

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah karya, studi, atau penyelidikan yang telah dilakukan oleh peneliti atau akademisi di suatu bidang tertentu, karya ini berfungsi sebagai referensi atau dasar bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian yang lebih mendalam. Penelitian sebelumnya sangat penting dalam membimbing penelitian baru, serta memberikan pemahaman tentang perkembangan dan kekurangan yang ada dalam bidang tersebut.

Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan atau celah dalam penelitian yang dapat diisi oleh peneliti, baik dari aspek isu, teori, maupun metodologi. Maka dari itu, pada bagian dilakukannya penelitian terdahulu juga perlu menjelaskan bagaimana posisi penelitian penulis dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, seperti apakah penelitian tersebut mengkritisi, melengkapi, atau memvalidasi temuan yang ada.

Terdapat lima penelitian terdahulu yang sudah dipilih oleh penulis berdasarkan dengan jurnal yang terindeks, akan dijadikan untuk referensi penulisan penelitian yang dikerjakan, melalui penelitian terdahulu berikut akan dijelaskan mengenai jumlah penelitian terdahulu yang dipilih beserta table penjelasannya penelitian terdahulu yang lebih rinci.

Rincian penelitian terdahulu pertama yang dipilih oleh penulis sebagai sumber rujukan untuk melakukan penelitian berjudul” *Strategi Komunikasi GoFood Bertahan Saat Pandemi COVID-19: Analisis Difusi Inovasi GoFood Indonesia*” yang diteliti dan ditulis oleh Nadila Zahara Faradysa. Permasalahan dalam penelitian ini membahas strategi komunikasi GoFood sebagai perusahaan layanan pesan antar makanan dalam mempertahankan kepercayaan konsumen selama masa pandemi COVID-19, terutama terkait penerapan protokol kesehatan. Penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis bagaimana GoFood menggunakan inovasi dan strategi komunikasi yang efektif agar tetap relevan dan dipercaya oleh konsumen dalam situasi krisis. (Faradysa, 2022)

Rincian penelitian terdahulu kedua yang dipilih oleh penulis sebagai sumber rujukan untuk melakukan penelitian berjudul “Strategi Komunikasi dalam Program Bekasi Smart City” yang diteliti dan ditulis oleh Aan Widodo & Diah Ayu Permatasari dengan permasalahan penelitian yang membahas mengenai program pemerintah Kota Bekasi yang didasari pada suatu program pemerintah yang disebut dengan *smart city*, yang diharapkan kepada masyarakat Kota Bekasi agar masyarakat dapat mengimplementasikan program yang ditetapkan oleh pemerintah. Tujuan dari penelitian tersebut dilakukan adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi pemerintah Kota Bekasi dalam berusaha menjalankan kesuksesan Program Bekasi Smart City di Kota Bekasi. (Widodo & Permatasari, 2020)

Penelitian terdahulu ketiga yang dipilih penulis untuk dijadikan sumber referensi penelitian terdahulu berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Mensosialisasikan Gerakan Pembangunan untuk rakyat infrastruktur berkelanjutan” yang ditulis dan diteliti oleh Aulia Rahman dan Diah Fatma Sjoraida, penelitian tersebut membahas mengenai permasalahan terkait kurangnya efektivitas sosialisasi program “Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat” yang dilaksanakan secara langsung oleh pemerintah Subang. Maka dari itu terdapat permasalahan penelitian yang dibahas karena adanya ketidak selarasan efektivitas dari sosialisasi program yang dijalankan. Tujuan dari penelitian tersebut adalah mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang pada melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dari program yang dijalankan. (Rahman, 2017)

Rincian Penelitian terdahulu keempat yang dipilih oleh penulis untuk dijadikan sumber referensi pengerjaan penelitian berjudul “Aplikasi E-Government Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Pada Beberapa Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten di Indonesia *Application of E-Government to Improve the local Governments’ Service Quality in Indonesia*” penelitian terdahulutersebut ditulis oleh

