kerugian yang didapatkan bisa kerugian materi maupun kredibilitas instansi.

Keterbukaan Informasi Publik juga sudah diatur dalam UU No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dari Pemerintah Pusat kepada Pemerintah Daerah adalah salah satu upaya dalam pemenuhan manfaat sosial kepada masyarakat/pelanggan serta untuk lebih mendekatkan pemerintah dengan kepentingan rakyat. Dengan kata lain desentralisasi pemerintah mendorong pada upaya peningkatan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang dilayani oleh pemerintah utamanya rakyat (Nasih, Jurnal Kompilasi, 2012). Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya adalah mendorong terciptanya loyalitas dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat khususnya pelanggan. (Sholeha, 2018). Perusahaan yang berorientasi pada profit akan mendapatkan loyalitas dari pelanggan sedangkan organisasi nonprofit seperti pemerintahan akan mendapatkan citra dan *trust* dari pelanggan atau masyarakat.

Adanya *customer relations* akan mendorong juga kedekatan dengan pelanggan dalam hal ini adalah rakyat yang membutuhkan keterbukaan informasi, selain itu juga dapat memberikan pelayanan dan manfaat yang maksimal kepada rakyat yang akhirnya akan mendorong loyalitas dari rakyat itu sendiri. Dalam hal ini, dibutuhkan komunikasi, komitmen, kejujuran, dan saling pengertian antara lembaga pemerintah dengan *stakeholder* untuk mencapai kepuasan masyarakat terkait kebutuhan informasi dan dokumentasi

yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar.

Untuk mencapai tata pemerintahan yang baik (*good governance*) salah satu peran strategis humas pemerintah adalah menciptakan dan memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat dengan menggunakan pelayanan publik. Karena pada hakikatnya masyarakat memang harus mendapatkan pelayanan publik dari pemerintah melalui pegawai-pegawai pemerintah atau aparatur pemerintah. Cara pandang atau paradigma tata kelola *good governance* dalam konsep tata kelola publik baru salah satunya adalah menganggap masyarakat sebagai pelanggan. Sistem pelayanan tersebut mendorong organisasi sektor publik untuk menjalankan tujuan memberikan manfaat kepada masyarakat dengan keterbatasan anggaran dan penurunan biaya (Dewhurst et al., 1999). Kepentingan publik diintegrasikan oleh kepentingan individu, pengguna pelayanan lebih dipandang sebagai *customer* sebagaimana yang dikembangkan oleh sektor privat, peranan pemerintah hanya sebagai katalis yang mendukung berjalannya mekanisme pasar, menciptakan mekanisme dan struktur insentif untuk mewujudkan keberhasilan kebijakannya, mekanisme akuntabilitasnya pada mekanisme pasar (Denhardt dan Denhardt: 2007).

Keberhasilan tata kelola publik baru di negara-negara maju, mengakibatkan terjadinya promosi secara terus-menerus doktrin tata kelola

publik baru di negara-negara berkembang. Doktrin privatisasi, mengalihkan bentuk pelayanan yang selama ini ditangani oleh pemerintah dipindahkan ke tangan agen-agen swasta. Doktrin debirokratisasi, diyakini memiliki keunggulan karena lebih menjanjikan peningkatan kinerja dibandingkan dengan doktrin administrasi publik klasik (Akbar, Mohammad: 2015).

Selain itu Osborne (1995:208) juga mengungkapkan beberapa keuntungan dan manfaat sistem pelayanan publik yang berorientasi pada pelanggan yaitu sebagai berikut:

- a. Sistem yang berorientasi pada pelanggan memaksa pemberi jasa untuk dapat bertanggung jawab kepada pelanggannya
- b. Sistem yang berorientasi pada pelanggan mendepolitisasi keputusan terhadap pilihan pemberi jasa
- c. Sistem yang berorientasi pada pelanggan merancang lebih banyak inovasi
- d. Sistem yang berorientasi pada pelanggan memberi kesempatan kepada orang lain untuk memilih di antara berbagai pelayanan
- e. Sistem yang berorientasi pada pelanggan lebih sedikit pemborosan karena pasokan disesuaikan dengan permintaan
- f. Sistem yang berorientasi pada pelanggan mendorong pelanggan untuk membuat pilihan dan mendorong pelanggan untuk menjadi pelanggan yang berkomitmen

- g. Sistem yang berorientasi pada pelanggan menciptakan peluang lebih besar bagi keadilan.

