

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Terdapat pengertian komunikasi berdasarkan asal katanya dan artinya. Kata komunikasi menurut Mulyana (2017 : 46) mengungkapkan bahwa:

kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama,”¹ *communico*,² *communicatio*,³ atau *communicare*⁴ yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Menurut Rogers (dalam Cangara 2017 : 35) mengungkapkan “komunikasi adalah proses di mana ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

Kemudian terdapat pengertian komunikasi menurut yang diungkapkan oleh D. Kincaid (dalam Cangara 2017 : 36) yaitu bahwa “komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Berdasarkan dari beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Pesan tersebut dapat berupa informasi, edukasi, hiburan, dan lainnya. Tujuan tertentu pesan yang disampaikan sangatlah beragam sesuai

dengan maksud komunikator. Selain itu juga pada saat berkomunikasi maka komunikator sedang melakukan penyamaan pesan kepada komunikan. Sehingga komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan pemahaman pada pesan yang disampaikan.

2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi terdiri dari beberapa proses. Proses komunikasi menurut ungkapan yang diungkapkan oleh Effendy (2017 : 11-16) yaitu sebagai berikut ini:

1. Proses Komunikasi Secara Primer
Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.
2. Proses Komunikasi Secara Sekunder
Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Komunikasi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan. Proses komunikasi terdiri dari dua proses yang ada. Proses komunikasi meliputi dari proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder. Berdasarkan pengungkapan tersebut maka proses komunikasi terdapat dua tahap yaitu dengan cara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer dilakukan secara langsung sedangkan proses komunikasi sekunder dilakukan dengan menggunakan media.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam proses sebuah komunikasi terdiri dari beberapa unsur yang ada. Unsur-unsur komunikasi menurut Harold Lasswell (dalam Mulyana 2017 : 69) yaitu “cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *who says what what in which channel to whom what effect*”. Pertanyaan tersebut dapat diartikan menjadi siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya. Berikut ini penjelasan lima unsur komunikasi yaitu sebagai berikut ini:

a. Sumber

Unsur komunikasi yang pertama yaitu sumber. Menurut Mulyana (2017 : 69) mengemukakan bahwa sumber (*source*) yaitu “sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.” Sumber (*source*) disebut sebagai komunikator merupakan bagian yang menyampaikan pesan dalam sebuah proses komunikasi yang dilakukan.

b. Pesan

Unsur dalam sebuah komunikasi yang kedua yaitu pesan. Menurut Mulyana (2017 : 70) mengungkapkan bahwa pesan yaitu sebagai berikut ini:

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa pesan merupakan sesuatu yang disampaikan dari komunikator untuk komunikan dalam sebuah proses komunikasi.

c. Media

Media menjadi salah satu unsur dalam komunikasi yang ketiga. Media menurut yang diungkapkan oleh Mulyana (2017 : 70) yaitu “saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal.” Berdasarkan ungkapan tersebut maka media merupakan suatu sarana yang menyalurkan sebuah pesan dari komunikator kepada penerima pesan.

d. Penerima

Unsur dalam komunikasi selanjutnya yang keempat yaitu pesan. Mulyana (2017 : 71) mengungkapkan bahwa penerima (*receiver*) yaitu berikut ini:

sering disebut juga sasaran/tujuan (*destination*), komunike (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

Penerima atau disebut komunikan dalam proses komunikasi merupakan pihak yang menerima suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator.

e. Efek

Unsur komunikasi yang kelima atau terakhir yaitu efek. Efek menurut Mulyana (2017 : 71) mengungkapkan yaitu sebagai “apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut”. Maka dapat diartikan efek merupakan sesuatu yang menjadi perubahan bagi komunikan dalam proses komunikasi.

2.1.4 Prinsip Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat beberapa prinsip komunikasi. Menurut Mulyana (2017 : 92-126) terdapat prinsip-prinsip komunikasi yang terdiri dari dua belas prinsip yaitu sebagai berikut ini:

1. Komunikasi adalah proses simbolik
Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang.¹²
2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi
Kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*We cannot not communicate*).
3. Komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan
Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal.
4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan
Dari komunikasi yang tidak disengaja sama hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.
5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu
Makna pesan juga tergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial, dan psikologis.
6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi
Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka.
7. Komunikasi bersifat sistemik
Komunikasi adalah produk dari perpaduan antara sistem internal dan sistem eksternal tersebut.
8. Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektif komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).