Ely Sufianti dengan permasalahan komunikasi yang dibahas terkait, Bagaimanaa aplikasi *e-Government* dalam meningkatkan kualitas pelayanan masyarakat di lingkungan pemerintah daerah kota/kabupaten di Indonesia. Tujuan penelitian dari permasalahan tersebut adalah untuk mengukur aplikasi layanan pemerintah atau *e-Government* pada pelaksanaan pelayanan publik di berbagai situs pemerintah. (Sufianti, 2019)

Penelitian terdahulu yang dipilih untuk dijadikan sebagai acuan pengerjaan dan referensi pengerjaan penelitian yang kelima berjudul “E-Government Sebagai Layanan E-Government Sebagai Layanan Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya (Studi kematangan e-government Sebagai layanan Komunikasi Government to Government, Government to Citizen, Government to Business)” yang ditulis jurnal tersebut Baharudin Noveriyanto, Laila Chairun Nisa, Achmad Sofian Bahtiar, Sahri, Irwansyah. Dengan permasalahan penelitian yang membahas mengenai pergeseran media komunikasi pemerintah yang sebelumnya dilakukannya analisis digital menggunakan media tradisional atau media analog ke *Internet Of Things* (IoT) (sebagai suatu konsep mengenai jaringan fisik yang berkaitan atau terhubung dengan internet) keperluan inovasi terbaru dalam pemerintahan, dampak penting antara media komunikasi melalui e-Government. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui seberapa besar ke siapa media komunikasi yang dilayankan oleh e-Government. (Baharudin Noveriyanto, 2018)

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5
1.	Judul Artikel Ilmiah	STRATEGI KOMUNIKASI GOFOOD BERTAHAN SAAT PANDEMI COVID-19: ANALISIS DIFUSI INOVASI GOFOOD INDONESIA	STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA BEKASI DALAM PROGRAM BEKASI <i>SMART CITY</i>	STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN SUBANG MENSOSIALISASIKAN – GERAKAN PEMBANGUNAN UNTUK RAKYAT INFRASTRUKTU BERKELANJUTAN	APLIKASI E-GOVERNMENT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANANAN PUBLIK PADA BEBERAPA PEMERINTAH DAERAH KOTA/KABUPATEN DI INDONESIA	E-GOVERNMENT SEBAGAI LAYANAN KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA (Studi Kematangan e-government Sebagai Layanan Komunikasi

*Government to
Government,
Government to
Citizen,
Government to
Business)*

2. Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Nadila Zahara Faradysa, 2022, Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi	Aan Widodo dan Diah Ayu Permatasari, 2020, ETTISAL	Aulia Rahman dan Diah Fatma Sjoraida, 2017, Jurnal kasian komunikasi	Ely Sufianti, 2019, Jurnal Ilmu Administrasi Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi	Baharudin Noveriyanto, Laila Chairun Nisa, Achmad Sofian Bahtiar, Sahri, dan Irwansyah, 2018, PROFERIK
3. Fokus Penelitian	Menganalisis strategi	untuk mengetahui	untuk mengetahui bagaimanaa cara kerja	untuk mengetahui bagaimanaa kualitas	mengeksplorasi belas kasih diri

<p>komunikasi GoFood dalam bertahan selama pandemi COVID-19 dengan menggunakan inovasi, khususnya dalam menghadapi krisis kepercayaan masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan dalam</p>	<p>keberhasilan dan menyukseskan proram Pemerintah Kota Bekasi melalui program Bekasi <i>Smart City</i>.</p>	<p>strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Subang kepada masyarakat demi membangun infrastruktur daerah di Kabupaten Subang yang berkelanjutan.</p>	<p>pelayanan publik pada beberapa pemerintah di Indonesia melalui aplikasi e-Government.</p>	<p>pada narapidana terorisme</p>
--	--	--	--	----------------------------------