Dalam hal ini pelanggan dari lembaga sektor publik yang dimaksud adalah masyarakat itu sendiri. Dalam UU No 25 Tahun 2009 juga telah diatur pentingnya pencapaian kepuasan pelanggan bagi setiap instansi pemerintah. UU 25 Tahun 2009 mengatur tentang Pelayanan Publik dan menyatakan bahwa negara berkewajiban memenuhi kebutuhan setiap warga negara melalui suatu sistem pemerintahan yang mendukung terciptanya penyelenggaraan pelayanan publik yang prima dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar dan hak sipil setiap warga negara atas barang publik, jasa publik, dan pelayanan administratif.

Dalam implementasinya Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar memiliki beberapa aplikasi yang menunjang pelayanan publik. Ada 20 aplikasi berbasis pelayanan diantaranya adalah SAMARA (Pasar *online*), *Awesome* Karanganyar, E-Gampang, Layangmas (layanan pertanahan), Sicerdik, SAPAMAS, dan lain-lain.

Salah satu Implementasi pelayanan publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar adalah dengan Aplikasi bernama SAPAMAS (Sistem Penampungan Aduan Masyarakat) adalah aplikasi untuk menampung seluruh aduan, saran, kritik dan juga informasi melalui kontak yang tersedia baik SMS. *WhatsApp*, *website*, dan juga Media

Sosial. Tujuan SAPAMAS ini adalah untuk memberikan pelayanan maksimal kepada masyarakat secara efektif dan efisien dan juga adanya timbal balik. Selain itu, meskipun setiap OPD juga membuka sistem aduan tetapi SAPAMAS juga tetap menerima aduan dan kemudian akan menyalurkan kepada OPD terkait.

Pada akhirnya pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar meraih penghargaan dan apresiasi acara Anugerah Keterbukaan Informasi Badan Publik Provinsi Jawa Tengah yang berlangsung di Ruang Rama Shinta, Patra Semarang Hotel and Convention Kamis tanggal 19 Desember 2019. Pemkab Karanganyar masuk dalam Kategori Badan Publik Pemerintah Kabupaten/Kota dengan predikat “Informatif” dengan skor diatas 90 (<https://jateng.tribunnews.com/2019/12/20/pemkab-karanganyar-raih-penghargaan-dua-besar-badan-publik-informatif-dalam-kip-award-2019>) (diakses pada 28 Desember 2019 pukul 15.46 WIB).



Gambar 1.1 Penerimaan KIP Award Untuk Kabupaten Karanganyar Tahun 2019

Sumber: *website* karanganyarkab.go.id Tahun (2019)

Implementasi Undang-undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar telah sesuai dengan mengarah kepada tiga aspek informasi yang telah dijelaskan dalam UU No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Adapun tiga jenis informasi tersebut yaitu pertama, informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala. Kedua, informasi yang wajib diumumkan secara sertamerta, dan ketiga, informasi yang wajib tersedia setiap saat. Hal tersebut disampaikan dalam

wawancara dengan Sekretariat PPID Utama Ibu Sopiyaun, S. Sos., M.I. Kom pada tanggal 9 Januari 2020

“Kenapa kita bisa masuk kategori informatif ya karena kita telah menerapkan semua unsur yang harus disampaikan kepada masyarakat yaitu informasi yang wajib disediakan berkala, informasi yang disediakan secara sertamerta, dan informasi yang wajib tersedia saat ini. Selain itu inovasi-inovasi yang kita lakukan melalui aplikasi-aplikasi menjadikan nilai lebih”. (wawancara dengan Ibu Sopiyaun, S. Sos., M.I. Kom, pada tanggal 9 Januari 2020)

Selanjutnya tiga jenis informasi yang wajib disediakan dan diumumkan oleh badan publik sebagaimana yang diamanatkan dalam BAB IV Pasal 9 Ayat 2 UU No. 14 Tahun 2008 yaitu:

Ayat (2) Informasi Publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

- a. Informasi yang berkaitan dengan badan publik
- b. Informasi mengenai kegiatan dan kinerja badan publik terkait.
- c. Informasi mengenai laporan keuangan, dan atau informasi lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahasiswa Manajemen Komunikasi Kampus Bina Pekanbaru, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mike Fadila dengan judul penelitian *“Public Relations of Management in Customer Relationship Management Program at Liability Company of Jasa Raharja Branch Riau”*.