9. Komunikasi bersifat non sekuensial
Unsur-unsur proses komunikasi boleh jadi beroperasi dalam suatu tatanan tadi, tetapi mungkin pula, setidaknya sebagian dalam suatu tatanan yang acak.
10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional
Seperti juga waktu dan eksistensi, komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir.
11. Komunikasi bersifat *irreversible*
Suatu perilaku adalah suatu peristiwa
12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah
Komunikasi bukanlah panacea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau konflik.

Prinsip-prinsip komunikasi merupakan suatu dasar pokok dalam komunikasi. Prinsip-prinsip komunikasi berdasarkan yang telah dipaparkan yaitu berjumlah dua belas prinsip. Dengan adanya prinsip-prinsip komunikasi tersebut dapat lebih menjelaskan mengenai komunikasi secara dalam.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai tujuan. Menurut Effendy (2017 : 8) bahwa komunikasi mempunyai tujuan yaitu sebagai berikut ini:

1. Perubahan Sikap (*attitude change*)
Dengan adanya proses komunikasi kemudian terjadi perubahan sikap pada komunikan.
2. Perubahan Opini (*opinion change*)
Perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah atau sudah berlangsung dan itu bergantung pada cara komunikator menyampaikan pesannya.
3. Perubahan Perilaku (*behavior change*)
Perubahan perilaku dapat terjadi bilamana dalam suatu proses komunikasi apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan

yang disampaikan dan ini tergantung kredibilitas komunikator itu sendiri.

4. Perubahan Sosial (*society change*)

Perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi.

Dalam sebuah komunikasi terdapat tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Tujuan tersebut mengubah sesuatu yang ingin diubah dengan komunikasi. Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka terdapat empat tujuan dalam komunikasi. Empat tujuan komunikasi tersebut yaitu mengubah sikap, mengubah opini, mengubah perilaku, dan mengubah masyarakat.

2.1.6 Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Komunikasi mempunyai fungsi dan kegunaan. Menurut Cangara (2017 : 42) mengungkapkan terdapat fungsi dan kegunaan komunikasi, yaitu sebagai berikut ini:

- a. Memberi informasi
- b. Menghibur
- c. Mendidik, dan
- d. Membentuk opini publik

Berdasarkan paparan tersebut maka fungsi dan kegunaan komunikasi terdiri dari empat hal. Fungsi dan kegunaan komunikasi tersebut berpengaruh dalam kehidupan manusia. Dengan adanya komunikasi maka manusia dapat memberikan sebuah informasi, menghibur, mendidik, dan membentuk opini publik kepada manusia lainnya.

2.1.7 Gangguan (Rintangan) Komunikasi

Komunikasi mempunyai gangguan (rintangan) dalam prosesnya.

Menurut Cangara (2017 : 40-41) bahwa terdapat gangguan (rintangan) dalam komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Gangguan Teknis
Gangguan teknis terjadi jika satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*).
2. Gangguan Semantik
Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena adanya kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake, 1979)
3. Gangguan psikologis
Gangguan psikologis ialah gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu.
4. Rintangan fisik dan organik
Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan oleh kondisi geografis.
5. Rintangan status
Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan jarak sosial di antara peserta komunikasi.
6. Rintangan kerangka berpikir
Rintangan kerangka berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak.
7. Rintangan budaya
Rintangan budaya ialah rintangan yang terjadi disebabkan oleh adanya perbedaan norma.
8. Rintangan birokrasi
Rintangan birokrasi ialah terhambatnya suatu proses komunikasi yang disebabkan oleh struktur organisasi.

Tidak semua sebuah proses komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar. Terdapat gangguan yang membuat proses komunikasi menjadi tidak lancar. Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut bahwa gangguan (rintangan) komunikasi terdiri dari delapan hal. Gangguan komunikasi yaitu meliputi dari gangguan teknis, gangguan semantik, gangguan psikologis, rintangan fisik dan organik, rintangan

status, rintangan kerangka berpikir, rintangan budaya, dan rintangan birokrasi. Gangguan tersebut yang dapat menjadi hambatan dalam sebuah proses komunikasi.