	layanan pesan-antar makanan online.				
4. Teori	Teori Difusi Inovasi oleh Evert M. Rogers	Konsep Strategi komunikasi, Hallahan (2007)	Teori interaksi simbolik dan konsep <i>public relation</i>	Teori atau konsep yang digunakan terdiri dari konsep pelayanan publik, konsep dan implementasi e-government, dan kerangka pemikiran	Konsep <i>Government (Electric government)</i> Agboh (2017)
5. Metode Penelitian	Pendekatan deskriptif kualitatif	Deskriptif Kualitatif	kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
6. Persamaan dengan	Membahas mengenai	Membahas strategi	Membahas mengenai persamaan strategi	Membahas mengenai aplikasi pemereintah	Membahas e-government atau

penelitian yang dilakukan	strategi komunikasi dalam menyebarkan inovasi digital kepada masyarakat.	komunikasi yang sama antara instansi pemerintah	komunikasi instansi pemerintah kepada masyarakat untuk sama-sama mensosialisasikan program pemerintah kepada masyarakat.	dan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, berkaitan memiliki kesamaan dengan konsep <i>E-Government</i>	komunikasi pemerintahan yang menjadi layanan komunikasi, seperti pada penelitian yang ingin penulis lakukan berkaitan dengan layanan komunikasi dengan masyarakat Kota Tangerang.
7. Perbedaan dengan penelitian	Penelitian tersebut membahas	Penelitian terdahulu	Penelitian tersebut membahas topik	Membahas mengenai bagaimanana proses	Membahas penelitian

yang dilakukan	strategi pemulihan kepercayaan konsumen, Sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis menyoroti penyebaran informasi pelayanan publik..	tersebut membahas mengenai strategi komunikasi pemerintah Kota Bekasi terkait program Bekasi <i>Smart city</i> , yang hanya bertujuan pada pembahasan program <i>smart city</i> yang berdasarkan kegiatan program yang	infrastruktur berkelanjutan yang berbeda dengan topik penelitian penulis yang hanya membahas mengenai program aplikasi pemerintah.	komunikasi terkait aplikasi e- <i>Government</i> pada skala yang lebih luas dai segi daerah penelitiannya yang menunjukkan jangkauan Kota/Kabupaten di Indonesia, akan tetapi pada penelitian yang dibaut oleh penulis hanya menjangkau kepada daerah Kota Tangerang secara spesifik.	pelayanan komunikasi Pemerintah Kota Surabaya yang melalui Media komunikasi saja, berbeda dengan penulis yang merupakan pelayanan komunikasi menggunakan Aplikasi Tangerang LIVE secara khusus.
-----------------------	---	--	--	---	---

bervariasi dan
menyeluruh,
akan tetapi
pada penelitian
yang dilakukan
oleh penulis
lebih mengarah
pembahasan
terkait strategi
komunikasi
yang berfokus
pada
penggunaan
aplikasi
Tangerang
LIVE yang juga
menjadi
sebagai

program
pemerintah
Kota
Tangerang.

8. Hasil Penelitian	Keberhasilan dari program yang dijalankan mengenai vaksinasi vaksin Covid-19 yang dipengaruhi karena komunikasi publik yang baik dan dipengaruhi oleh lima faktor indikator	Strategi komunikasi Pemerintah Kota Bekasi yang melakukan program <i>smart city</i> melakukan tahapannya melalui sosialisasi bertahap untuk menyampaikan	Penelitian ini disimpulkan dari sosialisasi program yang dilakukan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Subang menunjukkan hasil nya belum maksimal, dan yang menjadi hambatan utamanya adalah kurang adanya dari pemahaman dari pihak aparatur	Pembinaan narapidana di Indonesia belum mencapai suatu hasil yang maksimal karena proses pembinaan narapidana dalam kegiatan pelaksanaan program pembinaan tidak sesuai dengan harapan narapidana.	Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan jika Pemertiah Kota Surabaya telah mencapai Tingkat pelayanan e- <i>Government</i> yang baik dan mencerminkan kemajuan dari
----------------------------	---	--	--	--	--

penting untuk memahami pemerintah sebab mengidentifikasi dari Smart city keterbatasan anggaran. keberhasilannya.

penggunaan teknologi dan informasi yang berkembang sebagai sarana penunjang pelayanan publik, dampaknya dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan mempercepat pertukaran informasi yang terjadi.



