

Unsur-Unsur Komunikasi Pelayanan Publik (Sebuah Tinjauan Literatur)

Tatang Wahyono ¹⁾; Rafinita Aditia ²⁾

^{1,2)} *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Bengkulu, Indonesia*

Email: ¹⁾ tatangkemenag@gmail.com; ²⁾ rafinitaaditia@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [27 Juni 2022]

Revised [28 Juli 2022]

Accepted [29 Agustus 2022]

KEYWORDS

Communication, Elements,
Public Service

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Dalam kegiatan pelayanan, kualitas pelayanan tergantung pada unsur-unsur komunikasi pelayanan publik. Unsur komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Oleh karena itu, faktor komunikasi perlu menjadi perhatian serius bagi organisasi pelayanan publik. Kegagalan dalam menjalin komunikasi pelayanan publik dapat mengganggu informasi pelayanan publik dan mempengaruhi kualitas pelayanan publik. Buruknya kualitas pelayanan publik berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat atau publik terhadap penyelenggara pelayanan publik. Penulisan artikel ini bertujuan untuk meninjau dan mensintesis literatur yang tersedia terkait dengan unsur-unsur dalam komunikasi pelayanan publik sehingga dapat berkontribusi pada pemahaman mengenai unsur komunikasi pelayanan pada sektor publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur komunikasi pelayanan publik terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dalam proses komunikasi. Kelima unsur tersebut saling mempengaruhi, saling berhubungan satu sama lain membentuk satu kesatuan. Apabila kelima unsur pelayanan publik tidak terpenuhi, maka akan berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat atau publik terhadap penyelenggara pelayanan publik.

ABSTRACT

In service activities, service quality depends on the elements of public service communication. The element of communication plays a very important role in improving the quality of public services. Therefore, the communication factor needs to be a serious concern for public service organizations. Failure to establish public service communication can interfere with public service information and affect the quality of public services. The poor quality of public services has an impact on the low level of public or public trust in public service providers. Writing this article aims to review and synthesize the available literature related to the elements in public service communication so that it can contribute to an understanding of the elements of service communication in the public sector. The results showed that the elements of public service communication consisted of communicators, messages, media, communicants, and effects in the communication process. The five elements influence each other, relate to each other to form a single unit. If the five elements of public service are not fulfilled, it will have an impact on the low level of public or public trust in public service providers.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini merupakan era pelayanan publik dimana pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam setiap program kegiatannya berupaya dan berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Oleh karena itu, tuntutan terwujudnya pelayanan publik yang berkualitas memang bukan keinginan masyarakat semata, tetapi sudah merupakan tuntutan perubahan zaman (Hardiyansyah, 2015:3).

Negara berkewajiban melayani setiap warga Negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasar masyarakat dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat dari Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, membangun kepercayaan masyarakat melalui pelayanan publik yang dilaksanakan seiring dengan harapan dan tuntutan masyarakat atas peningkatan pelayanan publik sebagai upaya untuk mempertegas capaian pemerintahan yang baik.

Pelayanan publik sudah menjadi kebutuhan dan perhatian di era otonomi daerah sesuai dengan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik. Undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip pemerintahan yang baik merupakan fungsi pemerintahan itu sendiri. Dalam tugas pokok fungsinya pemerintahan yang baik adalah yang dapat memperkuat demokrasi dan hak azasi manusia, meningkatkan kualitas ekonomi, sosial budaya, mengurangi angka kemiskinan, memperkuat perlindungan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta bijak dalam memanfaatkan sumber daya alam sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap pemerintah.

LANDASAN TEORI

Menurut Sutedi (2015:3), pemberian pelayanan kepada masyarakat merupakan kewajiban utama bagi pemerintah. Peranan pemerintah dalam proses pemberian pelayanan adalah bertindak sebagai

katalisator yang mempercepat proses pelayanan sesuai dengan yang seharusnya. Dengan diperankannya pelayanan sebagai katalisator tentu saja akan menjadi tumpuan organisasi pemerintah dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Pelayanan menjadi suatu tolak ukur kinerja pemerintah yang paling kasat mata. Masyarakat dapat langsung menilai kinerja pemerintah berdasarkan kualitas pelayanan publik yang diterima karena kualitas pelayanan publik menjadi kepentingan banyak orang dan dampaknya langsung dirasakan masyarakat dari semua kalangan. Keberhasilan dalam membangun kinerja pelayanan publik secara profesional, efektif dan akuntabel akan mengangkat citra positif pemerintah di mata warga masyarakatnya. Masyarakat sebagai pelanggan dari pelayanan publik, memiliki kebutuhan dan harapan pada kinerja penyelenggara pelayanan publik yang profesional.