Batas pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu fokus kepada Manajemen humas PT. Jasa Raharja

(persero) cabang Riau dalam penyusunan dan perencanaan program CRM sedangkan penelitian saat ini berfokus kepada Strategi *Customer Relations* yang dijalankan oleh Diskominfo Pemkab Karanganyar dalam penerapan UU No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Selanjutnya pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yumna Nur Shabrina dengan judul penelitian “*Consumer Relations* PT. First Media Tbk Terkait Layanan Internet Bermasalah di Perumahan Taman Janur Indah, Kelapa Gading”.

Batas pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu fokus kepada manajemen konsumen dalam melayani keluhan terhadap gangguan pelayanan internet sedangkan penelitian saat ini berfokus kepada pelayanan terhadap masyarakat dalam bentuk keluhan, aduan ataupun kebutuhan informasi terhadap Pemerintah Kabupaten Karanganyar.

Selanjutnya pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agus Setiawan, Dadang Sugiana, Jimi Narotama M dari Departemen Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran dengan judul penelitian “Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik (Analisis Kritis Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Pemerintahan Kota Bandung Kepada Warga Kota)”.

Batas pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya fokus kepada implementasi keterbukaan informasi publik kepada masyarakat Kota Bandung sedangkan penelitian saat ini memang membahas tentang keterbukaan informasi publik tetapi juga ingin mengetahui strategi *Customer Relations* yang diterapkan oleh Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ifan Ramadhany dengan judul penelitian “Aktivitas *Customer Relations* PT. Sari Coffee Indonesia Dalam Membangun Produk *Awareness* Melalui Program *Coffee Talk* Starbucks Coffee Melawai Jakarta”.

Batas pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih menitikberatkan kepada hasil dari *customer relations* yang berdampak kepada peningkatan produk atau *brand awareness* dan penelitian kali ini lebih cenderung kepada Keterbukaan Informasi Publik yang dilakukan oleh Pengelola PPID Kabupaten Karanganyar kepada masyarakat.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Bidang studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta yaitu penelitian

yang dilakukan oleh Aliot Eridani dengan judul penelitian “*Customer Relations Emirates Sky Cargo Jakarta dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan*”.

Batas pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian kali ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada bagaimana *customer relations* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan penelitian kali ini cenderung kepada *customer relations* untuk melakukan pelayanan maksimal dalam Keterbukaan Informasi Publik.

Dengan Latar Belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui strategi *Customer Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar dalam melaksanakan UU No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik di tahun 2019. Di mana pada tahun tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Karanganyar telah menunjukkan komitmennya serta mampu menjawab tantangan keterbukaan informasi dan layanan publik yang lebih terbuka. Serta membawa pandangan baru dalam pengolahan informasi yang dilaksanakan oleh badan publik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada pada Latar Belakang Masalah diatas, maka peneliti ingin mengetahui **Bagaimana Strategi *Customer Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar Tahun 2019 Dalam Pelaksanaan UU. No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.**

C. Tujuan Penelitian

Terdapat berbagai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan strategi *customer relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar dalam pelaksanaan UU No 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan Keterbukaan Informasi Publik oleh Diskominfo Pemkab Karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan sebuah referensi atau pengembangan mengenai strategi *customer relations* terutama dalam penerapan Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti mengetahui bagaimana strategi *customer relations* Diskominfo Pemkab Karanganyar dalam pelaksanaan UU No 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

b. Bagi Pengelola Informasi Publik Pemkab Karanganyar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran untuk Pengelola Informasi Publik Pemkab Karanganyar yaitu Diskominfo guna lebih baik lagi dalam mengelola Informasi Publik.

E. Kerangka Teori

1. *Customer Relations*

Definisi *Customer Relations*

Salah satu fungsi dari *public relations* adalah membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2011: 6).

Sedangkan Jefkins mendefinisikan *customer relations* sebagai kegiatan-kegiatan humas yang khusus diarahkan kepada para konsumen atau khalayak. Media yang digunakan jurnal eksternal, kunjungan kerja, penyampaian kuesioner, penyediaan jasa pelayanan purna jual dan sebagainya (Jefkins,1992:353).

Menurut Hardiman (2006:30) *customer relations* merupakan kegiatan menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas melalui komunikasi langsung ataupun melalui media.