2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua konsep yang terkait dengan permasalahan yang ingin diteliti, dengan menggunakan dua konsep utama yang dipilih adalah konsep strategi komunikasi dan konsep meningkatkan pelayanan masyarakat.

Melalui kedua konsep yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Pemerintah Kota Tangerang menerapkan strategi komunikasi untuk mendorong masyarakat dalam memanfaatkan program pelayanan publik. Melalui program pelayanan masyarakat yaitu aplikasi Tangerang Live, yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses informasi dan meningkatkan serta memudahkan layanan kepada masyarakat Kota Tangerang.

Dengan konsep strategi komunikasi pada penelitian ini akan menganalisis langkah-langkah pemerintah dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif. Sementara itu dengan menggunakan konsep meningkatkan pelayanan masyarakat untuk menganalisis strategi komunikasi Pemerintah Kota Tangerang dalam memperkenalkan aplikasi Tangerang Live dapat berpengaruh pada peningkatan kualitas pelayanan publik bagi masyarakat.

2.2.1 Strategi Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan sebuah serapan dari kata *strategic* dengan makna dari kata yang mengartikan sebuah perencanaan, strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana yang disusun dengan tersusun untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi tidak hanya mencakup tahapan perencanaan saja, akan tetapi mencerminkan pola perilaku dari hasil implementasi rencana yang dijalankan. (Harahap et al., 2022).

Dalam buku yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi” yang ditulis oleh Sumper Mulia Harahap, Juni Wati Sri Rizki, dan Esli Zuraidah Siregar (2022), menjelaskan strategi merupakan suatu rancangan perencanaan yang telah disusun dengan cermat oleh individu atau kelompok berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Melalui strategi akan membuat rencana yang telah disusun berjalan

sesuai dengan pola yang telah ditentukan serta berfungsi sebagai langkah antisipatif terhadap kemungkinan yang dapat muncul dalam proses perencanaan. Jika disimpulkan penjelasan strategi dari pengertian tersebut menjelaskan mengenai pengertian dari strategi dalam konteks komunikasi menjelaskan pada rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam penyampaian pesan.

2.2.1.2 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi masih dalam buku yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi” yang ditulis oleh Sumper Mulia Harahap, Juni Wati Sri Rizki, dan Esli Zuraidah Siregar (2022) menjelaskan komunikasi adalah bagian kunci atau bagian penting dalam penetapan strategi. Pengertian secara bahasa yang dimaksud dengan komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti menciptakan rasa kebersamaan antara dua orang atau lebih, disisi lain komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang dimaksud sebagai membagi. Maka dari itu pengertian komunikasi dapat diartikan sebagai proses pertukaran gagasan dimana informasi disampaikan dari pengirim stimulus oleh sumber kepada penerima respons (Harahap et al., 2022).

Penjelasan komunikasi menurut Harrold D. Lasswell yakni sebuah representasi dari sekumpulan makna yang mencakup beberapa pertanyaan seperti: siapa? mengatakan apa? melalui saluran apa? kepada siapa? dan apa pengaruhnya?, yang dapat diringkas menjadi S-M-C-R-E (*Source, Message, Channel, RECEIVER, Effect*) (Harahap et al., 2022). Penjelasan pengertian mengenai komunikasi adalah bagian interaksi antara dia orang atau lebih yang terjadi berdasarkan adanya proses pertukaran ide dari sumber informasi yang disampaikan kepada penerima respons dengan tujuan untuk mengubah perilaku.