Lebih lanjut Hardiyansyah (2015:5) menjelaskan bahwa dalam kegiatan pelayanan, kualitas pelayanan tergantung pada unsur-unsur komunikasi pelayanan publik yang meliputi komunikator, kualitas pesan, media, komunikasi, dan efek. Unsur komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Oleh karena itu, faktor komunikasi perlu menjadi perhatian serius bagi organisasi pelayanan publik. Kegagalan dalam menjalin komunikasi pelayanan publik dapat mengganggu informasi pelayanan publik dan mempengaruhi kualitas pelayanan publik. Buruknya kualitas pelayanan publik berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat atau publik terhadap penyelenggara pelayanan publik.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini bertujuan untuk meninjau dan mensintesis literatur yang tersedia terkait dengan unsur-unsur dalam komunikasi pelayanan publik sehingga dapat berkontribusi pada pemahaman mengenai unsur komunikasi pelayanan pada sektor publik. Oleh karena itu, melalui penulisan artikel ini, penulis mencoba mengkaji beberapa literatur yang berasal dari buku, jurnal penelitian, dan sumber informasi lainnya yang berasal dari media massa elektronik maupun halaman situs web yang relevan guna memahami unsur-unsur komunikasi pelayanan publik. Artikel ini memberikan dasar teoritis untuk penelitian di masa depan tentang unsur-unsur komunikasi pelayanan publik dan dapat membantu para pelayan publik dalam berpikir tentang bagaimana menerapkan perubahan di lingkungan organisasinya. Kajian konsep unsur-unsur komunikasi pelayanan publik dalam artikel ini secara eksplisit berfokus pada lima unsur komunikasi pelayanan publik yang nantinya akan berperan dalam membangun pelayanan publik yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Pelayanan Publik

Mengenai komunikasi pelayanan publik, komunikasi/masyarakat dalam layanan publik sederajat sama dengan komunikator atau aparatur yang memberikan layanan. Pasal 18 Undang-Undang No. 25/2009 menyatakan bahwa masyarakat memiliki hak untuk:

1. Memahami keaslian isi standar pelayanan;
2. Memantau implementasi sesuai standar pelayanan;
3. Memperoleh respon terhadap hal-hal yang diadakan/ajukan;
4. Menerima pembelaan, perlindungan, dan/atau pemenuhan pelayanan;
5. Jika layanan yang diberikan tidak memenuhi standar layanan, beri tahu manajemen penyelenggara untuk meningkatkan layanan;
6. Mengabarkan penyelenggara untuk memperbaiki pelayanan apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar;
7. Mengadukan penyelenggara yang melakukan penyelewengan standar layanan dan/atau tidak memperbaiki pelayanan kepada Penyelenggara dan ombudsman;
8. Mendapat pelayanan yang bermutu sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan (Undang-Undang No. 25/2009)

Dalam kaitannya dengan pelayanan publik, komunikasi menduduki peranan yang sangat penting dan strategis, karena semua bentuk pelayanan publik memerlukan komunikasi, baik pelayanan dalam bentuk barang maupun pelayanan jasa. Kemampuan menjalin komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik tentu saja akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik itu sendiri. Sebaliknya, ketidakmampuan membangun komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik dapat mengakibatkan terjadinya bentuk pelayanan publik yang buruk. Memang selama ini image pelayanan publik yang buruk tersebut masih melekat pada sistem pelayanan publik yang ada, dan image buruk tersebut yang paling mudah dirasakan adalah ketidakmampuan atau ketidakmauan aparatur dalam

membangun komunikasi yang baik kepada masyarakat/publik yang harus dilayani (Hardiyansyah (2015:18).