Menurut Bernd H. Schmitt (2003:15), *Customer Relations* merupakan suatu hubungan dengan pelanggan dimana antara pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lainnya diberlakukan secara berbeda sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan dan kepentingan pelanggan apabila direalisasikan maka dapat disebutkan sebagai kriteria kepuasan yang ditujukan berdasarkan kualitas pelayanan. Hal yang harus diperhatikan dalam memberikan sebuah pelayanan yang berkualitas dari *customer relations* dan demi terciptanya *customer satisfactions* adalah

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

Customer Relations merupakan usaha perusahaan/organisasi yang berorientasi pada pelanggan untuk menarik simpati pelanggan sehingga timbul loyalitas pelanggan. Strategi *customer relations* tidak hanya digunakan untuk perusahaan profit namun juga bisa digunakan untuk sektor nirlaba (Buttle, 2007: 46).

Dari beberapa pengertian para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa setiap kegiatan atau program yang dilakukan dan dijalankan oleh suatu lembaga baik lembaga profit atau lembaga nonprofit seperti halnya pemerintah kepada pelanggan atau masyarakat bisa disebut sebagai *Customer Relations*. Tujuan dari *customer relations* tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan berupa profit semata namun juga sebuah kepercayaan (*trust*) dari masyarakat atau pelanggan. Selain itu akan menimbulkan dan tercipta hubungan yang baik ketika perusahaan atau instansi menjalankan *customer relations* dengan calon pelanggan, pelanggan/masyarakat.

Masyarakat selaku penerima pelayanan publik tentu berharap informasi dan pelayanan yang didapatkan adalah merata dan adil. Hal tersebut berkaca kepada terciptanya pelayanan publik yang prima dan berkualitas yang semata-mata bukan hanya kebutuhan masyarakat melainkan juga kewajiban lembaga publik atau badan publik di era yang maju seperti saat ini. Mengingat hal tersebut maka penyelenggara *customer relations* harus dijalankan oleh setiap anggota lembaga dan tidak dilakukan hanya perseorangan ataupun humas saja melainkan menjadi tanggungjawab bersama ketika berhubungan langsung dengan masyarakat.

2. Aktivitas *Customer Relations*

Kepuasan pelanggan atau masyarakat adalah tujuan dari instansi atau perusahaan bahkan badan publik, untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan kegiatan atau aktivitas hubungan pelanggan (*customer relations*) dengan sebaik-baiknya. *Customer relations* tidak dapat dipisahkan dari instansi, lembaga dan badan publik karena memang karena melibatkan manajemen atau pengelolaan. Dengan adanya *customer relations* lembaga akan lebih dekat dengan pelanggan atau masyarakat terutama dalam badan publik guna memperbaiki kualitas pelayanannya. Dengan adanya *customer relations* juga dapat digunakan untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga lembaga, instansi dan badan publik dapat memenuhinya untuk mencapai kepuasan dari pelanggan atau masyarakat. Menurut Wilcox et all (2003:108) terdapat dua kegiatan dalam *customer relations*, yaitu:

2.1. *Customer Information*

Consumer Information adalah suatu kumpulan informasi yang berhubungan dengan karakteristik pelanggan. Informasi tersebut memegang peran penting untuk membantu pelanggan dalam menjatuhkan pilihannya atas suatu produk atau jasa yang akan digunakan. Informasi yang diberikan harus sesuai dengan produk yang ditawarkan. Informasi tersebut harus benar, jujur, jelas dalam

penyampaiannya karena informasi merupakan kebutuhan pokok yang akan digunakan. Apabila informasi yang didapatkan dirasakan kurang maka dapat mengakibatkan salah penggunaan.

Kegiatan *consumer Information* ini juga berkaitan dengan *customer education*. Akan tetapi *consumer education* lebih mengarah kepada hak penuh konsumen mengenai informasi suatu produk atau jasa. Perlunya *consumer education* pada suatu instansi dapat menjadi solusi yang tepat untuk mencegah penyalahgunaan produk atau jasa.

2.2. Complaint Handling

Complaint handling itu sendiri ialah penanganan keluhan pelanggan dengan menindaklanjutinya secara cepat dan efektif. Sedangkan *complaint* itu sendiri merupakan wujud dari rasa ketidakpuasan konsumen dan sangat berpengaruh besar dalam kemajuan sebuah perusahaan. *Complaint* yang teratasi dengan baik dan profesional akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, karena dengan begitu pelanggan akan merasa dihargai pendapatnya. Akan tetapi lebih baik mencegah *complaint* itu terjadi dengan memperhatikan hal-hal dengan secara detail, dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mereka sendiri yang meminta. Umumnya keluhan muncul karena pelayanan dari suatu

instansi atau petugas yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal itu dapat berupa sistem atau pelayanan yang kurang baik, oleh karena itu perlu penanganan khusus atau *complaint handling*. Adapun langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam mengatasi keluhan menurut Smith (2003: 89) yaitu:

1. Mendengarkan keluhan dari konsumen
2. Mengerti masalah dan melakukan crosscheck dengan pihak yang bersangkutan
3. Meminta maaf atas nama institusi dan berterima kasih atas keluhan yang disampaikan
4. Menjelaskan proses yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memecahkan masalah tersebut
5. Memberikan informasi secara detail kapan keluhan tersebut dapat terselesaikan dan dengan siapa konsumen dapat menghubungi.