2.2.1.3 Pengertian Strategi Komunikasi

Konsep strategi komunikasi adalah gabungan antara dua konsep yang terdiri dari gabungan dari dua konsep strategi dan komunikasi. Masih dalam (Harahap et al., 2022) menjelaskan strategi komunikasi didefinisikan sebagai aktivitas komunikasi yang dijalankan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada

kepada penerima serta respon dengan tujuan komunikasi tertentu yang mencakup media, isi pesan yang ingin disampaikan, serta efek yang ingin dicapai, serta efek yang ingin dicapai agar sesuai dengan tujuan strategi yang telah ditetapkan.

PENERAPAN strategi komunikasi bertujuan untuk menyampaikan tujuan yang ingin dicapai dengan menggunakan cara yang jelas dan terstruktur, dalam hal ini pendekatan yang dipakai dapat bervariasi sesuai dengan situasi dan kondisi tertentu karena dengan hal tersebut merupakan proses penting agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif dan sesuai dengan konteks yang dipilih. Dari penjelasan tersebut didefinisikan strategi komunikasi merupakan metode yang dirancang secara sistematis untuk menyampaikan pesan dengan tertentu yang mencakup pemahaman terkait audiens, konteks, dan tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan itu sendiri.

2.2.1.4 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Menurut Suprpto dalam (Harahap et al., 2022) dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan yang jelas, penting untuk melakukan analisis yang mempertimbangkan keadaan dan kondisi audiens. Berikut merupakan langkah-langkah dari strategi komunikasi yang dijabarkan oleh Suprpto dalam buku yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi” yang ditulis oleh Sumper Mulia Harahap, Juni Wati Sri Rizki, dan Esli Zuraidah Siregar (2022):

Mengenal khalayak merupakan langkah awal bagi komunikator untuk mencapai komunikasi yang efektif. Hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat interaktif sebab keduanya saling mempengaruhi dan terjalin.

Langkah kedua dalam menyusun strategi komunikasi adalah menyusun pesan dengan menentukan pesan dan materi untuk mempengaruhi khalayak. Komunikator harus dapat menarik perhatian komunikan.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan metode penyampaian komunikasi yang dibagi menjadi dua aspek, yaitu cara pelaksanaan dan bentuk isi serta penilaian berdasarkan makna isi pesan.

Penggunaan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan ide dilakukan setelah menetapkan metode. Dalam menjalankan strategi komunikasi, perlu mempertimbangkan faktor-faktor komunikasi karena setiap medium memiliki kelebihan dan kekurangannya sebagai alat komunikasi.

Langkah terakhir yang dilakukan adalah melihat hambatan dalam komunikasi. Hambatan dalam komunikasi sering kali disebabkan oleh kesalahpahaman yang muncul akibat perbedaan bahasa antara yang diucapkan dan yang diterima. Selain itu, perbedaan pendapat dan gagasan juga dapat memengaruhi kelancaran komunikasi antara komunikator dan komunikan. Dengan melihat hambatan dalam komunikasi, bisa menjadi sebuah upaya untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang dijalankan.

2.2.2 Meningkatkan Pelayanan Masyarakat

2.2.2.1 Konsep Pelayanan Masyarakat

Konsep peningkatan “pelayanan masyarakat” merupakan suatu orientasi penjelasan konsep yang sama yang sama dengan “pelayanan publik”, keduanya merupakan istilah yang merujuk pada hal yang sama. Dalam buku yang berjudul “Implementasi Pelayanan Publik Teori dan Praktik” yang ditulis oleh Jumroh dan M. Yoga Jusri Pratama (2021), menjelaskan konsep pelayanan masyarakat yang diberikan melalui organisasi atau instansi pemerintah berbeda dengan pelayanan yang diberikan melalui organisasi swasta. Organisasi atau instansi pemerintah memiliki tanggung jawab atas pelayanan masyarakat dan tidak berorientasi pada keuntungan finansial, berbeda dengan organisasi swasta yang fokus pada laba dan berorientasi pada keuntungan finansial. Meskipun dalam aspek yang lain dalam pelayanan masyarakat yang dilakukan oleh instansi pemerintah juga dapat menghasilkan pendapat, akan tetapi tujuan dari pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah tetap pada pemenuhan kebutuhan masyarakat secara adil dan merata bukan hanya untuk meraih keuntungan. (Jumroh & Pratama, 2021)