Hardiyansyah (2015:5) menjelaskan bahwa komunikasi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik, dimana besarnya pengaruh komunikasi terhadap kualitas pelayanan publik ditentukan oleh unsur-unsur komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Konsep baru yang dikemukakan dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam kegiatan pelayanan, kualitas pelayanan tergantung pada kualitas komunikator, kualitas pesan, media, komunikan, dan efek.

Komunikasi pelayanan publik artinya kita berbicara tentang lima unsur dari komunikasi. Kelima unsur tersebut adalah komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dalam proses komunikasi. Kelima unsur tersebut seperti dua sisi mata uang, dapat dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Kelima unsur tersebut saling mempengaruhi, saling berhubungan satu sama lain membentuk satu kesatuan. Dalam kaitannya dengan pelayanan publik, maka kelima unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: (Hardiyansyah, 2015:74-75).

1. Komunikator adalah aparatur yang bertugas melakukan pelayanan kepada masyarakat/public.
2. Pesan adalah segala sesuatu yang berkaitan informasi, keterangan, penjelasan, prosedur, persyaratan, simbol, lambang, dan lain-lain, baik verbal maupun non-verbal dalam proses pelayanan publik.
3. Media adalah segala bentuk fasilitas dan peralatan, sarana dan prasarana, baik modern maupun tradisional yang digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan dalam proses pelayanan publik.
4. Komunikan adalah masyarakat/ publik yang melakukan urusan kepada instansi pelayanan publik dengan segala karakteristik, dinamika, budaya, bahasa, dan perilakunya.
5. Efek berkaitan dengan efek atau pengaruh yang ditimbulkan dari proses komunikasi pelayanan publik. Pengaruh tersebut bisa bagus dan bisa juga tidak bagus, bisa berkualitas atau juga tidak berkualitas. (Hardiyansyah, 2015:74-75).

Komunikator (Aparatur) Pelayanan Publik

Komunikator adalah pihak/orang yang berkedudukan sebagai penyampai/pengirim pesan dalam proses komunikasi (Romli, 2016:17). Komunikator dapat disebut sebagai penyampai pesan atau dalam sebuah proses komunikasi sumber pesan. Komunikator dalam layanan publik adalah sekelompok individu yang terlembaga atau bisa disebut birokrasi publik, dan bertugas mengirim/ menyampaikan pesan sekaligus memberikan layanan (melayani) hal-hal yang menjadi keperluan masyarakat sebagai warga negara dan berkepentingan dengan instansi tersebut sesuai prinsip kesetaraan (Hayat, 2017:65).

Dalam komunikasi pelayanan publik, aparatur sudah seharusnya berperan dan bertindak sebagai komunikator publik yang memiliki empati tinggi. Hal ini diharapkan untuk tidak menampakkan karakteristik menjadi pemerintahan ketika dihadapkan oleh publik. Dikarenakan fungsi aparat menjadi seorang komunikator yang berempati, dengan demikian aparat adalah pihak yang mengirim dengan berkedudukan sebagai prakarsa komunikasi terhadap masyarakat secara umum (Hardiansyah, 2015:39).

Pesan layanan publik

Pesan memainkan peran strategis dalam proses komunikasi, kenyataannya komunikasi sendiri adalah kegiatan menyampaikan pesan, Pesan dapat berupa tulisan atau lisan, baik pesan berupa simbol/lambang, suara, film, maupun gambar. Dimana pesan bertujuan untuk dapat mengubah sikap dan tingkah laku orang lain (Koesomowidjojo, 2021:65).

Dalam tahapan layanan publik, informasi yang diharapkan merupakan suatu informasi yang menjelaskan terkait bermacam-macam perihal yang berkaitan dengan layanan publik itu sendiri. Sebagai contoh suatu pesan mengenai tarif layanan, syarat-syarat, aturan-aturan maupun waktu yang dibutuhkan untuk layanan tersebut dapat berjalan. Dalam pasal 21 UU No 25/2009 jika unsur-unsur standar dalam layanan yang paling tidak harus mencakup antara lain:

1. Dasar hukum;
2. Persyaratan;
3. Prosedur, sistem dan mekanisme;
4. Tenggat waktu penyelesaian;
5. Biaya / tarif;
6. Produk dan layanan;
7. Fasilitas, sarana dan prasarana;
8. Kemampuan pejabat eksekutif
9. Pengawasan internal;
10. Penanganan pengaduan, saran dan pendapat;
11. Jumlah pelaksana;
12. Pemberian pelayanan sesuai standar pelayanan;

13. Komitmen memberikan rasa aman dan keselamatan layanan;
14. Evaluasi kinerja pelaksana (UU No 25/2009).

Media Komunikasi Layanan Publik

Posisi media komunikasi dalam proses penyebaran pesan oleh pihak komunikator terhadap pihak komunikan adalah perantara di mana memiliki tujuan dalam keefisienan untuk menyebarkan suatu informasi (Azka Fazarusda, 2020:44). Ketika manusia berkomunikasi, tentu diperlukan adanya media komunikasi. Keseluruhan fasilitas yang dimanfaatkan penggunaannya dalam membuat, melakukan reproduksi, mengedarkan serta penyampaian terhadap pesan yang disebut sebagai media untuk berkomunikasi (Koesomowidjojo, 2021:67).

Peran media komunikasi mempengaruhi kehidupan manusia. Dimana zaman teknologi yang semakin canggih memproses pengiriman informasi semakin cepat. Teknologi telekomunikasi adalah teknologi paling dicari untuk penyampaian dan pengiriman informasi ataupun berita karena perkembangan teknologi telekomunikasi, berubah menjadi semakin mudah, murah cepat, tepat, akurat, efisien dan efektif. Kemudahan dalam berbagi informasi antar benua dan negara di belahan dunia manapun dan kapan pun (Hendro Setyo Wahyudi, 2014:23).

Fasilitas dan sarana yang dipergunakan untuk membuat, mereproduksi, mengedarkan dan menyampaikan informasi dalam proses pelayanan publik disebut media komunikasi layanan publik. Suasana, kondisi, sifat dan karakteristik dari 17 pelayanan publik yang dilakukan berdampak pada penggunaan media komunikasi. Pada dasarnya, pemanfaatan dan penggunaan media komunikasi pelayanan publik adalah dalam konteks mengadakan pelayanan publik yang cepat, mudah, murah, efisien dan efektif (Hardiansyah, 2015:29).

Komunikan dalam Pelayanan Publik

Komunikan biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder, atau khalayak. Komunikan adalah salah satu aktor dari proses komunikasi, karena itu unsur komunikan dalam proses komunikasi tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi, salah satunya ditentukan oleh unsur komunikan. Peran antara komunikator dan komunikan bersifat dinamis, saling bergantian.

Komunikator (aparatur) harus mengetahui berbagai macam karakteristik dari komunikan (khalayak). Menurut Effendy (2011:315), komunikan merupakan komponen yang paling banyak meminta perhatian. Mengapa demikian, karena jumlahnya banyak dan sifatnya heterogen dan anonim, sedangkan mereka harus dapat dicapai seraya menerima setiap pesan secara inderawi dan secara rohani. Yang dimaksud dengan inderawi ialah diterimanya suatu pesan jelas bagi indera mata dan terang untuk indera telinga. Yang dimaksud dengan rohani ialah sebagai terjemahan dari "accepted", yaitu diterimanya suatu pesan yang sesuai dengan kerangka referensinya (frame of reference), paduan dari usia, agama, pendidikan, kebudayaan, dan nilai-nilai kehidupan lainnya.

Dalam kaitannya dengan pelayanan publik, komunikan adalah masyarakat atau warga negara yang kedudukannya sama dengan komunikator atau aparatur yang memberikan pelayanan. Pada Pasal 18 Undang-Undang No. 25/2009 dinyatakan bahwa masyarakat berhak: a

1. Mengetahui kebenaran isi standar pelayanan;
2. Mengawasi pelaksanaan standar pelayanan;
3. Mendapat tanggapan terhadap pengaduan yang diajukan;
4. Mendapat advokasi, perlindungan, dan/atau pemenuhan pelayanan;
5. Memberitahukan kepada pimpinan penyelenggara untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan;
6. Memberitahukan kepada Pelaksana untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan;
7. Mengadukan Pelaksana yang melakukan penyimpangan standar pelayanan dan/atau tidak memperbaiki pelayanan kepada Penyelenggara dan ombudsman; h
8. Mengadukan Penyelenggara yang melakukan penyimpangan standar pelayanan dan/atau tidak memperbaiki pelayanan kepada pembina Penyelenggara dan ombudsman; dan
9. mendapat pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan. S

Selanjutnya, pada Pasal 19 disebutkan bahwa masyarakat berkewajiban:

1. Mematuhi dan memenuhi ketentuan sebagaimana dipersyaratkan dalam standar pelayanan;
2. Ikut menjaga terpeliharanya sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik; dan berpartisipasi aktif dan mematuhi peraturan yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik.