3. Konsep *Customer Relations*

Menurut Rangkuti (2003: 146) terdapat 4 konsep yang harus diperhatikan untuk mencapai kesuksesan suatu perusahaan yang disebut dengan 4R, yaitu:

- a. Membangun *Customer Relationship*

Yaitu mendekati pelanggan dengan berusaha untuk memahami dan melayani mereka dengan baik.

b. Menciptakan *Customer Retentions*

Yaitu dengan mempertahankan pelanggan dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan mereka.

c. Menghasilkan *Customer Referrals*

Yaitu berita dari mulut ke mulut yang merupakan hasil dari kepuasan pelanggan yang dibawa atau disebarluaskan kepada orang lain.

d. Memperoleh *Customer Recovery*

Yaitu bagaimana perusahaan memperbaiki kesalahan dan mengubahnya menjadi peluang. Hubungan antara pelanggan dengan perusahaan dapat terbentuk ketika pelanggan mendapatkan ketika perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih dari sekadar mengkonsumsi atau menggunakan produk atau layanan.

4. Keterbukaan Informasi Publik

Informasi merupakan alat penting bagi pemerintahan untuk membuat pengawasan. Secara konseptual, masyarakat berhak untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan suatu organisasi publik. Hak rakyat untuk mendapatkan informasi tersebutlah yang kemudian mendorong adanya

keterbukaan informasi sebagai bentuk tanggung jawab negara terhadap rakyatnya (Erdianto, Aryani & Karanikolas, 2012:11).

Reformasi tahun 1998 membawa banyak perubahan pada Negara Kesatuan Republik Indonesia baik dari segi politik, ekonomi dan juga perkembangan teknologi informasi. Berawal Dari latar belakang pemerintahan yang tertutup dan cenderung rahasia tersebut menciptakan berbagai perbaikan dan perubahan ke arah pemerintahan yang lebih baik. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mendorong dan mengupayakan keterbukaan informasi publik yang dituangkan ke dalam UU No.14 Tahun 2008. Keterbukaan informasi dalam penyelenggaraan pemerintahan merupakan salah satu wujud komitmen pemerintah dalam melaksanakan prinsip-prinsip *good governance* dan demokratisasi pemerintahan, dimana salah satu butir di antara butir-butir *good governance* adalah adanya keterbukaan pemerintah (*transparency*) kepada masyarakat. Dalam Pasal (1) angka (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik memberikan definisi bahwa informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non elektronik.

Dengan demikian menjadi sangat penting mengenai adanya keterbukaan informasi publik. Menjadi sangat penting guna menyadarkan dan memberikan pemahaman kepada masyarakat betapa pentingnya mengontrol setiap kebijakan dari pemerintah dengan menggunakan hak informasi publik. Masyarakat juga akan turut aktif berperan dalam jalannya pemerintahan baik langsung maupun tidak langsung. Selain itu pemerintahan yang transparan dan akuntabel akan tercapai dengan minimnya penyalahgunaan kewenangan dari aparatur negara atau pemerintah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian Informasi adalah penerangan atau pemberitahuan, kabar, atau berita tentang sesuatu istilah dan publik adalah semua orang/umum atau orang banyak. Informasi dikatakan sebagai informasi publik yaitu apabila informasi yang dikelola oleh negara selain informasi mengenai pribadi seseorang atau badan hukum privat bukanlah milik negara, namun milik masyarakat. (Sakapurna, Lina Miftahul, dkk. dalam Laporan Penelitian UI, 2011).

Salah satu prinsip tata pemerintah yang baik adalah transparansi. Dengan transparansi, *check and balances* dalam penyelenggaraan negara akan lebih mudah dilakukan. Dalam konteks ini hadirnya UU KIP menjadi bagian penting dalam upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik di Indonesia. Prinsip-prinsip pemerintah yang baik, termasuk di

dalamnya transparansi, prinsip efektifitas, keadilan, partisipasi, dan akuntabilitas (Syahyan, Muhammad: 2015).