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan konsep pelayanan masyarakat adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk memenuhi kebutuhan dan hak dasar dalam kehidupan masyarakat, dengan tujuan utama dari pelayanan masyarakat adalah memberikan kemudahan, keadilan, dan kenyamanan bagi semua warga tanpa memandang latar belakang sosial atau juga ekonomi, sehingga melalui layanan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah dapat terjalin hubungan yang baik antara pihak pemerintah dan masyarakat.

2.2.2.2 Kualitas Pelayanan Masyarakat

Kualitas pelayanan masyarakat yang baik merupakan suatu keharusan bagi organisasi publik dan instansi pemerintah, tanpa memandang apakah layanan yang diberikan menghasilkan keuntungan ekonomi atau tidak. Dalam buku "Implementasi Pelayanan Publik: Teori dan Praktik" yang ditulis oleh Jumroh dan M. Yoga Jusri Pratama (2021), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai aspek yang harus diperjuangkan dan diupayakan oleh organisasi publik serta instansi pemerintah. Kualitas layanan harus tetap menjadi prioritas utama karena mengingat layanan yang disediakan oleh organisasi publik sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat. Tugas dan fungsi organisasi atau instansi pemerintah adalah untuk memastikan bahwa semua jenis layanan yang ditawarkan perlu memenuhi standar kualitas yang baik.

Dengan kualitas layanan yang baik harus dijaga dan dipertahankan dengan baik, hal tersebut dimaksudkan karena pelaksanaannya bukan sekedar pilihan melainkan suatu keharusan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, maka dari itu pelayanan masyarakat yang baik membutuhkan partisipasi aktif dari masyarakat dan responsivitas birokrasi yang sangat penting dalam proses memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Tanggung jawab pelaksanaan pelayanan masyarakat yang baik tidak hanya mementingkan pada pelaksanaan pelayanannya saja, akan tetapi juga diperlukan perhatian dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan termasuk penerima layanan dari pemerintah yaitu masyarakat. Maka dari itu guna melihat pelayanan masyarakat yang kurang baik tidak bisa disudutkan untuk menyalahkan sebelah pihak pemerintah saja, karena secara menyeluruh untuk

mengetahui pelayanan masyarakat yang baik tidak hanya mengacu pada pelaksanaan saja tetapi juga pada diri penerima pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.

2.2.2.3 Kualitas Layanan untuk Mengukur Pelayanan Masyarakat

Masih dalam buku yang berjudul "Implementasi Pelayanan Publik: Teori dan Praktik" yang ditulis oleh Jumroh dan M. Yoga Jusri Pratama (2021) untuk mengukur kualitas pelayanan publik digunakan dengan berbagai parameter yang bersifat komprehensif melalui pengukuran kualitas pelayanan kepada masyarakat yang diberikan oleh organisasi atau instansi pemerintah. Salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan dari sudut pandang pengguna adalah dengan membandingkan 'persepsi' mereka terhadap layanan yang diterima dengan 'harapan' yang dimiliki sebelum menerima pelayanan tersebut, menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons (1994:189) dalam (Jumroh & Pratama, 2021) menjelaskan bahwa pengguna layanan menilai kualitas pelayanan melalui lima dimensi utama:

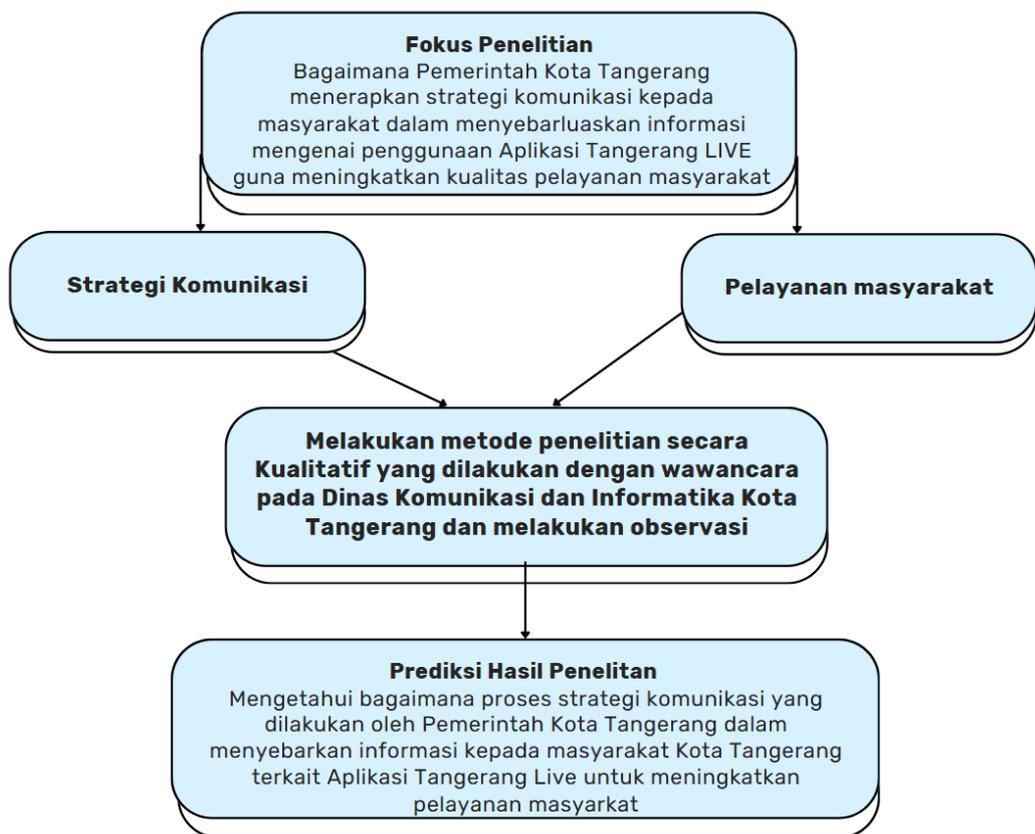
- Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kesediaan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan cepat dan efisien.
- Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan dan kesopanan staf, serta kemampuan mereka untuk membangun kepercayaan dan keyakinan.
- Empati (*Empathy*) ditunjukkan melalui konsistensi dalam menunjukkan perhatian dan kepedulian khusus kepada pelanggan, termasuk kemudahan akses, menciptakan rasa aman, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- Nyata (*Tangibles*) merujuk pada penampilan fisik fasilitas, peralatan, staf, dan sarana komunikasi yang digunakan.

Berdasarkan definisi konsep meningkatkan pelayanan masyarakat atau pelayanan publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat secara adil dan merata, tanpa mengutamakan keuntungan finansial. Kualitas pelayanan yang baik menjadi suatu keharusan karena berkaitan langsung dengan kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Sehingga partisipasi aktif dari masyarakat dan

responsivitas birokrasi sangat penting dalam menciptakan pelayanan yang baik dan efektif untuk dilaksanakan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut penulis akan menjelaskan dan memberikan gambaran singkat dari kerangka pemikiran dari penelitian yang penulis lakukan, berikut merupakan gambarannya :



Gambar 2. 1 .Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2025