2.1.8 Bentuk Komunikasi

Terdapat bentuk-bentuk komunikasi menurut yang diungkapkan oleh Effendy (2017 : 7) bahwa bentuk komunikasi terdiri dari yaitu berikut ini:

- a. Komunikasi Persona (*Personal Communication*)
- b. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
- c. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d. Komunikasi Media (*Media Communication*)

Dari ungkapan yang telah diungkapkan tersebut maka komunikasi dapat dibedakan dari berbagai bentuknya. Terdapat adanya perbedaan dalam unsur-unsur komunikasi pada setiap bentuk komunikasi yang ada. Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka bentuk komunikasi terdiri dari empat bentuk. Bentuk-bentuk komunikasi tersebut yaitu meliputi dari komunikasi persona, komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan komunikasi media.

2.2 Strategi Komunikasi

2.2.1 Pengertian Strategi

Beberapa ahli mengungkapkan mengenai pengertian strategi. Menurut Cangara (2017 : 61) mengenai asal kata strategi bahwa “kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *stratos* yang artinya tentara dan kata *agein* yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi

dimaksudkan adalah memimpin tentara”. Sedangkan menurut Marthin-Anderson (dalam Cangara 2017 : 61) mengungkapkan bahwa pengertian strategi adalah sebagai berikut ini:

Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diartikan bahwa strategi yaitu merupakan suatu cara mengatur sumber daya yang ada sebaik mungkin untuk tujuan optimal tertentu.

2.2.2 Pengertian Strategi Komunikasi

Terdapat beberapa pengertian strategi komunikasi dari para ahli. Menurut Rogers (dalam Cangara 2017 : 64) mengungkapkan mengenai strategi komunikasi bahwa “strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru”

Kemudian menurut Middleton (dalam Cangara 2017 : 64) mengungkapkan bahwa strategi komunikasi merupakan:

Kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut maka strategi komunikasi merupakan suatu rencana dalam proses penyampaian pesan dengan menggunakan seluruh unsur komunikasi yang terbaik dan sesuai untuk mencapai tujuan optimal.

2.2.3 Faktor-Faktor Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Effendy (2017 : 35-39) bahwa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi yaitu dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi
Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu.
- b. Pemilihan Media Komunikasi
Pemilihan media komunikasi yaitu untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.
- c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi
Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi.
- d. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi
Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

Dalam sebuah strategi komunikasi terdapat faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat. Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka faktor-faktor dalam strategi komunikasi yang dapat menjadi pendukung dan penghambat terdiri dari empat faktor. Faktor-faktor tersebut yaitu mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi. Keempat faktor tersebut dapat menjadikan strategi komunikasi lancar atau terhambat.

2.2.4 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi yang merupakan sebuah proses mempunyai langkah-langkah dalam melakukannya. Menurut Cangara (2017 : 108-125) bahwa terdapat langkah-langkah dalam strategi komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Memilih Dan Menetapkan Komunikator
Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni:
(1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas)
(2) daya tarik (*attractive*)
(3) kekuatan (*power*).
2. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak
Ada tiga cara yang bisa digunakan untuk memetakan karakteristik masyarakat, yakni:
a. Aspek sosiodemografik
b. Aspek profil psikologis
c. Aspek karakteristik perilaku masyarakat
3. Teknik Menyusun Pesan
Teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan mendidik.
a. Pesan yang bersifat Informatif
b. Pesan yang bersifat Persuasif
c. Pesan yang bersifat mendidik (Edukatif)
4. Memilih Media Atau Saluran Komunikasi
a. Media lama terdiri dari media cetak, media elektronik, media luar ruang (*outdoor media*), media format kecil, saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, saluran komunikasi antarpribadi, dan saluran komunikasi tradisional.
b. Media baru (*new media*) terdiri dari internet dan telepon seluler (SMS).
5. Menganalisis Efek Komunikasi
c. Pengetahuan (*knowledge*)
d. Sikap (*attitude*)
e. Perilaku (*behavior*)

Pada saat melakukan strategi komunikasi, langkah-langkah tersebut menjadi hal-hal yang harus dilakukan. Dengan melakukan langkah-langkah strategi komunikasi maka suatu perencanaan komunikasi dapat lebih tersusun dengan baik dan benar. Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut

maka langkah-langkah strategi komunikasi terdiri dari lima langkah. Langkah-langkah strategi komunikasi tersebut meliputi memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, teknik menyusun pesan, memilih media atau saluran komunikasi, dan menganalisis efek komunikasi.