Akuntabilitas adalah suatu hal yang sangat luas, dalam jalannya pemerintahan di Indonesia akuntabilitas telah diatur di dalam Instruksi Presiden Nomor 7 tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Pemerintah diwajibkan untuk memberikan laporan tentang penguasaan dan penggunaan atas dana-dana publik sesuai yang digunakan. Hal lain yang masih terkait dengan akuntabilitas adalah laporan pertanggungjawaban. Pemerintah harus bisa mempertanggungjawabkan penghimpunan sumber-sumber dana publik dan tujuan penggunaannya kepada masyarakat. Akuntabilitas bukan hanya pelaporan dan pertanggungjawaban tetapi juga mengenai pengukuran. Setiap keluaran, hasil, dan manfaat harus diukur secara komprehensif dan apakah dapat dirasakan dan dilihat masyarakat serta memperhitungkan dampaknya. Akuntabilitas merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mewujudkan tata pemerintahan yang baik (*good governance*). Menurut (Syahyan, Muhammad: 2015) pada dasarnya tiga sumbu utama UU KIP adalah transparansi, partisipasi dan akuntabilitas. Ketiga sumbu utama tersebut secara komprehensif mengatur kewajiban badan pejabat publik untuk memberikan akses informasi terbuka dan efisien kepada publik. Badan publik diwajibkan untuk semakin transparan dan informasi harus

dibuka seluas-luasnya dengan pengecualian hal-hal yang menyangkut keamanan negara, persaingan usaha yang sehat, hak privat, dan yang diatur oleh UU.

Terwujudnya prinsip transparansi informasi publik terkait kegiatan, kinerja dan capaian dari pemerintah dalam jalannya penyelenggaraan negara menjadi sangat penting karena masyarakat akan terus berkembang dengan adanya kesadaran yang tumbuh mengenai pentingnya keterbukaan informasi publik dan juga peran aktif masyarakat dalam penyelenggaraan negara itu sendiri. Berperan aktif yang dimaksud di sini adalah masyarakat ikut mengontrol setiap langkah kebijakan pemerintah dan setiap produk hukum yang dihasilkan oleh pemerintah sehingga pemerintah mampu bertanggungjawab kepada masyarakat.

Berdasarkan beberapa penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keterbukaan Informasi Publik adalah suatu kebijakan negara yang harus atau wajib dijalankan atau diimplementasikan oleh setiap badan-badan publik dari tingkat pusat maupun daerah dengan menyediakan informasi secara transparan, terbuka dan dapat diukur kepada masyarakat sesuai yang tertuang dalam Undang-undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan informasi Publik.

UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik terdiri dari 12 Bab dan 64 pasal. UU tersebut tidak hanya mengatur mengenai hak

publik dalam mengakses informasi secara bebas dan terbuka namun juga mengatur mengenai hak akses terhadap informasi secara mudah dan transparan. Ada beberapa pikiran pokok mengenai UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, seperti yang dikemukakan oleh Subagyo, dkk dalam buku “Anotasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik” (2009:13-18) yaitu:

- a. Setiap badan publik wajib menjamin keterbukaan informasi publik.
- b. Setiap informasi publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh publik.
- c. Informasi publik yang dikecualikan bersifat terbatas, ketat, dan tidak mutlak atau permanen.
- d. Setiap informasi publik dapat diperoleh dengan cepat, tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana.
- e. Informasi publik bersifat proaktif.
- f. Informasi publik bersifat utuh, akurat, dan dapat dipercaya.
- g. Penyelesaian sengketa secara cepat, murah, kompeten, dan independen.
- h. Ancaman pidana bagi para penghambat informasi publik.

Dalam bab IV UU No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik telah diatur mengenai informasi yang wajib diumumkan dan disediakan. Adapun kategori informasinya adalah sebagai berikut:

Pertama adalah informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala. Informasi secara berkala adalah informasi yang disampaikan kepada masyarakat secara rutin, teratur, dan dalam jangka waktu tertentu. Enam bulan sekali adalah waktu yang paling minimal dalam penyampaian informasi kepada masyarakat terkait kebijakan badan publik, laporan keuangan, kegiatan dan kinerja badan publik, ataupun informasi-informasi lainnya.

Kedua adalah informasi yang wajib diumumkan secara sertamerta. Informasi ini bersifat spontan dan saat itu juga, seperti terkait terjadinya bencana alam atau wabah penyakit. Informasi ini menyangkut mengenai hajat hidup orang banyak maka dari itu harus diumumkan meskipun secara spontan.