Berdasarkan isi kedua pasal di atas, bahwa sesungguhnya komunikasi akan berhasil jika masyarakat/khalayak/komunikan turut mendukung dalam proses perjalanan komunikasi. Untuk itu, sebagai komunikan/masyarakat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: (1) ia dapat dan



benar-benar mengerti pesan komunikasi; (2) pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya; (3) pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya; dan (4) ia mampu untuk menempatinnya baik secara mental maupun secara fisik.

Efek Komunikasi Pelayanan Publik

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikan (penerima pesan) sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek adalah suatu keniscayaan dalam komunikasi. Setiap proses komunikasi memiliki tujuan-tujuan yang spesifik, begitu pula dengan komunikasi. Komunikasi bertujuan untuk menyamakan persepsi. Efektifitas komunikasi dinilai dari seberapa jauh kesamaan antara komunikator dan komunikan, baik itu sama dari tataran pengetahuan atau informasi, sama sikap, hingga sama tindakan atau perilaku. Menurut Cangara (2008:22-27), pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Suatu proses komunikasi dapat dikatakan berlangsung dengan efektif apabila pesan yang ingin disampaikan oleh sumber pesan dapat diterima dan diartikan oleh sasaran komunikasi – penerima pesan – dalam bentuk, jiwa dan semangat yang persis sama seperti yang diinginkan dan dimaksudkan oleh sumber pesan tersebut (Siagian, 1994:55).

Dalam kaitannya dengan komunikasi pelayanan publik, bahwa efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi pelayanan publik tersebut adalah suatu kondisi apa yang disampaikan oleh aparatur yang memberikan pelayanan kepada masyarakat/warga negara dengan apa yang diterima oleh warga negara memberikan pengaruh yang jelas dan terukur. Misalnya, dari penjelasan aparat/pegawai tentang prosedur pelayanan, tentang tarif pelayanan, dan berbagai hal tentang pelayanan, dapat dipahami, dimengerti dan pada gilirannya diikuti oleh masyarakat.

Sebaliknya, bila berbagai hal yang disampaikan oleh aparatur tentang pelayanan publik tidak dimengerti, tidak dipahami dan tidak diikuti, maka artinya komunikasi pelayanan publik tidak memberikan efek. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa efek bisa berdampak positif dan juga negatif. Efek yang positif misalnya bisa dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang menunaikan kewajibannya membayar pajak atau membuat akta kelahiran, membuat izin mendirikan bangunan, dan lain-lain. Sementara efek yang negatif bisa dilihat dari semakin menurunnya minat masyarakat untuk membayar pajak, membuat akta kelahiran, membuat izin mendirikan bangunan atau membayar retribusi dan lain-lain

KESIMPULAN DAN SARAN

Berbicara tentang komunikasi pelayanan publik artinya kita berbicara tentang lima unsur dari komunikasi. Kelima unsur tersebut adalah komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dalam proses komunikasi. Kelima unsur tersebut seperti dua sisi mata uang, dapat dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Kelima unsur tersebut saling mempengaruhi, saling berhubungan satu sama lain membentuk satu kesatuan. Dalam kaitannya dengan pelayanan publik, maka kelima unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: yang bertindak sebagai komunikator adalah pegawai negeri sipil (PNS) atau aparatur yang bertugas melakukan pelayanan kepada masyarakat/publik, sedangkan unsur pesan adalah segala sesuatu yang berkaitan informasi, keterangan, penjelasan, prosedur, persyaratan, simbol, lambang, dan lain-lain, baik verbal maupun non-verbal dalam proses pelayanan publik. Unsur media adalah segala bentuk fasilitas dan peralatan, sarana dan prasarana, baik modern maupun tradisional yang digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan dalam proses pelayanan publik. Sementara unsur komunikan adalah masyarakat/ publik yang melakukan urusan kepada instansi pelayanan publik dengan segala karakteristik, dinamika, budaya, bahasa, dan perilakunya. Unsur terakhir dalam komunikasi pelayanan publik adalah unsur efek, unsur ini berkaitan dengan efek atau pengaruh yang ditimbulkan dari proses komunikasi pelayanan publik. Pengaruh tersebut bisa bagus dan bisa juga tidak bagus, bisa berkualitas atau juga tidak berkualitas. Harapannya memang dengan mengetahui dan memahami berbagai unsur dalam komunikasi pelayanan publik, dapat mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas dan memberikan kepuasan pada semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Oekan. 2019. *Isu-Isu Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.