2.2.5 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam sebuah strategi komunikasi mempunyai beberapa tujuan. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (dalam Effendy 2017 : 32) bahwa terdapat tiga tujuan strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut ini:

- a. *To secure understanding*
Memastikan bahwa komunikan mengerti dan memahami akan pesan yang diterimanya.
- b. *To establish acceptance*
Setelah komunikan mengerti dan memahami pesannya, maka komunikan harus dibina.
- c. *To motivate action*
Memotivasi komunikan untuk melakukan aksi dari pesan yang telah disampaikan.

Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka tujuan strategi komunikasi yaitu terdiri dari tiga tujuan. Tiga tujuan strategi komunikasi tersebut yaitu *to secure understanding*, *to establish acceptance*, dan *to motivate action*. Strategi komunikasi tidak hanya untuk menyampaikan pesan tetapi juga untuk pemahaman pesan yang disampaikan hingga adanya pengaruh dari sebuah pesan.

2.2.6 Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi mempunyai beberapa fungsi yang ada. Menurut Effendy (2015 : 28) terdapat fungsi dari strategi komunikasi yaitu sebagai berikut:

- a. Menyebarkan pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani fenomena, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media yang begitu ampuh, yang jika di biarkan merusak nilai-nilai yang dibangun.

Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka fungsi strategi komunikasi terdiri dari dua fungsi. Kedua fungsi dari strategi komunikasi yang berupa menyebarkan pesan dan menjembatani fenomena. Dengan adanya strategi komunikasi maka suatu komunikasi tidak hanya berjalan begitu saja, tetapi mencapai tujuannya.

2.3 Pelayanan Publik

2.3.1 Pengertian Pelayanan

Terdapat pengertian pelayanan dari beberapa sumber. Salah satunya definisi pelayanan menurut Moenir (2016 : 16) yang berpendapat bahwa pelayanan merupakan “proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”. Pelayanan menurut yang diungkapkan oleh Hardiyansyah (2018 : 14) bahwa “pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain”. Pelayanan

berdasarkan pengertian tersebut yaitu merupakan kegiatan melayani dengan cara membantu pengurusan barang atau jasa.

2.3.2 Pengertian Pelayanan Publik

Terdapat pengertian pelayanan publik menurut Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang No. 25/2009 (dalam Hardiyansyah 2018 : 15) yaitu sebagai berikut ini:

pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Kemudian berikut ini terdapat juga pengertian pelayanan publik menurut ungkapan yang diungkapkan oleh Hardiyansyah (2018 : 19) yaitu bahwa:

pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Berdasarkan dari beberapa pengertian pelayanan publik tersebut maka pelayanan publik yaitu merupakan kegiatan melayani masyarakat sesuai dengan keperluan atau kebutuhan barang, jasa, dan administratif oleh penyelenggara pelayanan publik.

2.3.3 Klasifikasi Pelayanan Publik

Pelayanan publik mempunyai klasifikasi menurut yang diungkapkan oleh Mahmudi (dalam Hardiyansyah 2018 : 26-31), klasifikasi pelayanan

publik terdiri dari pelayanan kebutuhan dasar dan pelayanan umum, yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan Kebutuhan Dasar
 - a. Kesehatan
 - b. Pendidikan
 - c. Bahan Kebutuhan Pokok Masyarakat
2. Pelayanan Umum
 - a. Pelayanan Administratif
 - b. Pelayanan Barang
 - c. Pelayanan Jasa

Berdasarkan klasifikasi pelayanan publik tersebut maka pelayanan publik terdiri dari pelayanan kebutuhan dasar dan pelayanan umum. Pelayanan kebutuhan dasar merupakan pelayanan dalam melayani semua hal-hal pokok yang terkait dalam hidup sebagai manusia masing-masing selama di dunia. Pelayanan kebutuhan dasar meliputi dari kesehatan, pendidikan, dan bahan kebutuhan masyarakat. Sedangkan pelayanan umum merupakan pelayanan yang melayani hal-hal terkait kebutuhan manusia dalam kehidupan masyarakat. Pelayanan umum meliputi dari pelayanan administratif, pelayanan barang, dan pelayanan jasa.

2.3.4 Asas-Asas Pelayanan Publik

Pelayanan publik mempunyai beberapa asas. Terdapat asas-asas pelayanan publik menurut yang ada pada dalam Keputusan Menpan Nomor 63/2003 (dalam Hardiyansyah 2018 : 32-33) yaitu mengungkapkan sebagai berikut ini:

- a. Transparansi
- b. Akuntabilitas
- c. Kondisional
- d. Partisipatif
- e. Kesamaan Hak

f. Keseimbangan Hak dan Kewajiban

Pelayanan publik mempunyai asas sebagai dasar berdirinya sebuah pelayanan publik. Asas-asas pelayanan publik meliputi dari transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak, dan keseimbangan hak dan kewajiban.

2.3.5 Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Penyelenggara pelayanan publik berdasarkan menurut Pasal 1 Ayat 4 Undang-Undang No. 25/2009 (dalam Hardiyansyah 2018 : 34) mengungkapkan bahwa:

penyelenggara pelayanan publik adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik.

Kemudian pada ayat 6 undang-undang yang sama (dalam Hardiyansyah 2018 : 34) mengungkapkan tentang pelaksana pelayanan publik yaitu sebagai berikut ini:

pelaksana pelayanan publik adalah pejabat, pegawai, petugas, dan setiap orang yang bekerja di dalam Organisasi Penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian tindakan pelayanan publik.

Berdasarkan pengungkapan tersebut maka penyelenggaraan pelayanan publik diselenggarakan oleh negara, korporasi, lembaga independen, dan badan hukum. Sedangkan pelaksana pelayanan publik merupakan orang-orang yang melaksanakan kegiatan pelayanan publik. Pelaksana pelayanan publik meliputi dari pejabat, pegawai, dan setiap orang yang melayani dalam pelayanan publik.

2.3.6 Prinsip-Prinsip Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Prinsip-prinsip penyelenggaraan pelayanan publik menurut yang ada pada Keputusan Menteri Negara Pemberdayaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik (dalam Hardiyansyah 2018 : 34-35) yaitu terdiri dari sebagai berikut ini:

- 1) Kesederhanaan
- 2) Kejelasan
- 3) Kepastian waktu
- 4) Akurasi
- 5) Keamanan
- 6) Tanggungjawab
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya
- 8) Kemudahan akses
- 9) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan
- 10) Kenyamanan

Prinsip-prinsip pelayanan publik menjadi sebuah pedoman dalam bertindak. Prinsip-prinsip pelayanan publik terdiri dari sepuluh prinsip. Sepuluh prinsip pelayanan publik yaitu meliputi dari kesederhanaan, kejelasan, kepastian waktu, akurasi, keamanan, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya, kemudahan akses, kedisiplinan, kesopanan dan keramahan, dan kenyamanan. Pelayanan publik dalam bertindak yaitu melayani harus berpegang pada sepuluh prinsip tersebut.

2.3.7 Standar Pelayanan Publik

Terdapat standar dalam sebuah pelayanan publik. Standar pelayanan publik menurut ungkapan yang diungkapkan oleh Hardiyansyah (2018 : 37-38) yaitu sebagai berikut ini:

- a. Dasar Hukum
- b. Persyaratan;
- c. Prosedur pelayanan;
- d. Waktu penyelesaian;
- e. Biaya pelayanan;
- f. Produk pelayanan;
- g. Sarana dan prasarana;
- h. Kompetensi petugas pelayanan;
- i. Pengawasan *intern*;
- j. Pengawasan *extern*;
- k. Penanganan pengaduan, saran dan masukan;
- l. Jaminan pelayanan

Standar pelayanan publik yaitu merupakan suatu ukuran yang menjadi patokan dalam melaksanakan pelayanan. Standar pelayanan publik yang telah dipaparkan tersebut terdiri dari dua belas hal. Dua belas hal dalam standar pelayanan publik tersebut meliputi dari dasar hukum, persyaratan, prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana, kompetensi petugas pelayanan, pengawasan *intern*, pengawasan *extern*, penanganan pengaduan, saran dan masukan, dan jaminan pelayanan. Ukuran pelayanan yang menjadi standar dalam pelayanan publik tersebut dilakukan oleh semua penyelenggara pelayanan publik.

2.3.8 Maklumat Pelayanan Publik

Maklumat pelayanan publik mempunyai langkah-langkah dalam perumusan dan penyusunannya. Menurut Hardiyansyah (2018 : 40-41) mengungkapkan langkah-langkah perumusan dan penyusunan maklumat pelayanan publik yaitu sebagai berikut ini:

- a. Melakukan identifikasi dan analisis data, informasi mengenai jenis pelayanan yang perlu dan/atau seharusnya ditetapkan
- b. Melibatkan masyarakat untuk mendapatkan masukan, saran, dan informasi jenis pelayanan yang nyata dibutuhkan oleh masyarakat daerahnya
- c. Mempertimbangkan keberagaman daerah, kondisi geografis, mata pencaharian penduduk dan kehidupan sosial budaya masyarakat
- d. Menganalisis kelembagaan yang ada, kemampuan personil, jumlah personil, kemampuan anggaran dan lainnya
- e. Realistis dalam merumuskan persyaratan, waktu, biaya, dan lainnya

Dengan adanya maklumat maka dalam suatu pelayanan publik terdapat sebuah ikatan atau pedoman dalam melaksanakan tugasnya. Maklumat pelayanan publik dirumuskan dan disusun dengan menyesuaikan beberapa hal. Berdasarkan yang telah dipaparkan terdapat lima langkah dalam merumuskan dan menyusun maklumat pelayanan publik. Lima langkah dalam merumuskan dan menyusun maklumat pelayanan publik tersebut yaitu melakukan identifikasi dan analisis data jenis pelayanan, melibatkan masyarakat, mempertimbangkan keberagaman daerah, menganalisis kelembagaan yang ada, dan realistis.

2.4 Kartu Tanda Penduduk Elektronik

2.4.1 Pengertian Kartu Tanda Penduduk Elektronik

Terdapat pengertian Kartu Tanda Penduduk Elektronik berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan pasal 1 ayat 14 yang menyatakan bahwa “Kartu Tanda Penduduk Elektronik adalah Kartu Tanda Penduduk yang dilengkapi cip yang merupakan identitas resmi penduduk sebagai bukti diri yang diterbitkan oleh Instansi Pelaksana.”

Bentuk dan pemakaian Kartu Tanda Penduduk elektronik dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi yaitu komputer. Program Kartu Tanda Penduduk elektronik di Indonesia terlaksana pada Februari 2011. Program tersebut dilaksanakan Kementerian Dalam Negeri dengan dua tahapan pada saat itu. Untuk tahap yang pertama selesai pada 30 April 2012, meliputi 67 juta orang di 2.348 kecamatan dalam 197 kabupaten/kota. Kemudian untuk tahap kedua meliputi 105 juta orang di 300 kabupaten/kota. Hingga akhir tahun 2012 diharapkan sekitar 172 juta orang Indonesia sudah mempunyai Kartu Tanda Penduduk elektronik.

Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka Kartu Tanda Penduduk elektronik merupakan sebuah kartu identitas resmi secara nasional. Terdapat cip dalam Kartu Tanda Penduduk elektronik yang menjadi identitas masing-masingnya. Masing-masing orang yang

memenuhi persyaratan hanya diizinkan mempunyai satu Kartu Tanda Penduduk elektronik.

Kemudian terdapat perbedaan mengenai masa berlaku Kartu Tanda Penduduk elektronik. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2013 pasal 64 ayat 7 huruf a (dalam Trisnaningsih 2016 : 67) “masa berlaku KTP-el yang semula 5 (lima tahun) diubah menjadi berlaku seumur hidup sepanjang tidak ada perubahan elemen data dalam KTP (pasal 64 ayat 7 huruf a UU No. 24 Tahun 2013)”.

Berdasarkan yang telah dipaparkan tersebut maka terdapat perbedaan masa berlaku pada sebuah Kartu Tanda Penduduk elektronik. Kartu Tanda Penduduk elektronik berlaku seumur hidup selama tidak adanya data yang diubah. Sehingga masing-masing penduduk hanya mempunyai satu Kartu Tanda Penduduk elektronik selamanya. Hal tersebut karena data yang terekam hanya sekali dan dengan masa berlaku seumur hidup.