Ketiga adalah informasi yang wajib tersedia setiap saat. Informasi ini berisi mengenai seluruh badan publik seperti kebijakan dan data pendukungnya, rencana penyusunan program kerja, prosedur kinerja pegawai pelayanan publik, dan juga mengenai laporan pelayanan akses informasi publik.

Keempat adalah informasi yang dikecualikan, kategori informasi ini berbeda dengan 3 kategori lainnya. Jika yang lainnya wajib diumumkan dan disampaikan justru informasi ini adalah sebaliknya. Informasi ini diadakan dibuka apabila dapat menghambat proses penegakan hukum

semisal menghambat proses pidana, mengungkapkan data intelijen kriminal, mengungkapkan identitas saksi, pelapor, informan, atau korban yang mengetahui tindak pidana. Ada juga informasi yang dikecualikan terkait pertahanan dan keamanan negara, informasi yang dapat merusak hubungan internasional negara, informasi yang dapat mengungkap identitas pribadi seseorang dan yang terakhir adalah informasi seputar kekayaan alam Indonesia.

Namun mengenai informasi yang dikecualikan dapat dibatalkan apabila syarat terpenuhi. Syarat batalnya informasi yang dikecualikan adalah adanya persetujuan pihak terkait untuk membuka informasi seputar dirinya atau badan publiknya. Maka informasi tersebut menjadi aktif atau dapat diakses oleh pihak yang telah disepakati.

Tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dapat diukur setelah masyarakat mendapatkan pelayanan. Pelayanan yang dimaksud adalah dalam bentuk produk atau jasa. Dalam hal ini terkait *customer relations* pemerintah maka fokusnya adalah mengenai pelayanan. Pelayanan pemerintah dan kepuasan masyarakat telah diatur dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. Indeks kepuasan masyarakat ini memiliki pengertian pada Pasal 1, yaitu “Data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang

diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dengan kebutuhan.

Dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah sudah diatur mengenai 14 indeks kepuasan masyarakat yang meliputi:

- b. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
- c. Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
- d. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
- e. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;

- f. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
- g. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
- h. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
- i. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
- j. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
- k. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
- l. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
- m. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;

- n. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
- o. Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif lebih menekankan pada analisis deskriptif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2017:3) mendefinisikan “metodologi kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Denzin dan Lincoln dalam (Moleong, 2017:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif

metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Pengertian ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Strauss dan Corbin (1997), penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan cara atau prosedur statistik. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk angka, melainkan dalam bentuk kata, kalimat, pernyataan, dan konsep. Tujuannya adalah untuk menggambarkan secara terperinci dan relatif akurat dengan hasil objek yang sedang diteliti.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya terbatas (Kriyantono, 2014).

Penelitian ini mencoba untuk memberikan gambaran keadaan dan kegiatan organisasi dalam rangka menjaga hubungan dengan pelanggannya (*customer relations*) Diskominfo Kabupaten Karanganyar dalam menjalankan peran Keterbukaan Informasi Publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data yang bersifat deskriptif (penggambaran) yang berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan.

2. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar karena pada penelitian ini

memfokuskan diri pada Strategi *Customer Relations* Diskominfo Pemerintah Kabupaten Karanganyar Tahun 2019 Dalam Implementasi UU No 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar tepatnya Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar yang beralamat di Kompleks perkantoran Cangaan. Jl. Lawu Karanganyar, Kode Pos 57712.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland dalam (Moleong, 2017: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2016: 231) Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Menurut Sugiyono (2016:138) wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun telepon. Berikut ini mengenai penjelasan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur:

a) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya

b) wawancara tidak terstruktur

wawancara ini adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara

sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada objek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variable apa yang harus di teliti. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam objek.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur. Karena peneliti hanya menyiapkan instrument data penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang jawabannya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan dari informan.

Pemilihan informan dengan *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan pada penelitian ini adalah:

1) Kriteria tim PPID Pemerintah Kabupaten Karanganyar

- a) Bekerja selama minimal 2 tahun
- b) Pelaksana kegiatan *Customer Relations*
- c) Berhubungan langsung dengan *customer*

2) Kriteria *customer* pemohon informasi

- a) Pernah mengakses informasi atau aduan melalui media-media layanan PPID Pemerintah Kabupaten Karanganyar.
- b) Pernah menyampaikan aduan atau permintaan informasi ke media layanan informasi dan aduan yang disediakan dan dikelola PPID Kabupaten Karanganyar.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang dianggap berkaitan dengan penelitian ini guna mendukung pengumpulan data. Pihak-pihak yang diwawancarai antara lain:

- 1) Ardiansyah, S.S.T.P., M.M. selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Pemkab Karanganyar 2019
- 2) Sopiayatun S. Sos., M.I. Kom. Selaku Kepala Seksi Pelayanan Informasi Publik Diskominfo Pemkab Karanganyar 2019

- 3) Masyarakat yang menerima kegiatan *Customer Relations* di Karanganyar.
- 4) Masyarakat yang mengakses permohonan informasi kepada PPID Pemerintah Kabupaten Karanganyar pada tahun 2019.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data seperti dokumen, makalah, laporan kantor maupun dokumen privat seperti buku harian, surat, dan email (Creswell, 2015). Dalam penelitian ini sumber kelengkapan data yang digunakan adalah foto-foto yang merupakan kegiatan langsung dari kegiatan *customer relations*, laporan-laporan arsip tertulis, kliping, berita koran ataupun dokumentasi kegiatan *customer relations* pada tahun 2019 guna membantu untuk melengkapi data secara lebih akurat.

5. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2016: 243) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data collection* (pengumpulan data), *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan). Berikut ini langkah penjelasan dari analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Setelah data-data terkumpul, maka data-data tersebut akan direduksi. Mereduksi data berarti merangkum. Memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dibantu dengan peralatan elektronik seperti *computer mini*. Dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Data-data yang sudah direduksi akan dianalisis dengan teori yang digunakan dalam penelitian, hingga membentuk suatu bentuk data yang praktis dapat menggambarkan kesimpulan akhir penelitian. Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusions: drawing/verifying* (penarikan kesimpulan)

Kesimpulan merupakan hasil yang dari penelitian berdasarkan penyusunan data dan informasi secara tepat serta dapat menjawab

rumusan masalah. Kesimpulan yang utuh hanya dapat dirumuskan apabila seluruh data telah dianalisis. Dengan demikian, penarikan kesimpulan sangat bergantung pada proses mengaitkan kelompok-kelompok data dalam penyajian data. Kesimpulan akan ditarik setelah seluruh data dianalisis menggunakan teori yang digunakan.

6. Uji Validitas Data

Untuk menguji validitas data, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Menurut Moleong (2017:330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Denzin dalam (Moleong, 2017: 331) menjelaskan bahwa ada 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Dalam penelitian kali ini menggunakan salah satu teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber. Melalui triangulasi sumber data, peneliti dapat mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dan membandingkan apa yang dikatakan oleh sumber secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang di katakan sumber sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pendapat orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada atau orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini data yang didapat dari wawancara akan dibandingkan dengan data studi isi dokumen berkaitan dengan penelitian ini, sehingga ada keseimbangan dari data Diskominfo Kabupaten Karanganyar dengan sumber dari masyarakat pemohon informasi.

G. Mekanisme Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk mempermudah dalam melakukan penyajian dari hasil analisis data dan menjabarkan proses analisis pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari 4 Bab yaitu, seperti yang akan dipaparkan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab I ini berisi penjelasan terkait latar belakang masalah mengenai Strategi *Customer Relations* Diskominfo Kabupaten Karanganyar Tahun 2019 dalam Pelaksanaan UU No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Dalam bab ini juga berisi perumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan kerangka teori. Bab ini disajikan guna menjadi pendahuluan dan pengantar dari pembahasan penelitian.

BAB II: GAMBARAN UMUM DAN KHUSUS OBJEK PENELITIAN

Kemudian dilanjutkan dengan Bab II mengenai informasi dan profil Kabupaten Karanganyar pada umumnya, Diskominfo dan PPID Kabupaten Karanganyar pada khususnya, informasi tersebut berupa profil PPID Kabupaten Karanganyar, tugas PPID Kabupaten Karanganyar, dasar hukum yang digunakan PPID Kabupaten Karanganyar dalam melaksanakan pelayanan informasi, visi dan misi, serta struktur organisasi.

BAB: III PEMBAHASAN

Pada Bab III ini akan dijelaskan mengenai penyajian data dan hasil analisis dari peneliti yang telah dikaji dengan metodologi yang telah diuraikan sebelumnya tentang Strategi *Customer Relations*

Diskominfo Kabupaten Karanganyar Tahun 2019 dalam Pelaksanaan UU No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

BAB IV: PENUTUP

Pada Bab IV ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk objek yang telah diteliti serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian, serta bagi para peneliti di masa mendatang dengan menggunakan metode yang sama.