- Afinotan, L. A. 2007. Communication Strategies In The Nigerian Civil Service. *Journal of Communication and Culture Vol.1, No.1/2*.
- Benyamin. 2020. Peran Kantor Urusan Agama (Kua) Dalam Upaya Menanggulangi Pernikahan Sirri di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Al Wasith: Jurnal Studi Hukum Islam || Vol, No. 2*.
- Creswell, Jhon.W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elnita, Ernita Arif, Asrinaldi. Strategi Komunikasi Dalam Pelayanan Publik “Sijarla Terpadu“ Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Solok. *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 9, Nomor 2, hlm. 172-185*
- Fahreza, Adhitya., Sugandi., Wibowo, Sarwo Edy. 2018. Analisa Penerapan Komunikasi Efektif Untuk Pelayanan Publik Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi, 2018, 6 (3): 149-158 ISSN 2502-5961 (Cetak), 2502-597x (Online)*.
- Fitriansyah, Fifit. 2018. Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Volume 18 No. 2. P-ISSN 1411-8629, E-ISSN: 2579-3314*
- Hardiyansyah. 2015. *Komunikasi Pelayanan Publik dan Aplikasi. Dilengkapi dengan Undang Undang Republik Indonesia No 25 Tahun 2019 tentang Pelayanan Publik*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media.
- Harrison, Jackie Dan Wessels, Bridgette. 2005. A New Public Service Communication Environment? Public Service Broadcasting Values In The Reconfiguring Media. *New Media & Society. SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol7(6):834–853 [DOI: 10.1177/1461444805058172]*
- Hayat, 2017. *Manajemen Pelayan Publik*. PT.RajaGrafindo Persada. Depok
- Kelvin, Lovlyn Ekeowa – Iloafu. 2016. The Role of Effective Communication in Strategic Management of Organizations. *International Journal of Humanities and Social Science Vol. 6, No. 12*.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 *Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik*.
- Kusumadinata, Ali Alamsyah dan Fitriah, Maria. 2020. Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga. *Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 2, Januari 2017, hlm 225-238*.
- Littlejhon, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Markus Utomo Sukendar, 2017. *Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mulyana, Dedy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 34 Tahun 2016 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Urusan Agama Kecamatan*.
- Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 81 Tahun 1993 tentang Pedoman Tatalaksana Pelayanan Umum*
- Rahayunianto, Arry. 2020. Komunikasi Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Mitra Pada Masa Transisi PSBB. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 2, No 2. E ISSN 2621-2242*.
- Saputra, Syarif., Hasanah, Nur., dan Nurliah. 2019. *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kalimantan Timur Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Kaltim 2018 Di Kota Samarinda*. *eJournal Ilmu Komunikasi, 2019, 7 (2) : 105-119 ISSN 2502-5961 (Cetak)- ISSN 2502-597X*.
- Suhifatullah, M. I. 2019. Mewujudkan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Komunikasi Etis Aparatur Sipil Negara. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi, Vol. 1, No.2. E-ISSN: 2685-2527*.
- Sutedi, Adrian. 2015. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syaukani, Imam. 2011. *Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Kualitas Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1430 H/2009 M*. Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. Jakarta
- Tisnawati, Ernie Kurniwan Saefullah, 2005. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*.
- Widjaja, A.W dan Wahab, M.Arisky. 2000. *Strategi Public Relations*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Wursanto, 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset