

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
PELAYANAN PUBLIK DALAM IZIN PENYELENGGARAAN
REKLAME DI KOTA BANDUNG

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang meliputi tentang informan, responden, dimensi, indikator penelitian, hasil penelitian pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame, Hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis deskriptif, hasil Analisis PLS SEM, Hasil model PLS dan pembahasan penelitian pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung.

5.1. Informan, Responden, Dimensi, Indikator Penelitian Pelayanan Publik dalam Izin Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung.

Dalam Sub Bab metode penelitian telah dikemukakan bahwa yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah pegawai/ aparatur birokrasi pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu, aparatur Dinas Bina Marga dan Pengairan, aparatur Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya, aparatur Dinas Pemakaman dan Pertamanan, aparatur Dinas Pelayanan Pajak, aparatur Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung serta PT Rajawali Neon. Semua aparatur ini diasumsikan pernah menangani atau melayani dan pernah dilayani dalam hal izin penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung.

Sesuai dengan instrumen penelitian yang digunakan maka peneliti telah melakukan wawancara secara mendalam kepada para informan tersebut bahkan telah dilakukan diskusi secara bersamaan dari berbagai SKPD terkait yang dijadikan informan (sumber informasi) dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya mengenai data informan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.1. Informan Penelitian Pelayanan Publik dalam Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung

No	SKPD	Ukuran
1	Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT)	3
2	Dinas Bina Marga dan Pengairan (DBMP)	1
3	Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya (Distarcip)	1
4	Dinas Pemakaman dan Pertamanan (Diskamtam)	1
5	Dinas Pelayanan Pajak (Disyanjak)	1
6	Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP)	2
7	Pengguna Layanan	3
Jumlah		12

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Berdasarkan tabel tersebut di atas yang dijadikan informan dalam penelitian pendekatan kualitatif ini sebanyak 12 orang. Dari ke 12 orang ini diasumsikan orang yang paling kompeten/ orang yang paling mengetahui pada bidangnya sehingga diharapkan dapat menelusuri dan mengurai serta dapat menjawab persoalan-persoalan yang dipertanyakan dalam penelitian ini sesuai dengan indikator yang telah ditentukan. Data selain diperoleh dari informan melalui wawancara dalam hal ini peneliti juga memperoleh data melalui penyebaran angket kepada responden sebagai pengguna layanan izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Untuk lebih jelasnya daftar ke 30 responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.2. Responden Penelitian Pelayanan Publik dalam Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung

No.	Nama Perusahaan	Ukuran
1	Amora Skia Café	1
2	PT FWD JA	1
3	PT OMRON	1
4	PT Squis JA	1
5	Apotek K.24 A.H.Nasution	1

6	Cafe JAPOS	1
7	Apotek Arcamanik Bandung	1
8	Cafe Universal	1
9	Java Resto Hotel	1
10	Balad Cafe Resto	1
11	Sasa Baby Shop	1
12	Sony Bandung	1
13	PT. Iwaki Bandung	1
14	LA Picola Bandung	1
15	Tip top café	1
16	Rodalink	1
17	Situs Variasi Bandung	1
18	Milla Weding Salon	1
19	MKE Konstruksi	1
20	Baby Shop	1
21	Bugar Sehat Bandung	1
22	Pedro Café	1
23	Megah Medica Bandung	1
24	Kedai Teras	1
25	Zafran Bandung Fashion	1
26	Aquaruis Net	1
27	Saraya klinik	1
28	Anggi cell	1
29	Kedai Masren	1
30	Patri Snack Cihampelas	1
Jumlah		30

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016.

Selain itu pada sub bab ini peneliti juga akan mendeskripsikan hasil penelitian baik hasil penelitian yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif maupun hasil penelitian melalui pendekatan

kuantitatif sebagai verifikasi terhadap penelitian pendekatan kualitatif sebelumnya. Rumusan masalah penelitian dalam pendekatan kualitatif dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Pemerintah Daerah Kota Bandung.
2. Apa faktor yang menentukan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung.

Sedangkan rumusan masalah penelitian ke 3 (tiga) melalui pendekatan kuantitatif adalah : “Apakah faktor yang ditemukan berpengaruh dominan terhadap kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung”.

Adapun dimensi dan indikator yang digunakan oleh peneliti sebagai tolok ukur dalam penelitian pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung ini sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Publik melalui dimensi dan indikator sebagai berikut :
 - a. **Tangibles/ Bukti Fisik/ Bukti Langsung**, dengan indikator sebagai berikut :
 - 1) Tersedianya ruangan pelayanan yang aman dan nyaman
 - 2) Tersedianya Peralatan dan perlengkapan kerja yang memadai
 - b. **Reliability/ Keandalan**, dengan indikator sebagai berikut :
 - 1) Keberadaan dan kesiapan pegawai dalam pemberian pelayanan.
 - 2) Keikhlasan dan Keinginan pegawai melaksanakan tugas tanpa pamrih dalam memberikan pelayanan
 - 3) Kreativitas pegawai mencari cara kerja yang lebih baik dalam memberikan pelayanan
 - 4) Adanya kerjasama antara pegawai dalam mempercepat proses pelayanan

- 5) Ketepatan dan Kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan.
- c. **Responsiveness/ daya tanggap**, dengan indikator sebagai berikut:
- 1) Ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan/ keresahan pengguna layanan.
 - 2) Ketanggapan pegawai terhadap keinginan atau harapan dari pengguna layanan.
 - 3) Ketanggapan pegawai terhadap masalah yang muncul dari pengguna layanan.
- d. **Assurance/ Jaminan**, dengan indikator sebagai berikut:
- 1) Tingkat Kejelasan informasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame
 - 2) Tingkat Kesederhanaan prosedur pelayanan izin penyelenggaraan reklame
 - 3) Tingkat Keamanan dan kenyamanan dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame
 - 4) Tingkat Kepastian waktu dan biaya pelayanan.
- e. **Empathy/ Empati**, dengan indikator sebagai berikut:
- 1) Tingkat kemudahan komunikasi antara penyedia layanan dengan pengguna layanan.
 - 2) Perhatian pribadi pegawai/ penyedia jasa terhadap pengguna layanan
 - 3) Tingkat Kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan.
2. **Kualitas Komunikasi Birokrasi** melalui dimensi dan indikator sebagai berikut :
- a. **Kualitas Komunikator**, dengan indikator sebagai berikut :
- 1) Tingkat Pemahaman pegawai atas peraturan-peraturan, ketentuan dan informasi yang berkaitan dengan izin penyelenggaraan reklame.

- 2) Tingkat Kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran atau gagasan/ ide dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame
- 3) Tingkat Kemampuan pegawai dalam menyerap atau memahami keinginan pengguna layanan izin penyelenggaraan reklame
- 4) Tingkat Kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pengguna layanan izin penyelenggaraan reklame.
- 5) Tingkat kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan.

b. Informasi yang disampaikan, dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Tingkat Kebenaran informasi yang disampaikan pegawai dalam pemberian pelayanan izin penyelenggaraan reklame.
- 2) Tingkat Ketepatan waktu dan informasi yang disampaikan pegawai dalam memberikan pelayanan
- 3) Tingkat Kesesuaian antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna layanan izin penyelenggaraan reklame.

c. Sarana Komunikasi atau Media, dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Tingkat kemudahan Penggunaan saluran telepon dalam memperlancar pemberian pelayanan
- 2) Ketersediaan Penggunaan papan pengumuman, poster tentang informasi prosedur pelayanan
- 3) Penggunaan brosur, stiker, poster tentang tatacara permohonan pelayanan
- 4) Intensitas Pemberian penyuluhan/ penerangan tentang tata cara permohonan pelayanan.

d. Penyampaian informasi, dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Tingkat Kejelasan tentang informasi pelayanan
- 2) Tingkat Kecukupan informasi permohonan pelayanan
- 3) Tingkat Kepastian permohonan pelayanan
- 4) Volume penyebaran informasi pelayanan
- 5) Tingkat Ketepatan atau keajegan tentang informasi permohonan pelayanan.

e. **Suasana Komunikasi**, dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Tingkat Keterbukaan aparat dalam proses pelayanan
- 2) Tingkat Kejujuran aparat dalam proses pelayanan
- 3) Tingkat Keakraban aparat dalam pemberian proses pelayanan
- 4) Tingkat Keadilan aparat dalam pemberian pelayanan.

Indikator-indikator tersebut dijabarkan ke dalam bentuk pertanyaan melalui angket penelitian pada lampiran 6 halaman 468 dan melalui pedoman wawancara pada lampiran 6 halaman 476.

5.2. Hasil Penelitian Pelayanan Publik dalam Izin Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung.

Dalam sub bab hasil penelitian ini peneliti menyajikan hasil penelitian yang dilakukan baik hasil penelitian melalui pendekatan kualitatif maupun hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian melalui pendekatan kualitatif ini mendeskripsikan hasil yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa informan terkait dan melalui hasil observasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti. Penelitian pendekatan kualitatif ini sebagai bentuk jawaban terhadap rumusan masalah nomor 1 dan rumusan masalah nomor 2 pada BAB I Pendahuluan. Sedangkan hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif peneliti sajikan berdasarkan pada hasil angket yang disebarkan kepada 30 responden sebagai pengguna layanan (Rajawali Neon) yang sifatnya memverifikasi terhadap penelitian kualitatif yang telah dilakukan sebelumnya dan sebagai bentuk jawaban terhadap rumusan masalah penelitian nomor 3.

5.2.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.

Melalui hasil penelitian pendekatan kuantitatif peneliti melakukan hasil uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen. Seluruh hasil analisis dalam penelitian ini, yaitu hasil analisis deskriptif dan analisis uji pengaruh, didasarkan pada instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas dengan teknik korelasi item-total melalui Koefisien Korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa seluruh item teruji valid. Demikian pula hasil uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha-Cronbach* menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel teruji reliabel.

Validitas dan reliabilitas diuji setelah prosedur penaikan skala data dari ordinal ke interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)* dilakukan, (hal ini dapat dilihat pada tabel lampiran 8.2. halaman 485). Penaikan skala ini sejalan dengan rancangan uji hipotesis melalui statistik parametrik, yaitu Analisis *Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, yang mensyaratkan skala pengukuran minimal interval.

Tabel 5.3. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Birokrasi

No. Item	$r_{\text{Item-Total}}$	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan	Kesimpulan
A1.	0,450	2,663	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
A2.	0,456	2,710	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
A3.	0,436	2,566	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
A4.	0,370	2,107	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
A5.	0,557	3,550	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B1.	0,459	2,732	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} >$	Valid

				t_{tabel})	
B2.	0,405	2,346	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
B3.	0,410	2,377	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
C1.	0,396	2,280	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
C2.	0,566	3,634	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
C3.	0,687	5,005	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
C4.	0,502	3,070	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D1.	0,612	4,096	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D2.	0,769	6,359	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D3.	0,564	3,618	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D4.	0,718	5,461	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D5.	0,525	3,268	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E1.	0,544	3,432	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E2.	0,607	4,046	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E3.	0,455	2,707	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E4.	0,411	2,388	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Keterangan:

$$t_{\text{tabel}} = t_{0,05(28)} \text{ (nilai } t_{\text{tabel}} \text{ pada } \alpha = 5\% \text{ tipe uji 1-sisi dan db} = n-2 \\ = 30-2 = 28) = 1,701$$

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item Komunikasi Birokrasi teruji valid. (Hasil uji validitas komunikasi birokrasi dapat dilihat pada tabel lampiran 8.4. halaman 488). Koefisien korelasi antara skor item dengan skor total seluruh item seluruhnya positif dan signifikan. Semakin tinggi nilai koefisien korelasi menggambarkan semakin tinggi derajat kevalidan item dalam mengukur variabelnya.

Tabel 5.4.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Publik

No. Item	$r_{\text{Item-Total}}$	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan	Kesimpulan
A1.	0,563	3,602	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
A2.	0,565	3,623	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B1.	0,376	2,146	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B2.	0,659	4,633	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B3.	0,549	3,477	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B4.	0,564	3,612	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
B5.	0,595	3,919	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
C1.	0,709	5,325	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$)	Valid
C2.	0,769	6,359	1,701	sig. ($t_{\text{hitung}} >$	Valid

				t_{tabel}	
C3.	0,622	4,207	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D1.	0,426	2,495	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D2.	0,639	4,397	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D3.	0,565	3,626	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D4.	0,690	5,039	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
D5.	0,574	3,713	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E1.	0,605	4,017	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E2.	0,638	4,381	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid
E3.	0,401	2,320	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti Tahun 2016

Keterangan:

$$t_{\text{tabel}} = t_{0,05(28)} \text{ (nilai } t_{\text{tabel}} \text{ pada } \alpha = 5\% \text{ tipe uji 1-sisi dan db} = n-2 = 30-2 = 28) = 1,701.$$

Hasil uji validitas kualitas pelayanan publik dapat dilihat pada tabel lampiran 9.4. halaman 493.

Tabel 5.5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel		r_α	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan	Kesimpulan
X	Komunikasi Birokrasi	0,865	9,122	1,701	sig. (t_{hitung} > t_{tabel})	Reliable
Y	Kualitas	0,886	10,111	1,701	sig.	Reliable

	Pelayanan Publik				$(t_{hitung} > t_{tabel})$	
--	-------------------------	--	--	--	----------------------------	--

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Keterangan:

r_α = koefisien reliabilitas *Alpha-Cronbach*

$t_{tabel} = t_{0,05(28)}$ (nilai t_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ tipe uji 1-sisi dan $db = n-2 = 30-2 = 28$) = 1,701.

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel teruji reliabel. Koefisien reliabilitas *Alpha-Cronbach* (r_α) untuk setiap variabel bernilai positif dan signifikan. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas menggambarkan semakin tinggi derajat kehandalan instrumen sebagai alat ukur. Tampak bahwa kedua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, dimana r_α terletak antara 0,80 - 1,000.

5.2.2. Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif berdasarkan pada hasil analisis distribusi frekuensi dan analisis kategorisasi skor total untuk masing-masing variabel penelitian. Deskripsi dilakukan atas data hasil pengukuran berskala ordinal. Berikut ini diuraikan hasil analisis deskriptif pada masing-masing variabel, baik pada variabel Komunikasi Birokrasi maupun Kualitas Pelayanan Publik. Deskripsi ini merupakan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif yang sudah dilakukan lebih awal daripada penelitian kuantitatif.

5.2.2.1. Kualitas Penyelenggaraan Pelayanan Publik (Pelayanan Izin Penyelenggaraan Reklame).

Pelayanan publik merupakan salah satu fungsi pemerintah yang harus dilaksanakan baik oleh Pemerintah Pusat maupun oleh Pemerintah Daerah. Pelayanan publik juga merupakan salah satu bagian penting bagi organisasi publik, karena bagaimana pun bentuk atau jenis kegiatan yang dilakukan oleh organisasi publik, khususnya

organisasi pemerintah sesungguhnya akan diproyeksikan bagi kepentingan publik. Pemerintah Kota Bandung sebagai sub sistem atau perpanjangan tangan dari Pemerintah Pusat senantiasa dituntut untuk dapat melaksanakan fungsinya yakni fungsi pelayanan, pembangunan, dan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan rakyat, karena tugas pokok dari pemerintah adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada masyarakat demi terpenuhinya kebutuhan masyarakat termasuk pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame merupakan tanggung jawab penuh bagi Pemerintah Kota Bandung.

Kontribusi yang paling akurat dalam pengukuran secara kualitas dalam menilai pelayanan yang diberikan penyedia jasa pelayanan dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame adalah melalui dimensi *tangibles*/ bukti langsung, *reliability*/ keandalan, *responsiveness*/ daya tanggap/ *assurance*/ jaminan dan *emphaty*/ empati.

Penelitian terhadap kualitas penyelenggaraan pelayanan publik khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame, setelah dioperasionalkan ke dalam 5 dimensi tersebut dan dijabarkan ke dalam 18 (delapan belas) indikator yang selanjutnya dijabarkan ke dalam 18 pertanyaan sesuai indikator yang ditentukan, ini dilakukan melalui penelitian pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian kualitatif ini juga diverifikasi melalui penelitian pendekatan kuantitatif. Dimana Variabel Kualitas Pelayanan Publik (Y) tersusun atas 5 (lima) dimensi dan 18 (delapan belas) indikator. Skor total variabel Kualitas Pelayanan Publik yang terdiri dari 18 (delapan belas) indikator untuk 30 (tiga puluh) pengguna layanan yang diteliti adalah sebesar 1659, sedangkan skor total persentasenya sebesar 51,8%. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa skor total persentase dari Kualitas Pelayanan Publik terletak antara batas median dan kuartil III (antara 50% s/d <75%). Posisi ini menunjukkan bahwa tingkat Kualitas Pelayanan Publik untuk pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada BPPT Pemda Kota

Bandung tergolong cukup. Tingkat Kualitas Pelayanan Publik secara keseluruhan dan dimensional dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.6. Kualitas Pelayanan Publik

Dimensi	Skor	Skor Persentase (%)	Kategori
Bukti Langsung	180	50,0	Cukup (50%-<75%)
Keandalan	456	51,0	Cukup (50%-<75%)
Daya Tanggap	270	50,0	Cukup (50%-<75%)
Jaminan	472	53,7	Cukup (50%-<75%)
Empati	281	53,1	Cukup (50%-<75%)
Keseluruhan	1659	51,8	Cukup (50%-<75%)

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Distribusi frekuensi dari tingkat Kualitas Pelayanan Publik pada 30 pengguna layanan yang diteliti untuk masing-masing kategori menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan (24 pengguna layanan atau 80,0%) menilai bahwa tingkat Kualitas Pelayanan Publik tergolong cukup (skor persentase antara 50% - <75%). Sedangkan sisanya (6 pengguna layanan atau 20,0%) memberikan penilaian kurang (skor persentase antara 25% - <50%). Kategorisasi tingkat Kualitas Pelayanan Publik untuk masing-masing pengguna layanan didasarkan pada skor total persentase dari skor total seluruh indikator (18 indikator). Distribusi frekuensi dari tingkat Kualitas Pelayanan Publik antar pengguna layanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.7. Kualitas Pelayanan Publik Antar Pengguna Layanan

Kategori Tingkat Kualitas	Frekuensi	Proporsi
Rendah	0	0,0%
Kurang	6	20,0%
Cukup	24	80,0%
Tinggi	0	0,0%
Jumlah	30	100,0%

Hasil penilaian atas tingkat Kualitas Pelayanan Publik untuk masing-masing dimensi dan indikator dapat dilihat/ ditampilkan pada sebaran beberapa tabel di bawah ini (mulai dari tabel 5.8, 5.9, 5.10, 5.11, dan 5.16) pada halaman 226 sampai dengan 321. Kategorisasi tingkat Kualitas Pelayanan Publik untuk masing-masing indikator didasarkan pada skor total persentase dari skor total Kualitas Pelayanan Publik untuk setiap indikator yang dihitung dari seluruh pengguna layanan (30 pengguna layanan).

Dari hasil penelitian pendekatan kuantitatif bahwa kualitas penyelenggaraan pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung dapat digambarkan atau dijabarkan sebagai berikut :

1. *Tangibles/ bukti fisik/ bukti langsung.*

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi *Tangibles/ bukti langsung* menunjukkan bahwa :

Tabel 5.8. Kualitas Pelayanan Publik melalui Dimensi *Tangibles*

No	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
A. <i>Tangibles/ Bukti Fisik</i>								
A1	Tingkat ketersediaan ruang pelayanan	0 (0%)	3 (10%)	24 (80%)	3 (10%)	0 (0%)	90 (50%)	Cukup
A2	Tingkat ketersediaan peralatan dan perlengkapan kerja	0 (0%)	3 (10%)	24 (80%)	3 (10%)	0 (0%)	90 (50%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi *Tangibles/ bukti fisik* yang dijabarkan ke dalam 2 (dua) indikator yakni tingkat ketersediaan ruang pelayanan dan tingkat ketersediaan peralatan dan perlengkapan kerja dalam proses pelayanan perizinan penyelenggaraan reklame menunjukkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 2 (dua) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup, ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase dalam dimensi *tangibles*/ bukti fisik ini sama-sama memiliki 50 %. Artinya dalam hal ini setiap indikator yang berada pada dimensi *tangibles*/ bukti fisik ini tidak memiliki skor total tertinggi dan tidak memiliki Skor total terendah karena secara kebetulan jawaban dari responden bobotnya sama baik dari indikator ketersediaan ruang pelayanan dengan ketersediaan peralatan dan perlengkapan kerja dalam proses pelayanan berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup yakni sama-sama memperoleh skor total 90 atau sebesar 50 %, yang berdasarkan pada hasil kategorisasi skor total persentase berada pada kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *tangibles*/ bukti fisik/ bukti langsung yang dijabarkan ke dalam 2 (dua) indikator tersebut di atas berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *tangibles*/ bukti fisik/ bukti langsung melalui indikator tingkat ketersediaan ruang pelayanan dan tingkat ketersediaan peralatan dan perlengkapan kerja dalam proses pelayanan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan seluruh jawaban responden yang memberi jawaban cukup. Hanya ada dalam instansi terkait saja yang merasa belum cukup dari ketersediaan ruang, ketersediaan perlengkapan dan peralatan kerja yakni pada bagian Satpol PP Kota Bandung karena tidak memiliki ruang untuk penyimpanan reklame hasil penertiban dan tidak memiliki alat yang cukup seperti *Crane* dan alat berat untuk melakukan pembongkaran terhadap pelanggaran reklame tersebut.

Dengan adanya ruang pelayanan yang cukup, peralatan dan perlengkapan kerja dalam proses pelayanan yang cukup baik dalam rangka sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan yang lebih berkualitas.

Untuk menciptakan pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan lebih berkualitas maka dalam hal ini pemerintah harus lebih memperhatikan terhadap ruang pelayanan dari unsur kenyamanan dan harus lebih memperhatikan lagi terhadap penambahan peralatan dan perlengkapan kerja yang terkait dengan kebutuhan Satpol PP. Karena Satpol PP dilapangan sebagai eksekutor terhadap semua pelanggaran izin reklame, seringkali di lapangan mengalami hambatan karena tidak didukung oleh ruang yang cukup dan juga tidak didukung oleh peralatan dan perlengkapan kerja yang cukup sehingga dapat menghambat terhadap kinerja Satpol PP dalam melaksanakan tugasnya.

Melalui pendekatan kualitatif terhadap dimensi *tangibles* melalui indikator tingkat ketersediaan ruang pelayanan dan tingkat ketersediaan peralatan dan perlengkapan kerja dapat digambarkan/ dideskripsikan pada uraian berikut.

a. **Ketersediaan Ruang pelayanan yang nyaman.**

Untuk mengetahui ketersediaan ruang pelayanan dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame peneliti dalam hal ini melakukan wawancara dengan informan. Jawaban informan dari salah satu staf pelaksana BPPT terhadap ruang pelayanan izin penyelenggaraan reklame menyatakan bahwa :

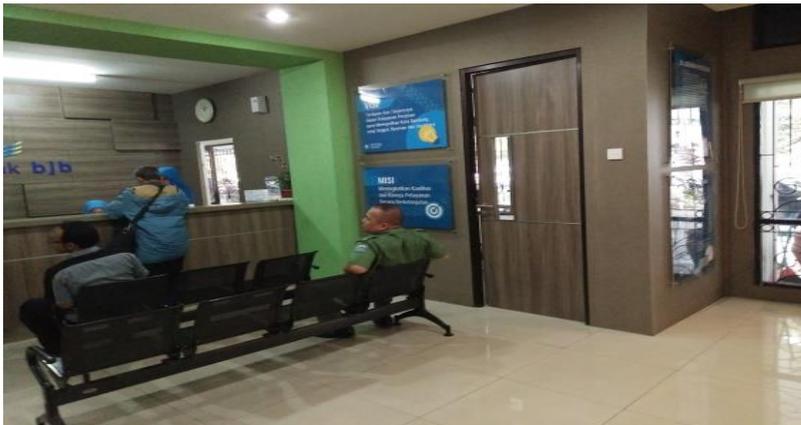
“Ruang pelayanan sudah nyaman atau dapat dikatakan sudah cukup baik, ruangan sudah difasilitasi dengan AC, kapasitas luas ruangan cukup memadai walaupun harus menyatu dengan cluster lain mengingat pada BPPT Kota Bandung ini untuk menyelenggarakan jenis pelayanan sebanyak 24 (dua puluh empat) jenis layanan ini dibagi ke dalam 4 (empat) Cluster.

Dimana Claster yang satu dengan yang lainnya ini secara terbuka berada dalam 1 (satu) ruangan besar tidak berada dalam ruangan yang berbeda, hal ini setiap individu tentunya memang harus memahami jenis pelayanan tersebut dan berada pada Claster yang mana supaya pelayanan ini berjalan sesuai dengan harapan”. Selanjutnya menyatakan bahwa: “Selain itu juga dalam ruangan pelayanan disediakan ruang tunggu yang cukup representatif dan ditunjang dengan adanya fasilitas TV dikawasan ruang tunggu sehingga pengguna layanan dapat menikmati acara-acara yang ada di Televisi sambil menunggu proses pelayanan berlangsung”. (Evie Triana. Maret 2016)

Dengan demikian berdasarkan pada informasi dari salah satu staf BPPT bahwa ruang pelayanan dalam proses pemberian izin pelayanan penyelenggaraan reklame dapat dikatakan cukup memadai untuk proses pelayanan izin reklame.

Berikut ini adalah gambar ruang pelayanan di BPPT Kota Bandung :

Gambar 5.1. Ruang Pelayanan Pada BPPT Kota Bandung.





Sumber : Dokumentasi Peneliti Tahun 2016

Selain melakukan wawancara, peneliti juga melakukan observasi lapangan, hal tersebut menunjukkan bahwa ruang pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada BPPT relatif sesuai dengan kebutuhan pengguna layanan, karena secara standar pelayanan sudah terpenuhinya. Kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang baik yaitu dapat ditunjukkan oleh suatu sikap dan cara dalam melayani masyarakat secara memuaskan. Melayani masyarakat setiap saat itu merupakan salah satu fungsi dari aparatur pemerintah yang seharusnya dipertahankan. Berlaku sopan santun, ramah dan menolong serta profesional dan mempunyai kemampuan berbagai hal dari pihak pemerintah pada kondisi saat ini sudah sulit diperoleh oleh masyarakat. Saat ini sudah tidak mengherankan lagi apabila pemerintah keinginannya untuk dilayani walaupun itu merupakan sesuatu hal yang keliru.

Pada Pemerintah Kota Bandung dalam hal ini BPPT sebetulnya sudah memprogramkan pelayanan berbasis *online* sejak tanggal 28 Mei 2015 akan tetapi program ini belum berjalan dengan optimal karena masih banyaknya pihak yang belum memahami pelayanan berbasis *online* tersebut. Belum memahaminya pelayanan berbasis *online* sebagian pengguna layanan ini berdasarkan hasil observasi peneliti

dikarenakan kurang **sosialisasi/ kurangnya kejelasan informasi** yang disampaikan dari pihak BPPT ke pengguna layanan. Padahal kalau memperhatikan dari tujuan pelayanan berbasis *online* ini antara lain untuk memudahkan dan mempercepat proses pelayanan, untuk menghindari terjadinya kontak fisik antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan. Akan tetapi kenyataannya tidak demikian, kurangnya sosialisasi dari pihak BPPT terhadap pengguna layanan ini berdampak kepada minimnya **informasi** yang diperoleh oleh pengguna layanan, ini artinya adalah **belum terjalin komunikasi birokrasi** secara baik dengan pengguna layanan dan terjadi penumpukan pengguna layanan dalam ruang informasi sehingga proses layanan terlihat lebih lambat.

Dalam penyelenggaraan proses pelayanan BPPT seharusnya mengedepankan kualitas pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip pelayanan yang diterapkan yaitu prinsip kesederhanaan, kejelasan, kepastian waktu, akurasi, keamanan, tanggungjawab, kelengkapan sarana dan prasarana, kemudahan akses, kedisiplinan, kesopanan dan keramahan serta kenyamanan akan tetapi dalam praktiknya proses pelayanan khususnya izin penyelenggaraan reklame sulit direalisasikan misalnya dalam hal ketepatan waktu penyelesaian permohonan perizinan, kedisiplinan, kemudahan akses ini masih adanya kendala sehingga proses pelayanan dapat terganggu. Begitu juga pelayanan yang unggul yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan sulit didapatkan padahal itu merupakan suatu kewajiban pemerintah memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

b. Ketersediaan Peralatan dan Perlengkapan Kerja Yang Memadai.

Untuk mengetahui peralatan dan kelengkapan kerja memadai atau tidaknya dalam menunjang izin penyelenggaraan reklame, selain melakukan wawancara dengan informan peneliti juga secara langsung mengamati terhadap hal tersebut. Hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT menyatakan bahwa : “sarana peralatan dan perlengkapan

kerja dalam ijin penyelenggaraan reklame sudah relatif memadai, ini ditandai dengan cukup menunjang terhadap pekerjaan dalam melakukan proses pelayanan tersebut”. (Evi Triana. Maret 2016)

Hasil observasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa sarana peralatan dan perlengkapan kerja dalam izin penyelenggaraan reklame relatif memadai/ cukup memadai. Sarana peralatan dan perlengkapan sebagai alat penunjang bagi pemberian pelayanan kepada masyarakat bahkan dapat dikatakan merupakan faktor penting dalam pemenuhan terlayannya masyarakat. Tanpa ditunjang oleh sarana dan prasarana yang lengkap pelayanan kepada masyarakat akan terhambat. Namun demikian diharapkan nantinya adanya penambahan terhadap **keterbatasan sarana dan prasarana** pelayanan karena akan mempengaruhi terhadap proses pemberian pelayanan dengan baik.

Sarana dan prasarana merupakan unsur pendukung dalam kualitas penyelenggaraan pelayanan, karena ketika sumber daya manusia yang kompeten dan handal sudah ada sedangkan sarana prasarana belum memadai maka menjadi persoalan dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan kepada masyarakat sehingga untuk merealisasikan kebutuhan masyarakat tidak akan terpenuhi dengan baik serta akan **memakan waktu yang lama**.

Untuk mengetahui bahwa dukungan sarana prasarana terhadap kualitas pelayanan dan mensukseskan pelayanan izin penyelenggaraan reklame, maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Menurut Kasubag. Informasi dan Pelayanan Pengaduan BPPT Kota Bandung mengemukakan bahwa: “mengenai penyelenggaraan izin reklame per tanggal 28 mei 2015 sudah dilakukan secara *online* dan dokumennya pun dikirim melalui pos”. (Yuli Ekadianty, Maret 2016). Selanjutnya berkaitan dengan perizinan di Kota Bandung disampaikan oleh Kasubag. Informasi dan Pelayanan Pengaduan mengeluhkan bahwa:

“Pelayanan izin di Kota Bandung prosesnya lumayan lama sampai dengan dikeluarkan izinnya sehingga dengan adanya sistem *online* diharapkan dapat mempermudah proses perizinan bukan menambah permasalahan dalam pelayanan perizinan juga secara *online* dapat menghindari kontak fisik antara pelaksana dengan pengguna pelayanan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan”. (Yuli Ekadianty. Maret 2016)

Selain itu sarana prasarana yang menunjang dalam proses pengawasan menurut Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame, mengungkapkan bahwa :

“sarana prasarana penunjang pengawasan dan pengendalian reklame sudah relatif baik. Alat-alat yang diperlukan dalam pengawasan dan pengendalian seperti komputer, printer dan yang di lapangan kendaraan mobil, tali, alat perkakas lainnya sudah ada walaupun dalam kapasitas jumlah yang terbatas. Selain itu Diskamtam juga membuat tiang pancang panggung reklame”. (Iwan Sugiono. April 2016)

Selanjutnya menurut informan lainnya yaitu salah satu tim teknis dari Dinas Bina Marga dan Pengairan mengemukakan bahwa

“sarana dan prasarana sudah relatif mencukupi”. Pernyataan tersebut berbeda dengan yang disampaikan Kasi T. Arsitektur Kota Distarcip Kota Bandung yang juga terlibat sebagai tim teknis, disampaikannya bahwa: “sarana dan prasarana belum mendukung untuk pelaksanaan tugas di Distarcip. Dalam melakukan pekerjaannya saat ini sudah menggunakan sistem *online* sementara laptop yang digunakan dengan kondisi yang sudah lama dengan kapasitas yang sangat terbatas dengan spek yang sederhana, selain itu di Distarcip kesulitan mendapatkan *wifi*, hal ini menghambat pekerjaan sehingga baru bisa kerja dengan *wifi* yang ada di rumah petugas dan dapat dilaksanakan di luar jam kerja, seringkali hal ini terjadi karena dengan sistem

online ini sangat tergantung kepada jaringan sistem sebetulnya hal ini juga diakuinya sebagai masalah baru dalam proses penyelenggaraan reklame”. (Deni Hendarsyah. April 2016)

Kemudian menurut salah satu staf dari Penyidik Satpol PP Kota Bandung menyatakan bahwa:

“sarana prasarana dalam penertiban reklame Satpol PP Kota Bandung sangat belum memadai, salah satunya belum memiliki alat berat yang mendukung proses penertiban reklame, belum memiliki gudang penyimpanan barang bukti reklame saat ini sifatnya masih ngontrak/ sewa sifatnya per 2 (dua) tahun sekali mencari gudang yang baru, belum memiliki lahan penyimpanan kendaraan operasional, serta bangunan kantor dan luas bangunan yang terbatas, sehingga hal ini sangat menyulitkan bagi petugas dan akhirnya memberi peluang semakin banyaknya reklame liar (tidak berizin) di Kota Bandung, karena ada keterlambatan dalam penertiban yang dilakukan oleh satpol PP”. (Henry Kusuma. Maret 2016)

Berdasarkan hasil wawancara kepada para informan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa dalam indikator sarana prasarana di lingkungan pelaksana pelayanan juga merupakan sumber daya yang mendukung dalam kualitas penyelenggaraan pelayanan. Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan hal yang penting terutama dalam kegiatan teknis di lapangan dalam merealisasikan tujuan yang ditetapkan dalam kebijakan serta hal yang penting dalam mendukung proses penyelenggaraan pelayanan termasuk penyelenggaraan reklame.

Sarana prasarana yang ada dalam melakukan pelayanan perizinan sudah cukup memadai. Pelaksanaan pemberian izin penyelenggaraan reklame oleh Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung dalam upaya memberikan informasi mengenai pengurusan perizinan dapat diakses melalui **media iklan** dan **website** walaupun **sifatnya masih terbatas**. Keterbatasan informasi yang bisa diakses oleh pengguna

layanan ini sebagai dampak dari minimnya **media informasi** yang diberikan sehingga berakibat **lemahnya komunikasi** yang dibangun oleh pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan. Selain itu juga di dalam pengurusan perizinan reklame, saat ini sudah difasilitasi melalui sistem *online*. Hal ini tentunya akan memberikan kemudahan kepada pemohon dalam mengurus persyaratan perizinannya karena pendaftaran di proses melalui *online* (bppt.bandung.go.id) dan dokumen penerbitan izinnya akan dikirimkan melalui pos. Selain itu dukungan sarana prasarana dalam melakukan pengawasan sudah cukup baik, tersedianya alat-alat yang diperlukan dalam melakukan pengawasan di lapangan.

Sementara **sarana prasarana** yang dimiliki oleh Satpol PP untuk menunjang pelaksanaan kebijakan Perda Nomor 4 Tahun 2012 belum memadai. Pihak yang berwenang dalam melakukan penertiban dan **pembongkaran belum memiliki peralatan khusus** dalam melakukan pembongkaran terhadap reklame berukuran besar seperti **belum memiliki crane** untuk menahan reklame ukuran besar. Pada faktanya alat-alat tersebut telah diajukan anggarannya oleh Satpol PP hanya saja yang menjadi kendala lain pihaknya **belum memiliki gudang tempat penyimpanannya**, sehingga menimbulkan banyaknya reklame liar dan reklame tidak berizin bahkan sampai sebesar **60 %** reklame di Kota Bandung tidak berizin. Selain itu kantor Satpol PP yang bertempat di Jl. Martanegara Kota Bandung ini memiliki ruangan yang terbatas dan halaman yang terbatas tentunya tidak bisa menampung hasil penertiban, sementara ruangan untuk penyimpanan alat-alat dan barang-barang hasil pembongkaran memerlukan ruangan yang luas yang posisinya saat ini masih ngontrak. Dalam situasi seperti ini seharusnya Pemerintah Kota Bandung harus mampu mengkoordinir terhadap sarana prasarana yang dibutuhkan untuk menunjang terselenggaranya Perda No. 04 Tahun 2012 dalam melakukan penertiban reklame sehingga penyelenggaraan pelayanan dapat dikatakan berkualitas dan

dapat meminimalisir tidak terjadinya pertumbuhan reklame liar/reklame tidak berizin.

Atas dasar tersebut peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sarana prasaranana yang mendukung dalam proses penyelenggaraan reklame khususnya yang berkaitan dengan instansi yang melakukan penertiban dan pembongkaran dalam hal ini Satpol PP belum terpenuhi. Perlu adanya penambahan peralatan dan perlengkapan yang mendukung dalam proses pembongkaran. Dengan demikian jika sarana prasarana sudah memadai akan mendukung proses keberhasilan penyelenggaraan reklame, dalam hal ini proses pelayanan **akan tepat waktu** dan dapat meminimalisir keberadaan reklame-reklame yang tidak sesuai dengan kebijakan baik itu dalam bentuk Peraturan Daerah maupun dalam Peraturan Wali Kota sehingga berjalan dengan baik dan lancar dan proses penyelenggaraan pelayanan akan lebih berkualitas serta sasaran pelayanan tercapai yaitu dapat terpenuhinya kebutuhan masyarakat sebagai pengguna pelayanan khususnya pelayanan penyelenggaraan reklame secara tepat waktu.

Dengan dapat meminimalisir reklame yang tidak berizin ini dapat berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah, jika reklame yang ada di Kota Bandung itu semua mengantongi izin maka pajak reklame akan tercapai, yang saat ini pada tahun 2016 ketercapaian pajak reklame ini hanya sebesar 8,10 % dari target yang ditetapkan. Data dari Kantor Pelayanan Pajak Kota Bandung target pajak reklame pada tahun 2016 sebesar Rp.316.000.000.000., dan hanya terealisasi sebesar Rp.25.646.023.484., atau sebesar 8,10%, tentunya ini akan berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung, dimana Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung paling besar itu dari 9 mata pajak (pajak hotel, restoran, hiburan, PPJ, BPHTB, parkir, reklame, air tanah dan PBB), hanya dari pajak reklame yang tidak tercapai target.

Berdasarkan seluruh indikator yang berada pada dimensi *Tangibles*/ bukti langsung menunjukkan relatif cukup baik, hanya saja

dalam ketersediaan ruangan pelayanan masih dikatakan kurang nyaman karena dari 24 (dua puluh empat) jenis pelayanan yang ada di BPPT hanya dibagi ke dalam 4 (empat) claster, dalam masing-masing claster tidak ada petunjuk/ rincian pembagian pelayanan, bahkan ke 4 (empat) claster ini berada dalam 1 (satu) ruangan besar sehingga secara tidak langsung dapat mengganggu proses pelayanan. Begitu juga belum tersedianya ruang penyimpanan reklame sebagai hasil pembongkaran dan belum memadainya *crane* sebagai penahan reklame yang berukuran besar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian pendekatan kualitatif maupun pendekatan kuantitatif menunjukkan hasil yang relevan terhadap dimensi *tangibles* melalui indikator tingkat ketersediaan ruang pelayanan dan tingkat ketersediaan peralatan kerja yaitu menunjukkan hasil yang sama dalam kategori cukup.

2. *Reliability/ Keandalan*

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi *Reliability/ keandalan* menunjukkan bahwa :

Tabel 5.9. Kualitas Pelayanan Publik melalui dimensi *Reliability*

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
B. <i>Reliability/ Keandalan</i>								
B1.	Keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan	0 (0%)	6 (20%)	23 (76,7%)	1 (3,3%)	0 (0%)	95 (54,2%)	Cukup
B2.	Keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih	0 (0%)	5 (16,7%)	19 (63,3%)	6 (20%)	0 (0%)	89 (49,2%)	Kurang
B3.	Tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik.	0 (0%)	3 (10%)	25 (83,3%)	2 (6,7%)	0 (0%)	91 (50,8%)	Cukup
B4.	Tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan	0 (0%)	1 (3,3%)	27 (90%)	2 (6,7%)	0 (0%)	89 (49,2%)	Kurang

B5.	Tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan	0 (0%)	5 (16,7%)	22 (73,3%)	3 (10%)	0 (0%)	92 (51,7%)	Cukup
-----	---	--------	-----------	------------	---------	--------	------------	-------

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi *Reliability/* keandalan yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator ini memiliki dua kategori jawaban, ada jawaban responden yang menyatakan cukup terhadap 3 (tiga) indikator yang berada pada dimensi *Reliability/* keandalan yakni keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik dan tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan menunjukkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Sedangkan jawaban responden yang menyatakan kurang terhadap 2 (dua) indikator yang berada pada dimensi *Reliability/* keandalan yakni pada indikator keinginan/ keikhlasan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dan terhadap indikator tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 5 (lima) indikator tersebut memberi jawaban dalam dua kategori jawaban yakni memberi jawaban cukup terhadap 3 (tiga) indikator dan memberi jawaban kurang terhadap 2 (dua) indikator yang berada pada dimensi *Reliability/* keandalan. Untuk indikator yang memperoleh jawaban cukup dari responden yakni indikator keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, indikator tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik dan indikator tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase tertinggi berada pada indikator tingkat keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan dengan skor total 95 atau sebesar 54,2% yang berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik yakni memperoleh

skor total 91 atau sebesar 50, 8% yang sama-sama berada dalam kategori cukup.

Sedangkan jawaban responden yang menunjukkan kurang berada pada indikator keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dan pada indikator tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan sama-sama memperoleh skor total 89 atau sebesar 49,2%.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Reliability*/ keandalan yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator tersebut di atas berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap 3 (tiga) indikator menyatakan cukup dan memberi jawaban terhadap 2 (dua) indikator yang menyatakan kurang. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Reliability*/ keandalan melalui indikator keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik dan tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan responden yang memberi jawaban cukup. Dengan adanya keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik dan tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan yang cukup dalam rangka sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan menciptakan pelayanan yang lebih berkualitas.

Sedangkan responden dan informan yang memberikan jawaban kurang terhadap indikator keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dan terhadap indikator tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan. Hal ini dikarenakan masih terdapatnya oknum petugas satpol PP yang mengeluarkan surat izin palsu penyelenggaraan reklame serta melakukan pungutan liar terhadap

pengguna layanan reklame hanya dalam rangka mengedepankan kepentingan pribadi. Selain itu juga responden dan informan memberikan jawaban kurang terhadap indikator tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame karena ini dibuktikan dengan masih lemahnya kerjasama yang dilakukan oleh instansi terkait dalam penyelenggaraan reklame masih dirasakan kurang, dan banyaknya instansi terkait yang terlibat dalam proses penyelenggaraan reklame.

Akan tetapi apabila diperhatikan terhadap aturan yang ada sebenarnya tidak ada alasan karena banyaknya instansi yang terkait dalam penyelenggaraan reklame karena penjabaran tugas masing-masing sudah dijelaskan secara jelas dalam aturan tersebut. Dengan demikian dalam dimensi *Reliability*/ keandalan ini perlu ditingkatkan terutama dalam indikator keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dan peningkatan terhadap indikator tingkat kerjasama antara pegawai dalam proses pelayanan demi terwujudnya proses pelayanan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih berkualitas sehingga dapat terpenuhinya keinginan pengguna layanan secara utuh.

Melalui pendekatan kualitatif terhadap dimensi *Reliability* yang dijabarkan ke dalam indikator keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih, tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik, tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan, dan tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan dapat digambarkan/ dideskripsikan dalam uraian berikut ini.

a. Keberadaan dan Kesiapan Pegawai dalam Memberikan Pelayanan

Keandalan dalam sebuah pelayanan termasuk pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame merupakan kemampuan para pegawai atau yang sering disebut dengan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera

secara akurat, tepat sasaran, berkualitas dan memuaskan. Jawaban informan berdasarkan hasil wawancara dapat digambarkan bahwa Sumber Daya Manusia merupakan sumber daya yang penting dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan, sehingga menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas yang mampu melaksanakan tugas sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Jumlah SDM yang cukup menjadi faktor pendukung bahkan menjadi penentu utama dalam kualitas penyelenggaraan pelayanan publik khususnya sebagai penentu dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

Begitu juga kegagalan yang terjadi dalam penyelenggaraan pelayanan salah satunya bisa disebabkan karena faktor SDM yang tidak memadai baik secara kuantitas maupun secara kualitas. SDM tidak memiliki keahlian dibidangnya, SDM tidak memahami akan peraturan-peraturan atau SDM tidak siap menjalankan tugas, fungsinya sehingga SDM dalam hal ini adalah aparatur pemerintah sebagai pelaksana dari pelayanan harus memiliki kompetensi dan kemampuan pada bidang masing-masing, sehingga diharapkan proses pelayanan dapat berjalan dengan cepat dan akurat. SKPD yang terlibat dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang di atur oleh Perda Nomor 4 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut yaitu Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung, Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya Kota Bandung, Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung, Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung, dan Satpol PP kota Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa informan yang hasilnya memiliki sudut pandang dan pendapat berbeda dalam menanggapi setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Intinya adalah bahwa SDM yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame belum semuanya terpenuhi. Hasil wawancara dengan salah satu Staf Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota

Bandung mengemukakan bahwa: “sumber daya manusia yang berkaitan dengan pemberian izin di BPPT Kota Bandung secara kuantitas sudah cukup, ada 8 (delapan) orang diantaranya 2 (dua) orang petugas bantuan pendaftaran, 3 (tiga) orang bagian verifikasi, di bagian pencetakan 2 (dua) orang, dan bagian penomoran ada 1 (satu) orang, akan tetapi secara kualitas masih perlu ditingkatkan karena masih adanya aparat yang belum sepenuhnya **memahami aturan dan belum sepenuhnya mampu menyampaikan gagasan** serta belum sepenuhnya mampu **menjawab persoalan** pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Senada dengan hal itu Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung mengemukakan bahwa: “SDM di Diskamtam yang berhubungan dengan pengawasan dan pengendalian secara kuantitas sudah cukup dengan memiliki lebih dari 30 (tiga puluh) anggota, ke 30 (tiga puluh) tersebut ada yang berasal dari PNS yang sekarang berubah nama menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN) melalui Undang-undang Nomor 5 tahun 2014 dan ada juga pegawai yang harian lepas atau bukan merupakan ASN Kota Bandung. Sedangkan apabila dilihat dari kualitas belum maksimal masih perlu ditingkatkan, kadangkala di lapangan masih ada petugas yang **belum paham** harus apa yang dikerjakan”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya menurut pelaksana di Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung yang termasuk salah satu tim teknis terkait pemberian izin reklame yang akan didirikan pada tanah milik negara dalam hal izin konstruksi, menyatakan bahwa:” Sumber daya manusia yang berhubungan dengan pemberian izin konstruksi di Dinas Bina Marga dan Pengairan baik secara kuantitas maupun **secara kualitas belum memadai** dengan memiliki 1 (satu) seksi yang tergabung dalam tim teknis penyelenggaraan reklame”. (Deni Hendarsyah. April 2016). Kemudian menurut Kasi Arsitektur Kota Dinas Tata Ruang dan Cipta

Karya Kota Bandung yang juga terlibat sebagai tim teknis yang berhubungan dengan pemberian rekomendasi terhadap penyelenggaraan reklame yang didirikan pada tanah persil menegaskan bahwa: “sumber daya manusia yang dimiliki sebagai tim teknis sudah cukup”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Hal ini berbeda dengan instansi lain yang sudah memiliki sumber daya manusia yang cukup dalam penyelenggaraan reklame, lain halnya dengan jawaban dari staf penyidik Satpol PP Kota Bandung yang menyatakan bahwa: “sebaliknya **belum memiliki sumber daya manusia yang cukup** dan memadai di dalam melaksanakan tugasnya”. (Henry Kusuma. Maret. 2016). Hal ini disampaikan oleh Penyidik Satpol PP Kota Bandung, dan selanjutnya menyampaikan bahwa:

“sumber daya manusia dalam hal penegakkan tugas dalam penyelenggaraan reklame belum semua personil Satpol PP paham betul terhadap Perda penyelenggaraan reklame hanya terbatas kepada orang-orang tertentu. Dalam melakukan pembongkaran tim teknis menyewa ke pihak ke tiga karena tidak semua memiliki keahlian dalam melakukan pembongkaran”. (Henry Kusuma. Maret. 2016)

Berdasar pada hasil wawancara tersebut maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator sumber daya manusia dari segi perencanaan pola penyebaran peletakan reklame yang dilakukan oleh tim teknis cukup memadai, begitupun sumber daya manusia dalam pelayanan perizinan reklame oleh BPPT dan pengawasan pengendalian oleh Diskamtam secara kuantitas sudah memadai akan tetapi secara kualitas perlu ditingkatkan, misalnya saja **perlu ditingkatkan pemahaman pegawai terhadap Peraturan Pemerintah, perlu ditingkatkan kemampuan pegawai dalam menyampaikan gagasan dan kemampuan pegawai dalam menjawab persoalan pengguna layanan**. Namun sumber daya manusia yang berhubungan dengan penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Bandung belum

memadai ini terlihat dari kurangnya personil yang berkompeten dalam melakukan penertiban reklame karena terbatasnya SDM yang memahami dalam kegiatan penertiban atau pembongkaran reklame tersebut.

Pemahaman terhadap suatu aturan khususnya Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan reklame di Kota Bandung sangatlah diperlukan, karena Perda ini merupakan suatu kebijakan pemerintah Daerah yang dipedomani sebagai petunjuk teknis di lapangan dalam penyelenggaraan reklame. Walau diakui bahwa Perda dan Perwal Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung harus segera direvisi karena dianggap sudah tidak relevan, hal ini seperti yang disampaikan oleh Aan Andi Purnama “Untuk saat ini Perda dan Perwal tentang Reklame perlu direvisi dengan alasan tidak sesuai lagi dengan kondisi saat ini, hal ini mengakibatkan pemasangan reklame yang tidak tertata dengan baik, sehingga menimbulkan pemasukan reklame sulit dipantau sehingga rentan dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab demi keuntungan pribadi.” Lebih lanjut Aan menyatakan bahwa : “merevisi ke dua peraturan tersebut dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, menjaga estetika kota, agar tetap menawan sehingga warga kota akan menjadi bangga dan akan menarik wisatawan yang lebih banyak lagi. Begitu juga dengan merevisi aturan itu juga dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada para pengusaha yang akan memasang reklame, bukan hanya tentang kepastian hukumnya, tetapi juga soal tata kelola perizinan dan pemasangan reklame sebagai hak pengusaha di dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat.”

Dengan demikian melalui revisi perda dan perwal ini diharapkan mempunyai peraturan yang lebih baik di dalam pemasangan reklame maka keindahan kota akan semakin baik, demikian pula masalah PAD dipastikan akan optimal, angka kebocoran akan berkurang sehingga pajak reklame yang masuk ke pemerintah akan meningkat pula,

sehingga merevisi perda dan perwal tentang reklame dianggap menjadi kunci terwujudnya penataan keindahan kota sekaligus optimalisasi pendapatan atas pajak reklame, hal ini semua tentunya dipengaruhi oleh faktor SDM yang berkualitas dan paham akan suatu aturan dalam mengimplementasikannya.

Keterbatasan SDM yang dimiliki oleh Satpol PP ini menimbulkan adanya oknum yang membantu proses pelayanan izin reklame, ini disampaikan oleh Penyidik Satpol PP Kota Bandung yang menyatakan bahwa:

“keberadaan reklame liar di Kota Bandung salah satunya karena adanya **keterlibatan oknum aparat** di lingkungan Pemerintah Kota Bandung, lebih lanjut menyatakan bahwa dari kasus yang sudah ada, oknum Satpol PP sendiri ada yang terlibat **berinisial AA**, pejabat Satpol PP yang ditetapkan sebagai tersangka menyalahgunakan kewenangan dengan mengeluarkan izin reklame palsu. Oknum tersebut terpublikasikan dalam media cetak harian Kompas yang diterbitkan pada hari Senin tanggal 2 Maret Tahun 2015 yang lalu (2 Maret 2015) dan terpublikasikan melalui media elektronik lokal melalui saluran PJTV dan INEWS TV pada tanggal 1 maret dan 3 maret 2015 : “Seorang oknum pejabat yang menjabat sebagai salah satu Kepala Seksi Satpol PP Kota Bandung berinisial AA resmi ditetapkan sebagai tersangka terlibat kasus pemerasan pengurusan izin reklame di 16 (enam belas) titik di Kota Bandung. AA menyalahgunakan kewenangan sebagai pejabat Satpol PP dengan **mengeluarkan izin reklame palsu**, yang semestinya surat izin itu hanya bisa dikeluarkan oleh BPPT. Agar urusan lancar, izin pemasangan reklame dimahalkan. Akibat surat izin palsu, beberapa perusahaan yang telah membayar mahal untuk memasang reklame iklan tersebut akhirnya dibongkar karena tidak berizin secara resmi yang

dikeluarkan oleh BPPT Kota Bandung. ”.(Henry Kusuma. Maret 2016).

Dengan kejadian kasus tersebut menunjukkan lemahnya **mental aparatur** dalam mensukseskan izin penyelenggaraan reklame demi terpenuhinya kebutuhan pribadi dan tergiur dengan bayaran mahal akan tetapi cara yang dilakukan sudah barang tentu melanggar peraturan yang ada dan mencoreng citra dan wibawa dari Pemerintah Daerah Kota Bandung dalam hal ini BPPT Kota Bandung yang seharusnya sebagai aparat mengedepankan prinsip-prinsip pelayanan dalam penyelenggaraan pelayanan publik

Terkait dengan peletakan dan pemasangan reklame tanpa izin seperti kasus tersebut di atas ketika masalah tersebut dikonfirmasi kepada pihak BPPT, salah satu Staf Bidang Perizinan IV BPPT Kota Bandung menyatakan bahwa:

“tidak tahu mengenai reklame yang berdiri tanpa izin, hal ini dikarenakan BPPT tidak turun langsung ke lapangan, dalam hal ini BPPT hanya sebagai penyelenggara administrasi izin reklame. Dalam hal ini BPPT tidak mengetahui kepemilikan reklame secara rinci karena ini membutuhkan waktu untuk mensinkronisasikannya dengan data yang ada, maka dengan demikian bagi petugas lapangan perlu adanya kerjasama dan melakukan koordinasi yang baik dengan BPPT”. (Wawan Khairullah. Maret 2016).

Dengan adanya kerjasama dan koordinasi yang baik maka akan terketahui dan terdetek jika ada yang melanggar. Dalam hal ini BPPT hanya memiliki dan mengantongi data reklame yang memiliki izin melalui prosedur yang ditetapkan secara sah. Disamping itu jika ada reklame yang sudah terpasang ketika proses pengurusan izin masih berjalan namun bisa tayang hal itu dikarenakan adanya kesalahpahaman dari pihak pemohon terkait resi yang dikeluarkan oleh BPPT yang dianggap sebagai dokumen sah sebuah izin yang

dikeluarkan oleh BPPT. Untuk meminimalisir terjadinya hal yang menyimpang saat ini perizinan di BPPT Kota Bandung sudah menggunakan sistem *online* sehingga pihak pemohon tidak bertemu langsung dengan petugas pelayanan, diharapkan sistem *online* dapat membantu proses pelayanan lebih cepat, tepat waktu dan menghindari adanya kontak fisik antara pemohon dengan pelaksana sehingga terjadinya negosiasi dapat diminimalisir. Akan tetapi dalam praktiknya sistem *on line* belum berjalan secara optimal, masih banyak pengguna layanan yang tidak mengetahui dan memahami sistem *on line* tersebut, ini artinya adalah bisa saja dari pihak pelaksana pelayanan (BPPT) yang kurang melakukan sosialisasi perihal sistem *on line* tersebut.

Dengan berbagai reklame yang berdiri tanpa izin berdasarkan data yang diperoleh dari pihak BPPT sebesar 60 % reklame yang tidak berizin di Kota Bandung saat ini dan yang tercatat memiliki izin hanya 6.700 reklame yang berizin dan sekitar 13- 14 ribu reklame yang ada di Kota Bandung tidak berizin pada tahun 2016 ini, sebagai contoh Jalan Cihampelas dari 300 reklame hanya ada 70 reklame yang berizin dan sisanya tidak berizin atau reklame yang berada di kawasan bebas reklame yang terus bermunculan dan beragam tersebar di Kota Bandung menjadi tugas yang tidak mudah dalam melakukan penertiban bagi Satpol PP Kota Bandung. Penyebabnya **kurang personil Satpol PP yang memiliki keahlian** dalam melakukan pembongkaran. Pelanggaran reklame yang terjadi di Kota Bandung bukan hanya reklame insidental saja akan tetapi seperti reklame dalam bentuk bando, billboard, neon box bahkan pelanggaran terhadap reklame berukuran besar juga sering terjadi. Sehingga dalam melakukan pembongkaran Satpol PP Kota Bandung tidak bekerja sendiri, Satpol PP Kota Bandung melibatkan pihak ketiga, selain itu dibantu oleh tim gabungan penertiban dari SKPD yang terlibat.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa Sumber Daya Manusia yang berhubungan

dengan penyelenggaraan reklame yaitu BPPT sebagai penyelenggara izin, Distarcip dan Dinas Bina Marga dan Pengairan sebagai tim teknis, serta Dinas Pemakaman dan Pertamanan sebagai pengawasan secara kuantitas sudah relatif terpenuhi dan perlu meningkatkan secara kualitas SDM. Namun instansi yang erat kaitannya dengan penertiban dan pembongkaran yaitu Satpol PP Kota Bandung belum memadai. Adapun upaya yang harus dilakukan dalam mengatasi sumber daya manusia yang belum optimal dalam **pemahaman Perda** reklame sebaiknya diadakan Bimtek dan Diklat dengan memanfaatkan bidang sumber daya aparatur melalui seksi pelatihan dasar agar memberikan pemahaman kepada personil Satpol PP Kota Bandung tersebut serta dapat meningkatkan kemampuan dalam menjawab persoalan dari pengguna layanan.

Bukan hanya terpenuhinya dari segi SDM baik secara kuantitas maupun dari segi kualitas dalam proses pemberian pelayanan, hal ini terkait dengan kesiapan sumber daya manusia/ aparatur dalam memberikan pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan cukup terpenuhi walaupun ada pihak yang belum terpenuhinya sumber daya manusia terkait dengan penyelenggaraan pelayanan. Akan tetapi juga dalam hal ini harus diperhatikan dalam kesiapan SDM dari segi kesiapan waktu proses dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat artinya adalah bahwa ketepatan waktu dalam penyelenggaraan pelayanan harus tepat waktu dan akurat sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan oleh BPPT.

Kesiapan dari SDM dalam segi waktu berdasarkan hasil wawancara dengan Kasubag. Informasi dan Pelayanan Pengaduan BPPT mengatakan bahwa : “masih dapat dikatakan **kurang tepat**. Proses pelayanan seringkali terjadi lebih lama dan lebih dari waktu yang telah ditetapkan berdasarkan standar pelayanan yang ditetapkan oleh BPPT”. (Yuli Ekadianty. Maret 2016). Berbicara tentang standar pelayanan berarti bicara kualitas yang terdiri dari sejumlah

keistimewaan misalnya memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sehingga masyarakat merasa terpenuhi kebutuhannya. Untuk itu BPPT harus lebih memperhatikan dan memahami aturan yang ada karena ketepatan dan kecepatan dalam proses pelayanan itu merupakan salah satu bentuk pengimplementasian dari prinsip-prinsip pelayanan.

b. Keikhlasan Pegawai Dalam Memberikan Pelayanan

Untuk mengetahui keikhlasan aparatur dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame berbagai pandangan dikemukakan oleh para informan. Salah satunya informan dari Kepala Bidang Perizinan IV BPPT menyatakan bahwa: “ikhlas dan tanpa pamrih dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, lebih lanjut mengatakan bahwa pelayanan merupakan fungsi hakiki yang harus dilaksanakan oleh Pemerintah”. (Wawan Khairullah. Maret 2016). Begitu juga yang disampaikan oleh staf Bina Marga yang menyatakan bahwa: “Secara ikhlas menjalankan tugas pokok ini dengan harapan terbangunnya sinergisitas, terbangun komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat pengguna layanan, walaupun kadang kala **sulit membangun komunikasi** dan **menciptakan sinergisitas** antara petugas dengan pengguna layanan”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut apabila dikaitkan dengan hasil observasi peneliti beranggapan bahwa apabila memperhatikan kasus yang terjadi pada Satpol PP adanya oknum yang memeras pengusaha sampai membuatkan izin penyelenggaraan reklame palsu ini ditandai adanya aparatur yang tidak ikhlas dalam menjalankan tugas dan fungsinya serta dapat menimbulkan **lemahnya kepercayaan** dari pengguna layanan . Hal ini tentunya perlu ditindak tegas kepada oknum tersebut supaya tidak terjadi lagi dikemudian hari dan perlu diberi sanksi agar tidak ada hal yang sama, apalagi sampai dipublikasikan dalam harian kompas pada tanggal 2 Maret 2015 dan terpublikasikan

melalui media elektronik lokal Bandung Raya, hal ini tentunya bahwa sebagian besar masyarakat mengetahuinya.

Terkait dengan hal tersebut dapat merusak citra aparatur pemerintahan Kota Bandung, yang saat ini Pemerintah Kota Bandung sedang berusaha konsisten akan peningkatan terhadap kualitas pelayanan. Dari kasus tersebut di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa keikhlasan para petugas dalam melayani masyarakat **masih kurang**. Bukti dari belum ikhlasnya melayani masyarakat oknum petugas meminta imbalan dengan alasan biaya administrasi atau oknum petugas membuat tarif yang sangat mahal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan bahkan salah satu oknum petugas mengeluarkan surat Izin palsu penyelenggaraan reklame. Padahal melayani setiap saat secara ikhlas, memuaskan, berlaku sopan, ramah dan menolong serta profesionalisme dan mempunyai kemampuan ini akan mendatangkan penilaian positif dari masyarakat, akan menanam kepercayaan dari masyarakat dan citra aparat pun akan tetap terjaga dengan baik sehingga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah juga akan ikut terpelihara dengan baik.

c. Kreativitas Pegawai Dalam Mencari Cara Kerja yang Lebih Baik.

Untuk mengetahui tentang kreativitas aparatur dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Perizinan IV BPPT, yang menyatakan bahwa:

“Pada dasarnya sudah ada kreatifitas dari pelaksana pelayanan hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya sistem pelayanan berbasis *online*. Sistem berbasis *online* ini membutuhkan kreatifitas tinggi dan pemahaman yang tinggi pula karena dalam sistem *online* ini harus disiapkan mulai dari programnya harus memadai sampai ke pengoperasioanalannya harus betul-betul dipahami. Pembuatan program ini pula membutuhkan

kemampuan yang luar biasa karena tidak semua pelaksana pelayanan dapat membuat program dan dapat mengoprasioanlkan program tersebut, kami disini sudah berusaha untuk menjalankannya walau belum maksimal, karena kadangkala petugas dilapangan **tidak transparan** dalam segi **waktu dan biaya pelanan** ”.(Wawan Khaerullah Maret 2016).

Pendapat lain diperoleh dari pihak penyidik Satpol PP yang menyatakan bahwa: “adanya kreativitas di dalam penertiban reklame. Karena dalam penertiban reklame ini juga membutuhkan seni, gaya, cara dan metode tertentu, semuanya ini butuh kemampuan yang handal dari para aparaturnya sebagai pelaksana dari pelayanan. Dengan metode tertentu yang diterapkan tentunya penertiban reklame akan berjalan dengan lancar, namun seringkali dipandang **tidak adil** oleh pengguna layanan apabila petugas melakukan tindakan”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Begitu juga pendapat dari Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame Dinas pertamanan yang menyatakan bahwa:

“Kreatifitas aparaturnya dalam penyelenggaraan reklame sangat dibutuhkan karena kegiatan reklame jangan mengganggu keindahan kota, jangan mengganggu estetika kota dan jangan mengganggu ketertiban Kota sehingga dalam hal ini aparaturnya dituntut untuk mempunyai kreatifitas yang tinggi. Bentuk kreatifitas yang tinggi terkait dengan penyelenggaraan reklame ini dengan meletakan dan memasang reklame tidak mengganggu keteriban umum, dan naskah serta materi dari reklame dibuat sedemikian rupa sehingga tidak melakukan pelanggaran terhadap estetika Kota”. (Iwan Sugiono. April 2016)

Berdasar pada hasil wawancara tersebut, peneliti memberikan suatu kesimpulan bahwa pelaksana pelayanan khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada dasarnya sudah cukup memiliki

keaktivitas namun masih harus ditingkatkan, seiring sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat dalam hal ini kreativitas itu harus terus ditingkatkan jangan sampai ketinggalan dengan kecanggihan teknologi yang akhirnya mengganggu terhadap proses penyelenggaraan pelayanan, misalnya saja pelayanan lebih lama dari batas yang telah ditentukan. Apalagi ke depannya Kota Bandung akan menerapkan *Smart Reklame* artinya adalah sebuah konsep yang mengedepankan teknologi yang membuat Kota Bandung semakin indah, juga akan lebih terasa dan mudah diterima oleh siapa saja yang melihat karena konten yang ada lebih berwarna, misalnya dengan penggunaan megatron dan videotron. Ke depannya Kota Bandung akan mengupayakan reklame yang bisa berisi berbagai konten dan juga dapat memperindah Kota Bandung. Sasarannya adalah dengan harapan pembenahan ini diharapkan poses perizinan juga semakin tertib, tepat waktu dan tetap sasaran. Walaupun kreativitas sudah baik, namun demikian masih adanya beberapa aparat sebagai pelaksana pelayanan yang belum memiliki kreativitas kerja yang tinggi, masih banyaknya aparat yang belum memahami, belum menguasai dan belum memanfaatkan kecanggihan teknologi ini terbukti adanya aparatur yang hanya menjalankan atas dasar fungsinya tanpa mengembangkan kualitasnya, sekaligus meningkatkan kualitas sering dipandang tidak adil dalam melakukan tindakan sehingga menimbulkan gap antara pelaksana dan pengguna layanan dalam hal ini **tidak bisa membangun keakraban** dengan pengguna layanan.

Kreativitas, seni, gaya, model serta metode perubahan dari aparat sebagai pelaksana pelayanan sangat diperlukan dan sangat menunjang dalam proses penyelenggaraan pelayanan kepada pengguna layanan, khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Setiap kegiatan yang dilakukan guna memenuhi kepentingan orang banyak, dalam suatu organisasi pemerintahan memiliki kewajiban memberikan kepuasan dalam suatu proses penyelenggaraan kegiatan pelayanan misalnya

memiliki sikap jujur, sikap keterbukaan/ transparansi dalam segi waktu dan biaya, dapat membangun keharmonisan dan keakraban, serta memiliki sikap adil dalam memberikan proses pelayanan.

d. Memupuk Kerjasama Antar Pegawai dalam proses pelayanan.

Untuk mengetahui cara kerjasama dalam pelayanan antara aparatur dalam mempercepat proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame dapat digambarkan melalui jawaban dari beberapa Informan dalam penelitian ini. Staf BPPT menguraikan bahwa:

”Pelayanan izin penyelenggaraan reklame ini butuh kerjasama yang baik antar instansi terkait. Karena BPPT tidak mungkin bekerja sendirian dalam menangani hal ini. Misalnya saja BPPT untuk mengeluarkan proses perizinan penyelenggaraan reklame ini adanya rekomendasi dari Dinas Pertamanan dan Pemakaman mengenai apakah tempat yang akan dijadikan peletakan reklame ini mengganggu taman Kota atau tidak, mengganggu keindahan kota atau tidak serta mengganggu estetika kota atau tidak. Kenyataanya dalam titik tertentu kerjasama ini sulit direalisasikan misalnya saja **informasinya kurang jelas**, informasi yang diterima terlambat, sehingga berdampak kepada pengambilan keputusan yang salah”. (Evi Triana. Maret 2016)

Senada dengan jawaban informan dari salah satu staf Dinas Bina Marga juga mengatakan bahwa: “butuh kerjasama antar instansi terkait, karena dalam hal ini terus melakukan koordinasi dan saling memberikan informasi terhadap kegiatan reklame tersebut apakah dari ukuran dari naskah reklame tersebut melanggar kebijakan atau tidaknya. Namun kadangkala terjadi kesalahpahaman akibat **informasi yang diterima kurang jelas/ minimnya informasi, dan kadangkala informasi yang sering berubah/ tidak pasti sehingga menimbulkan ketidakkonsistenan informasi**”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Begitu juga dari Dinas Pelayanan Pajak mengurai bahwa:

“Dalam kegiatan reklame ini bukan hanya satu instansi pemerintah saja yang terlibat, dalam hal ini adalah melibatkan beberapa instansi pemerintah sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya, maka dari itu antara instansi yang satu dengan instansi yang lainnya perlu kerjasama dalam penyelenggaraan reklame ini jangan sampai terjadi salah komunikasi atau salah pengertian yang akan berdampak terhadap penyelenggaraan reklame”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Selanjutnya dari staf penyidik Satpol PP juga mengatakan bahwa: “Perlu adanya kerjasama antar instansi terkait untuk dapat meminimalisir permasalahan-permasalahan penyelenggaraan reklame, sampai saat ini kerjasama antar aparat dalam penyelenggaraan reklame itu **sudah ada**, namun dapat dikatakan **belum optimal**. Ini dibuktikan di lapangan banyak terjadi masalah-masalah yang timbul yang seharusnya tidak terjadi. Dalam hal ini Satpol PP sebagai satuan kerja yang bertugas menertibkan terhadap pelanggaran penyelenggaraan reklame seringkali terjadi keributan sebagai dampak **kurangnya kerjasama** yang dibangun dan **minimnya informasi** yang disampaikan dari pihak-pihak tertentu. Misalnya reklame mengganggu ketertiban umum, ini seharusnya ketika survei dilakukan sebelum reklame itu dipasang itu tugas Bina Marga untuk merekomendasikan ke BPPT untuk tidak dikeluarkan izinnya, sehingga BPPT tidak perlu mengeluarkan izin penyelenggaraan reklame dengan alasan mengganggu ketertiban umum. Masalah ini banyak ditemukan di lapangan yang izinnya ada tapi penempatannya tidak tepat. Sebaliknya banyak juga reklame liar yang tidak mengantongi izin semua ini adalah diyakini dari kurangnya kerjasama yang dilakukan”.(Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kerjasama antara aparaturnya dalam penyelenggaraan reklame sangat dibutuhkan. Sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Reklame bahwa Pemerintah Daerah melimpahkan kewenangannya kepada BPPT, Dinas Pertamanan dan Pemakaman, Dinas Bina Marga dan Cipta Karya, Dinas Pelayanan Pajak dan Satpol. PP Kota Bandung. Dalam hal ini BPPT sebagai penyelenggara izin, Distarcip, Dinas Bina Marga dan pengairan sebagai tim teknis dilapangan, Dinas Pemakaman dan Pertamanan sebagai pengawasan dan Satpol PP sebagai eksekutor dalam penertiban reklame. Hal ini menunjukkan bahwa memang antar instansi terkait perlu adanya kerjasama yang baik. Kerjasama yang baik merupakan salah satu unsur pendukung dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan reklame. Salah satu bentuk dari kerjasama adalah melakukan koordinasi, dengan adanya koordinasi antara unit yang satu dengan unit yang lain ini akan meminimalisir permasalahan yang terjadi. Dengan terjalinnya koordinasi juga ini akan dapat meningkatkan kinerja di dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Dengan adanya koordinasi akan **membangun komunikasi** dan memberikan informasi yang jelas, sehingga dengan adanya kejelasan informasi tersebut akan mencegah terjadinya kesalahpahaman diantara aparaturnya pelaksana pelayanan.

Terkait dengan memupuk kerjasama dalam pelayanan dapat dikatakan sudah ada kerjasama, namun masih ditemukannya **kurang kerjasama** yang baik atau pelaksanaan kerjasama yang belum optimal seperti **kurangnya koordinasi yang dilakukan antar instansi terkait, minimnya informasi yang diberikan, sering tidak pastinya informasi yang diberikan, serta sering berubahnya informasi yang diberikan.** Dengan demikian diharapkan bahwa aparat dapat meningkatkan kerjasama yang baik dengan cara melakukan koordinasi yang baik dan dengan cara membangun komunikasi yang baik sehingga

dapat memperoleh hasil yang baik pula. Dalam sebuah organisasi termasuk organisasi pemerintahan yang merupakan suatu lembaga yang mempunyai kewajiban memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk memberikan pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengguna layanan.

Bentuk dan pola kerjasama yang dilakukan dapat beragam dan dapat bersifat fleksibel, dalam hal ini dengan mengedepankan menjalankan tugas pokok dan fungsi sesuai dengan fungsinya masing-masing berjalan dengan baik. Begitu juga kerjasama dapat dibangun melalui komitmen yang dibangun bersama antar unit kerja dan mempunyai misi dan tujuan yang sama yaitu mengedepankan penerapan prinsip-prinsip pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame ini. Dengan cara seperti ini diyakini dapat meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan publik dan dapat terpenuhinya kebutuhan masyarakat termasuk kebutuhan pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Karena memang disadari bahwa reklame adalah merupakan salah satu yang bersifat komersil dan merupakan pendapatan daerah yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dan sekaligus dapat mempengaruhi terhadap kondisi perekonomian daerah, apalagi mengingat bahwa Kota Bandung merupakan Kota tujuan wisata, dimana sistem perekonomian di Kota Bandung pertumbuhannya sangat cepat.

e. Kecepatan pegawai Dalam Memproses pelayanan.

Untuk mengetahui gambaran mengenai ketepatan waktu petugas dalam memproses urusan atau menyelesaikan kasus pelayanan kepada masyarakat khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Jawaban dari salah satu Kepala Bidang Perizinan IV BPPT Kota Bandung menguraikan bahwa:

“Bicara kecepatan waktu disini harus melihat kasusnya terlebih dulu seperti apa, karena BPPT mempunyai fungsi hanya dalam pembuatan surat izin pelayanan/ penyelenggaraan izin saja. Apabila kasusnya terkait dengan proses surat izin itu BPPT berusaha untuk dapat menyelesaikannya, misalnya saja ada surat izin yang sudah habis waktunya atas permintaan dari pemohon untuk memperpanjang surat izin itu BPPT dapat mengeluarkan surat izin itu apabila pemohon sudah melengkapi persyaratan perpanjangan surat izin tersebut maka BPPT dapat menerbitkan surat izin sesuai dengan mekanisme pelayanan yang sudah ditentukan. Selanjutnya misalnya terkait dengan penerbitan surat izin baru dalam hal ini banyak menemukan dari pemohon yang **tidak melengkapi persyaratan** untuk terbitnya izin reklame maka sepanjang persyaratan itu belum lengkap BPPT **tidak dapat menerbitkan Surat Izin tersebut**. Pernah menemukan kasus ada surat izin yang palsu hal tersebut BPPT hanya berdasarkan kepada data yang ada yang dianggap sah yaitu surat izin penerbitan yang hanya dikeluarkan oleh BPPT yang dianggap bisa dijadikan dasar untuk pemasangan dan peletakan reklame tersebut. Apabila surat tersebut tidak terdokumentasikan di BPPT maka butuh waktu dulu untuk melakukan pengecekan apakah surat izin itu benar-benar yang dikeluarkan oleh BPPT atau bukan. Dikala BPPT tidak mengeluarkan surat secara resmi maka dapat dikatakan bahwa surat izin itu palsu dan tidak dapat dijadikan sebagai dasar untuk peletakan dan pemasangan reklame tersebut”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016).

Hasil wawancara dengan salah satu Staf dari Dinas Pertamanan dan Pemakaman terkait dengan penyelesaian kasus atau permasalahan yang dihadapi pengguna layanan menyatakan bahwa:

“Petugas lapangan dengan segera berusaha menyelesaikannya. Misalnya petugas menemukan peletakan dan pemasangan

reklame yang tepat berada pada taman kota dan dianggap mengganggu keindahan kota maka petugas berkoordinasi dengan BPPT tentang izin penyelenggaraan reklame tersebut. Apabila ternyata mengantongi izin petugas menyarankan izin itu untuk dicabut dengan alasan mengganggu keindahan kota dan solusinya dipindahkannya tempat peletakan dan pemasangan reklame tersebut kepada tempat yang dianggap tidak mengganggu keindahan kota dan tentunya tidak mengganggu ketertiban umum. Sebaliknya apabila tidak mengantongi izin maka petugas koordinasi dengan pihak Satpol PP untuk dapat ditertibkan”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Hasil Wawancara dengan salah satu pihak Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya menjelaskan bahwa: “penyelesaian terhadap kasus penyelenggaraan reklame itu **tidak bisa diselesaikan secara satu pihak**, dalam hal ini banyak pihak yang terlibat disesuaikan dengan jenis kasus yang dihadapinya, pada dasarnya petugas lapangan dapat menyelesaikan kasus tersebut, diusahakan setiap kasus itu diselesaikan secara kekeluargaan, apabila tidak berhasil secara kekeluargaan baru diselesaikan secara hukum, sampai saat ini belum ada kasus yang tidak terselesaikan walaupun penyelesaiannya memakan waktu yang cukup lama”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Selanjutnya informasi yang di dapat dari salah satu staf Dinas pelayanan pajak menyatakan bahwa:

“Dalam menyelesaikan kasus tentang penyelenggaraan reklame ini petugas berkoordinasi dengan pihak terkait, dalam hal ini kasus-kasus yang terjadi yaitu besaran dana yang harus dibayar dari pihak pemohon, walau pada kenyataanya ada juga yang melakukan **pelanggaran terhadap besaran dana** yang harus dibayar, dan banyak yang **tidak memperhatikan batas waktu** pembayaran serta banyak pemohon yang mengeluhkan besarnya pembayaran pajak reklame dan sebagainya. Dalam hal ini petugas

berusaha memberikan pemahaman kepada pemohon/ pengguna layanan, sehingga secara perlahan akhirnya pengguna dapat menerima walaupun membutuhkan **waktu yang lama** untuk dapat menyelesaikannya”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Lain halnya dengan informasi yang diperoleh dari Staf penyidik Satpol. PP yang menguraikan tentang ketepatan waktu bagi petugas menyelesaikan urusan yang terkait dengan penyelenggara reklame ini. Petugas Satpol PP menyatakan bahwa:

“Kami mengakui Satpol PP merupakan eksekutor terhadap pelanggaran-pelanggaran penyelenggaraan reklame ini. Banyak ditemukan di lapangan pelanggaran dari mulai pelanggaran yang sifatnya ringan sampai dengan pelanggaran yang sifatnya masuk dalam katagori berat. Petugas dalam hal ini harus mempunyai kemampuan dan cara yang tepat untuk menyelesaikan kasus tersebut. Begitu juga dengan keterbatasan petugas lapangan seringkali merasa kewalahan dengan banyaknya pelanggaran tentang penyelenggaraan reklame misalnya saja pemasangan reklame yang mengganggu keindahan Kota, peletakan reklame yang mengganggu estetika Kota, peletakan reklame yang mengganggu ketertiban umum, peletakan dan pemasangan reklame dikawasan zona terlarang bahkan seringkali menemukan pemasangan reklame liar dalam arti bisa saja disebabkan oleh tidak mengantongi surat izin atau bisa juga izin penerbitan habis masa berlakunya, atau dari naskah dan ukuran tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Dalam hal ini petugas kami Satpol PP harus mempunyai kepekaan dan kemampuan terhadap hal tersebut. Kepekaan dan kemampuan saja tidak mencukupi tetapi juga petugas harus mempunyai keberanian menertibkan terhadap pelanggaran-pelanggaran tersebut demi kepentingan umum, demi keindahan kota, demi keteriban kota dan demi penegakan kebijakan yang sudah ditetapkan oleh pihak

Pemerintah Kota Bandung. Dengan beragamnya permasalahan atau pelanggaran yang ditemukan di lapangan pihak Satpol PP mengajak kepada semua pihak untuk dapat bekerjasama dengan baik dan untuk membangun komunikasi dengan baik dengan cara meningkatkan koordinasi diberbagai pihak terkait dan tentunya memahami kebijakan tentang tugas pokoknya masing-masing petugas. Hal ini tentu akan memperingan terhadap petugas Satpol PP dalam menyelesaikan persoalan yang terjadi. Dalam hal ini kami mengakui dengan banyaknya persoalan yang dihadapi serta dengan keterbatasan personil di lapangan seringkali **terlihat lamban** dan **tidak mempunyai kemampuan** di dalam menyelesaikan berbagai persoalan tersebut, akan tetapi pihak petugas selalu berusaha untuk dapat menyelesaikan persoalan tersebut walaupun dirasakan cukup berat, karena ini perlu kesadaran dari berbagai pihak termasuk dari pihak pengguna layanan terutama dalam memperhatikan kebijakan atau ketentuan tentang penyelenggara reklame. Dengan adanya kerjasama yang baik, koordinasi yang baik dan pemahaman serta kesadaran dari berbagai pihak ini dapat diyakini akan dapat meminimalisir permasalahan yang terjadi”. (Henry Kusumah. Maret 2016).

Lebih lanjut salah satu staf Satpol PP lainnya menyatakan bahwa: “Satpol PP pernah digugat Rp. 2 milyar oleh salah satu penggunaan layanan atas pembongkaran terhadap salah satu reklame, tentunya kasus seperti ini tidak cukup diselesaikan secara kekeluargaan, kasus ini masuk ke ranah hukum. Hal ini menurut pandangan saya bisa saja ada miss komunikasi yang terjadi dan bisa dikatakan sebagai salah satu kurangnya membangun komunikasi dan kurangnya kerjasama yang baik, sehingga terjadi kasus yang dapat dikategorikan kasus besar, yang nota bene persi Satpol PP sudah benar karena reklame tersebut dipandang tidak berizin dan harus ditertibkan tapi disisi lain bahwa pengguna layanan sudah merasa benar walau tidak sesuai dengan

aturan yang ada. Untuk itu menghadapi kasus seperti ini perlu adanya kerjasama yang baik salah satunya dengan cara membangun komunikasi dan melakukan koordinasi sesuai dengan kapasitas yang dimilinya sehingga kasus serupa tidak terjadi kembali. (Rokhimat. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dari berbagai informan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada dasarnya semua petugas terkait dengan ketepatan waktu dalam menyelesaikan kasus pelayanan terhadap masyarakat khususnya pelayanan dalam penyelenggaraan reklame pada dasarnya petugas sudah dapat menyelesaikan persoalan-persoalan tersebut, walaupun ada beberapa persoalan yang harus diselesaikan dengan **memakan waktu cukup lama**, dan diselesaikan melalui jalur hukum ini tergantung kepada jenis persoalannya. Hal ini juga **ketidaktepatan waktu** dalam menyelesaikan persoalan ini juga disebabkan dengan keterbatasan personil di lapangan, kurangnya koordinasi di beberapa instansi terkait sehingga kurangnya **membangun komunikasi** yang mengakibatkan lemahnya kerjasama antara instansi terkait salahsatunya adalah terjadi salah satu contoh kasus yang diuraikan oleh salah satu aparat Satpol PP.

Selain itu juga hasil observasi peneliti di lapangan dengan diterapkannya pelayanan berbasis *online* terhitung dari tanggal 28 Mei 2015 lalu terhadap 24 (dua puluh empat) jenis pelayanan termasuk izin pelayanan penyelenggaraan reklame yang semula tujuannya adalah mempercepat proses pelayanan dan menghindari kontak fisik antara pelaksana pelayanan dengan pemohon/ pengguna pelayanan, justru kondisi di lapangan malah memunculkan persoalan-persoalan baru yang mana **butuh waktu** cukup lama juga di dalam proses penyelesaiannya. Persoalan yang muncul pada dasarnya banyak pemohon yang **tidak mengetahui dan tidak memahami mengoperasionalkan sistem online** sehingga pelaksana pelayanan harus mendampingi pemohon dalam pembuatan proses perizinan dan

ini justru malah memakan waktu yang lebih lama sehingga mengganggu juga terhadap proses pelayanan, karena petugas harus memandu satu per satu pengguna layanan untuk memproses layanan tersebut secara sistem.

Dari hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti di lapangan menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan kasus pelayanan penyelenggaraan izin reklame dapat dikatakan **cukup** namun dalam hal ini masih adanya beberapa proses pelayanan yang belum **cepat dan belum tepat waktu**. Kasus yang dialami misalnya habis masa berlaku izin penyelenggaraan reklame, peletakan reklame yang mengganggu ketertiban umum, peletakan dan pemasangan reklame yang mengganggu estetika kota, peletakan dan pemasangan reklame yang mengganggu keindahan kota dan yang lainnya yang seyogyanya cepat diatasi oleh pihak aparat atau oleh petugas. Hal ini tentunya menimbulkan reklame-reklame liar dengan kata lain reklame tak berizin, berdasar pada data yang diperoleh dalam kurun waktu 2 tahun saja misalnya tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 terdapat 7.354 buah reklame yang tidak berizin dan belum dapat ditertibkan secara optimal. Selanjutnya dalam kurun waktu 1 tahun yaitu pada tahun 2016 sebesar 60% reklame Kota Bandung tidak berizin dan ada sekitar 13.000 sampai dengan 14.000 buah reklame yang tidak berizin. Hal ini tentunya selain dapat mengganggu ketertiban kota, keindahan kota dan dapat berpengaruh kepada Pendapatan Asli Daerah Kota Kota Bandung. Andaikata itu semua dapat diminimalisir ini menandakan bahwa adanya pelayanan yang unggul yaitu dapat memberikan kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan bagi penerima layanan.

Berdasarkan seluruh item pertanyaan pada dimensi ini yang dipertanyakan kepada beberapa informan dapat disimpulkan bahwa jawaban informan terhadap kesiapan, keikhlasan, kreativitas, kerjasama dan tepat waktu dari petugas dalam memberikan pelayanan

penyelenggaraan reklame dapat dikatakan **cukup baik**, namun demikian perlu ditingkatkan tentang kesiapan, keikhlasan, terutama peningkatan tentang kerjasama dan koordinasi serta peningkatan terhadap ketepatan waktu dalam penyelesaian permasalahan dari aparat atau petugas dalam memberikan pelayanan. Dengan adanya kesiapan, keikhlasan, kreativitas tinggi, kerjasama dan tepat waktu dari pihak aparat dalam melayani masyarakat maka masyarakat yang mengajukan permohonan merasa diberikan pelayanan yang baik oleh pihak aparat sehingga citra aparat tetap baik namun sampai saat ini hal tersebut masih sulit untuk didapatkan oleh masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun hasil penelitian kuantitatif terhadap dimensi *Reliability* menunjukkan hasil yang relevan yakni dalam kategori cukup terhadap indikator keberadaan dan kesiapan pegawai dalam proses pelayanan, tingkat kreativitas pegawai dalam mencari cara kerja yang lebih baik dan tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan. Sedangkan untuk indikator keinginan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih dan tingkat kerjasama antar pegawai dalam proses pelayanan dalam kategori kurang.

3. *Responsiveness/ Daya Tanggap.*

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi *Responsiveness/* daya tanggap menunjukkan bahwa :

Tabel5.10.Kualitas Pelayanan Publik melalui Dimensi *Responsiveness.*

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
C. <i>Responsiveness/Daya Tanggap</i>								
C1.	Tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan pengguna layanan	0 (0%)	3 (10%)	23 (76,7%)	4 (13,3%)	0 (0%)	89 (49,2%)	Kurang
C2.	Tingkat ketanggapan pegawai terhadap	0 (0%)	4	22	3	1	89	Kurang

	keinginan atau harapan pengguna layanan		(13,3%))	(73,3%))	(10%))	(3,3%))	(49,2%))	
C3.	Tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan	0 (0%)	4 (13,3%))	24 (80%))	2 (6,7%))	0 (0%))	92 (51,7%))	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi *Responsiveness*/ daya tanggap yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator yakni tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan pengguna layanan, tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan atau harapan pengguna layanan dan indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan menunjukkan bahwa ada dua kategori jawaban yaitu jawaban responden menyatakan cukup terhadap 1 (satu) indikator yakni indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan dan jawaban responden kurang terhadap 2 (dua) indikator yakni indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan pengguna layanan dan terhadap indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan atau harapan pengguna layanan.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 3 (tiga) indikator tersebut yang menunjukkan 2 (dua) indikator kurang dan responden menyatakan (satu) cukup dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase tertinggi berada pada indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan dengan skor total 92 atau sebesar 51,7% yang berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan pengguna layanan dan indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan/ harapan pengguna layanan yakni memperoleh skor total 89 atau sebesar 49,2% yang sama-sama berada dalam kategori kurang.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Responsiveness*/ daya tanggap yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup. Dalam hal ini adanya sebuah jawaban yang berbeda dimana semua informan menyatakan cukup terhadap 3 (tiga) indikator tersebut sedangkan jawaban responden hanya 1 (satu) indikator yang memberikan jawaban kategori cukup yakni indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan sedangkan responden terhadap 2 (dua) indikatornya memberi jawaban kurang.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *Responsiveness*/ daya tanggap melalui indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap kesulitan/ keluhan pengguna layanan, tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan/ harapan pengguna layanan dan tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan berdasarkan hasil wawancara dengan informan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan responden yang memberi jawaban cukup. Dengan adanya adanya *Responsiveness*/ daya tanggap yang cukup baik dari pelaksana pelayanan terhadap pengguna pelayanan dalam rangka sebagai upaya pemecahan terhadap persoalan yang ada, dalam rangka merespon keinginan pengguna layanan, dalam rangka menampung keluhan pengguna pelayanan serta dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan lebih berkualitas.

Adapun perbedaan jawaban yang diberikan oleh responden terhadap 2 (dua) indikator tersebut dimana responden menyatakan kurang karena dari sudut pandang responden pelaksana pelayanan belum dapat menyelesaikan seluruh keluhan/ kesulitan pengguna layanan serta responden memandang bahwa pelaksana pelayanan belum mampu memenuhi keinginan dari pengguna layanan. Untuk itu

perlu ditingkatkan kemampuan pegawai dalam rangka menyelesaikan keluhan dan kesulitan yang dihadapi pengguna layanan serta perlu peningkatan terhadap pemenuhan keinginan masyarakat pengguna layanan sepanjang keinginannya tidak bertentangan dengan peraturan perizinan penyelenggaraan reklame demi terciptanya pelayanan yang lebih baik dan lebih berkualitas.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Responsiveness* melalui indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/kesulitan pengguna layanan, tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan atau harapan pengguna layanan dan tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan dapat digambarkan/dideskripsikan pada uraian berikut.

a. Ketanggapan Pegawai Terhadap Keluhan/ Kesulitan Pengguna layanan

Ketanggapan merupakan salah bentuk responsivitas yang dimiliki seseorang untuk dapat menanggapi orang lain. Ketanggapan seseorang dengan orang lain memiliki tingkatan yang berbeda, ada yang sangat cepat, ada yang cepat bahkan ada juga yang lambat. Akan tetapi dalam hal proses pelayanan izin reklame diharapkan petugas sebagai pelaksana dari pelayanan memiliki tingkat ketanggapan yang cepat terhadap keinginan pengguna layanan. Keinginan membantu konsumen/ pemohon dan memberikan pelayanan kepada masyarakat yang tepat itu harus sifat yang dimiliki oleh pelaksana layanan. Untuk mengetahui gambaran tentang ketanggapan/ responsivitas petugas terhadap kesulitan, keluhan dan keresahan masyarakat yang mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dapat terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa informan berikut ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT perihal ketanggapan petugas terhadap kesulitan, keluhan dan keresahan pemohon dalam permohonan proses pelayanan izin reklame mengatakan bahwa:

“pegawai cukup tanggap dan cukup merespon terhadap kesulitan pengguna layanan. Dalam hal ini ada beberapa petugas yang siap merespon dan sampai membantu kesulitan masyarakat. Dengan diterapkannya mekanisme berbasis *online* banyak sekali pengguna layanan yang merasa kesulitan dan banyak pengguna layanan yang tidak mengetahui bahwa proses pelayanan sudah dapat dilakukan secara *online*. Akan tetapi kami BPPT juga melayani jenis pelayanan yang sifatnya manual, dalam hal ini pengguna layanan bisa menggunakan salah satu jalur yang mana yang akan dipilih oleh pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016)

Selanjutnya pihak BPPT menyatakan bahwa:

“proses pelayanan yang dilakukan secara manual tidak terlalu banyak kesulitan yang ditemukan oleh pemohon, dalam hal ini petugas tinggal memberikan form yang harus diisi oleh pemohon dan apabila kelengkapannya sudah lengkap petugas menginput data ke sistem dan proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame dapat diterbitkan sepanjang persyaratannya sudah lengkap dan sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan. Akan tetapi pelayanan yang dilakukan secara *online* dalam hal ini banyak pemohon yang belum paham mengoperasikan sistem *online* tersebut, padahal BPPT sudah membuat buku panduan untuk pelayanan yang berbasis *online*, namun dalam hal ini masyarakat banyak yang belum mengetahuinya. Hal ini bisa terjadi **kurangnya sosialisasi** yang dilakukan oleh petugas kami sehingga dianggap **kecukupan informasi tidak memadai, kejelasan informasi kurang**, walau sebenarnya petugas sudah melakukan sosialisasi akan tetapi masih tetap saja masyarakat masih minim informasi karena **volume penyebaran informasinya** masih dapat dikatakan kurang”. (Yuli Ekadiyanti. Maret 2016).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan sebagai salah satu bukti merespon pengguna layanan dalam hal ini BPPT siap membantu bahkan mendampingi pemohon dalam proses pelayanan perizinan penyelenggaraan reklame, bahkan dalam hal ini petugas membantu memandu pemohon dalam pengisian sistem. BPPT menyediakan ruangan khusus yang diperuntukan bagi pengguna layanan yang merasa kesulitan dalam melakukan proses permohonan pelayanan. Diharapkan dengan adanya ruangan khusus proses penyelenggaraan pelayanan tetap berjalan sesuai dengan harapan dan penerapan prinsip-prinsip pelayanan terus dapat dilakukan. Walaupun kadangkala petugas mengalami kesulitan dalam proses pendampingan pengisian sistem karena pemohon seringkali belum siap dalam kelengkapan administrasinya sehingga pemohon harus berulang kali melakukan pengisian sistem sampai persyaratan itu lengkap baru proses pelayanan dapat diterbitkan, hal ini terjadi karena **kejelasan dan kecukupan informasi belum dapat diterima secara baik** oleh pengguna layanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf Dinas Pertamanan dan Pemakaman perihal ketanggapan petugas terhadap kesulitan, keluhan dan keresahan masyarakat terhadap penyelenggaraan reklame, menyatakan bahwa:

“pada dasarnya petugas cukup tanggap terhadap kesulitan masyarakat dalam hal ini pemohon pelayanan, akan tetapi kadangkala pengguna layanan yang sulit diberikan tentang **pengertian dan pemahaman terhadap aturan** tentang peletakan dan pemasangan reklame tersebut. Karena pemohon seringkali menginginkan pemasangan reklame itu pada tempat-tempat strategis karena tujuan dari pemasangan reklame itu sifatnya komersial. Sepanjang tidak mengganggu keindahan kota, tidak mengganggu ketertiban umum, tidak mengganggu estetika

kota dan tidak berada dalam zona terlarang serta mengantongi surat izin yang sah tidak ada persoalan bahwa kegiatan reklame bisa dilaksanakan. Akan tetapi di lapangan masyarakat seringkali tidak mau diberi pemahaman bahwa peletakan reklame itu mengganggu keindahan kota, mengganggu ketertiban umum dan lain sebagainya sementara pemohon tetap ingin melakukan pemasangan dikawasan yang strategis. Dalam hal ini petugas harus bersikap tegas terhadap pemohon agar pemohon bisa memahaminya dan keluhan masyarakat itu dapat ditangani dengan baik”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan salah staf dari Dinas Pelayanan Pajak menyatakan bahwa:

“petugas cukup tanggap terhadap kesulitan, kelurahn dan keresahan pemohon/ pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame. Banyak sekali masyarakat yang mengeluhkan **besaran dana** yang harus dibayarkan oleh pengguna layanan, akan tetapi petugas dilapangan hanya menjalankan fungsi dengan benar bahwa ketentuan besaran dana itu sudah ada aturannya. Sepanjang tidak keluar dari sebuah aturan buat petugas lapangan tidak ada masalah karena tetap berpijak pada ketentuan yang berlaku, tinggal memberikan pemahaman kepada pengguna layanan serta memberikan informasi tentang kebijakan dan ketentuan yang mengatur besaran tersebut. Diharapkan dengan adanya pemahaman dan memberikan informasi tentang besaran dana yang harus dikeluarkan oleh pengguna layanan, dalam hal ini pengguna layanan dapat menerimanya dan dapat menyadarinya bahwa memang besaran dana itu benar-benar ada kebijakan yang mengaturnya”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf Satpol PP perihal ketanggapan petugas terhadap kesulitan pemohon pelayanan menyatakan bahwa:

“pada dasarnya petugas di lapangan cukup tanggap atas kesulitan, keluhan dan keresahan masyarakat. Akan tetapi karena Satpol PP ini mempunyai salah satu fungsi penertiban, maka dalam hal ini petugas konsisten terhadap kebijakan tersebut. Pemohon atau pengguna layanan jangan merasa resah dan merasa mendapat kesulitan dalam penyelenggaraan reklame sepanjang sesuai dengan aturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah. Karena kalau sudah sesuai dengan ketentuan tidak akan adanya kesulitan mulai dari proses perizinan sampai kepada pemasangan tersebut. Di lapangan kesulitan dan keluhan masyarakat ditemukan salah satunya adalah banyaknya **pemasangan reklame liar**, kadangkala pengguna pelayanan tidak memahami dan tidak menyadarinya, pengguna selalu beranggapan bahwa proses permohonan izin **penyelenggaraan reklame lama** dari mulai proses sampai penerbitannya. Padahal itu keliru BPPT akan memproses secepatnya dan paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan apabila persyaratan lengkap dan pengajuan sesuai dengan mekanisme. Lamanya proses perizinan ini salah satunya disebabkan belum lengkapnya persyaratan dan prosedur tidak sesuai dengan mekanisme yang telah ditetapkan. Selain itu **keluhan pengguna layanan diantaranya adalah tempat peletakan pemasangan reklame yang selalu ingin diletakan dan dipasang di tempat strategis** tanpa memperhatikan peraturan atau kebijakan tentang penyelenggaraan reklame. Sesungguhnya penyelenggaraan reklame sudah di atur dalam Perda Nomor 4 tahun 2012, diharapkan pengguna layanan penyelenggaraan reklame mengetahui serta memahami isi kebijakan tersebut dengan tujuan dapat mendukung terhadap proses pelayanan penyelenggaraan reklame itu dapat dilakukan dengan cepat dan tepat serta dapat meminimalisir kesulitan dan keluhan serta keresahan dari

pengguna layanan. Dalam hal ini petugas sepanjang menjalankan fungsinya dengan baik dapat diyakini kesulitan masyarakat dapat teratasi dengan baik, intinya dalam hal ini perlu adanya kerjasama antara pelaksana dan pengguna layanan dan mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan penyelenggaraan pelayanan demi terpenuhinya kebutuhan pengguna layanan”. (Henry. Maret 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara terhadap beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada dasarnya petugas **cukup tanggap** terhadap kesulitan, keluhan dan keresahan dari pengguna layanan. Akan tetapi karena pelaksana atau petugas yang terkait dalam proses pelayanan penyelenggaraan reklame juga sangat memperhatikan peraturan atau ketentuan yang telah ditentukan sehingga seringkali dalam hal ini pengguna pelayanan memandang bahwa petugas **tidak tanggap** atau **tidak merespon** terhadap kesulitan, keluhan dan keresahan masyarakat. Dalam hal ini petugas bekerja atas aturan yang jelas sepanjang aturannya ada bukan berarti petugas tidak tanggap terhadap kesulitan masyarakat jika petugas dalam hal ini menentukan keputusan yang tidak memihak kepada pengguna pelayanan justru dalam hal ini pengguna pelayanan juga harus memahami terhadap isi dari kebijakan atau isi dari aturan yang telah ditentukan serta pengguna pelayanan juga mengetahui serta memahami terhadap mekanisme yang telah ditentukan sehingga dengan demikian akan terbangun kerjasama antara pelaksana dan pengguna layanan sehingga kesulitan, keluhan dan keresahan dapat dikurangi dapat teratasi dengan baik dan hal ini juga berpengaruh terhadap proses penyelenggaraan pelayanan khususnya pelayanan dalam penyelenggaraan reklame. Dengan demikian apabila aparat bekerja secara profesional dan mampu memahami terhadap permasalahan pengguna layanan maka semua permasalahan yang dialami oleh pengguna layanan kaitannya dengan pelayanan penyelenggaraan reklame akan selesai dan tidak akan

menimbulkan permasalahan yang baru sehingga proses pelayanan akan cepat dan penyelenggaraan pelayanan akan lebih berkualitas.

b. Ketanggapan Pegawai Terhadap Keinginan dari pengguna layanan.

Untuk mengetahui ketanggapan petugas terhadap keinginan masyarakat sebagai pengguna pelayanan kegiatan penyelenggaraan reklame, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa informan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Staf BPPT menyatakan bahwa:

“para aparaturnya pada dasarnya sudah relatif memahami keinginan dari masyarakat pengguna layanan penyelenggaraan reklame. Akan tetapi petugas tidak bisa memenuhi seluruh dari keinginan pengguna layanan ini karena harus memperhatikan **persyaratan, ketentuan dan mekanisme** dari mulai proses pelayanan perizinan tersebut. Keinginan pengguna layanan proses perizinan penerbitan reklame ini diterbitkan secepatnya akan tetapi dalam hal ini petugas dapat menyeleksi terhadap permohonan dari pengguna layanan apakah persyaratan ini telah terpenuhi atau tidak. Jika persyaratan proses perizinan penerbitan reklame telah terpenuhi dan sudah sesuai dengan mekanisme pelayanan yang sudah ditentukan proses perizinan penerbitan reklame dapat diproses secepatnya. Akan tetapi ada juga hal-hal yang memang tidak bisa semua reklame diizinkan tayang/ terbit, karena ada titik-titik yang **tidak diperbolehkan pemasangan reklame** yang di sebut kawasan bebas reklame. Akan tetapi ada juga pengusaha yang nakal yang tidak mengindahkan aturan **karena tidak memahaminya** tersebut sehingga menimbulkan reklame liar. Maka ada beberapa yang tidak bisa di tarik pajaknya. Begitu juga tidak diproses karena pengguna pelayanan tidak memenuhi persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan tentang proses

pelayanan izin penyelenggaraan reklame”. (Evi Triana. Maret 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame menyatakan bahwa:

“petugas cukup tanggap terhadap keinginan pengguna layanan, pada dasarnya pengguna layanan menginginkan peletakan dan pemasangan reklame pada tempat-tempat strategis karena tujuan dari pemasangan reklame itu bersifat komersil. Akan tetap petugas dalam hal ini **tidak dapat memenuhi semua keinginan** dari pengguna layanan karena harus tetap **memperhatikan kebijakan pemerintah** serta harus **taat terhadap** aturan yang telah dibuat. Jika peletakan dan pemasangan reklame ini dipandang **mengganggu ketertiban umum, mengganggu keindahan kota, mengganggu estetika kota tentunya dalam hal ini petugas tidak dapat memenuhi keinginan dari pengguna layanan**. Dalam hal ini petugas hanya bisa memberi pemahaman terhadap pengguna layanan tersebut dengan cara menunjukkan adanya pelanggaran tersebut dikaitkan dengan aturan yang ada sehingga pengguna layanan dapat memahaminya dengan baik. Sehingga bagi pengguna layanan yang memaksakan kehendak juga banyak tetap memasang dan meletakan reklame pada area-area yang dilarang dalam kebijakan pemerintah”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Sedangkan wawancara dengan salah satu tim teknis di Dinas Bina Marga dan Pengairan selaku pelaksana Dinas Bina Marga dan pengairan menyatakan bahwa:

“petugas cukup memahami terhadap keinginan masyarakat penggunaan layanan. Namun kadangkala keinginan dari pengguna layanan banyak yang **tidak memperhatikan terhadap aturan yang ada**, pengguna hanya memikirkan kepentingan dirinya sendiri karena tujuannya mencari keuntungan dari hasil peletakan

dan pemasangan reklame tersebut diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang besar. Karena diyakini melalui pemasangan reklame tersebut informasinya dapat tersampaikan kepada masyarakat umum. Lain halnya dengan petugas dilapangan tidak memikirkan keuntungan dari pemasangan reklame tersebut akan tetapi yang dipikirkan adalah tertib reklame terutama di jalan-jalan yang tidak berizin harus ditertibkan”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Stpol PP perihal ketanggapan terhadap keinginan masyarakat pengguna layanan menyatakan bahwa:

“petugas dilapangan sangat tanggap terhadap keinginan masyarakat. Petugas mengetahui keinginan pengguna layanan yaitu **ingin reklamnya dipasang ditempat-tempat yang strategis**, ingin reklamnya dipasang lebih lama, ingin reklamnya dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaannya. Akan tetapi sebagai aparatur petugas pelaksana dilapangan tidak cukup memperhatikan terhadap keinginan pengguna layanan saja. Karena banyak sekali keinginan dari pengguna layanan yang tidak memephatikan terhadap aturan yang ada, seharusnya pengguna pelayanan juga wajib memahami aturan yang telah ditentukan sehingga keinginannya dapat dipenuhi oleh petugas. Sebaliknya jika pengguna pelayanan tidak memahami isi kebijakan serta aturan yang ada dan keinginan itu dianggap bertentangan dengan aturan yang ada petugas dapat bertindak tegas tanpa memperhatikan keinginan dari pengguna layanan dalam hal ini aturan yang bicara”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara dari beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada dasarnya aparat cukup memahami keinginan pengguna layanan. Akan tetapi aparatur sebagai

petugas pelaksana pelayanan tidak sepenuhnya dapat memenuhi keinginan dari pengguna layanan tersebut. Dalam hal ini **petugas lebih berpijak kepada aturan yang ada** apabila keinginan pengguna layanan itu sudah sesuai dengan aturan yang ada serta sudah sesuai dengan mekanisme yang ditentukan tentunya keinginan masyarakat dapat terpenuhi. Sebaliknya apabila keinginan pengguna layanan memaksakan kehendak dalam arti tanpa memperhatikan aturan dan ketentuan serta mekanisme yang ada maka petugas tidak dapat memenuhi keinginannya. Petugas dalam hal ini hanya memberi pemahaman kepada para pengguna layanan untuk dapat memahami isi kebijakan dan sebuah aturan yang telah dibuat. Dengan memahaminya terhadap aturan yang ada diharapkan pengguna layanan keinginannya menyesuaikan dengan aturan yang ada sehingga aparaturnya pelaksana pelayanan juga dapat memenuhi keinginan dari pengguna layanan tersebut. Dengan terpenuhinya keinginan masyarakat dan pemberi layanan memperhatikan kualitas dalam arti memberikan keistimewaan untuk memenuhi keinginan pengguna layanan ini akan berdampak kepada kualitas penyelenggaraan pelayanan khususnya pelayanan penyelenggaraan reklame.

c. Ketanggapan Pegawai Terhadap Masalah dari Pengguna Layanan.

Untuk mengetahui ketanggapan petugas terhadap masalah yang dihadapi masyarakat sebagai pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa Informan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf dari BPPT perihal ketanggapan petugas terhadap permasalahan yang dihadapi pengguna layanan menyatakan bahwa:

“cukup tanggap terhadap permasalahan yang dialami pengguna layanan. Petugas BPPT memberi batasan antara kesulitan dengan permasalahan dari pengguna pelayanan khususnya dalam

penyelenggaraan reklame. Mayoritas kesulitan yang ditemukan oleh pengguna layanan lebih kepada yang sifatnya teknis, misalnya tidak memahaminya isi kebijakan atau aturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame ini akan menimbulkan permasalahan bagi pengguna pelayanan tersebut karena **tidak memahami isi kebijakan** sehingga masalahnya adalah dapat melanggar peraturan tersebut. Selanjutnya kesulitan pengguna layanan misalnya tidak **mengetahui persyaratan proses pelayanan** izin reklame akan menimbulkan permasalahan dari tidak mengetahui persyaratan proses izin penerbitan reklame akan menimbulkan masalah proses penerbitan akan **memakan waktu yang lama** sampai menunggu persyaratan itu lengkap baru surat izin akan diterbitkan. Dengan mengurai beberapa yang berawal dari kesulitan dan berubah menjadi permasalahan dalam hal ini petugas sudah cukup tanggap, akan tetapi petugas tetap konsisten bahwa memegang sebuah aturan yang ada bahwa reklame dapat diterbitkan apabila kelengkapan administrasi sudah terpenuhi dan sudah sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan. Hal itu semua terjadi diduga **minimnya informasi/ kurang jelasnya informasi** yang diterima oleh pengguna layanan karena dianggap volume penyebaran informasi kurang serta **tidak didukung oleh media dan sarana informasi yang memadai**” .(Evi Triana. Maret 2016).

Hasil wawancara dengan salah satu staf dari Dinas Pertamanan dan pemakaman perihal ketanggapan terhadap masalah yang dihadapi oleh pengguna layanan, dalam hal ini selaras dengan jawaban informan dari staf BPPT, menyatakan bahwa:

“Petugas cukup tanggap terhadap permasalahan yang dialami oleh pengguna layanan. Di lapangan banyak menemukan permasalahan yang dialami oleh pengguna layanan itu sebagai dampak **tidak memahaminya aturan** serta **minimnya informasi**

yang diperoleh tentang penyelenggaraan reklame sehingga menyebabkan timbulnya berbagai permasalahan. Seringkali pengguna layanan juga memaksakan kehendak sehingga permasalahan semakin kompleks. Dalam hal ini petugas harus mempunyai kemampuan untuk dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang timbul di lapangan salah satunya dengan cara berbicara tentang regulasi yang ada. Dengan bicara mengenai regulasi tentang penyelenggaraan reklame sebetulnya secara tidak langsung sudah dapat menyelesaikan permasalahan tersebut”. (Iwan Sugiono. April 2016)

Hasil wawancara dengan staf Bina Marga dan Cita Karya menyatakan bahwa:

“petugas cukup tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pengguna pelayanan. Permasalahan yang timbul kebanyakan yang mempermasalahkan **naskah dan ukuran serta lamanya pemasangan reklame**. Karena naskah jangan bertentangan dengan nilai, etika dan norma sosial, ukuran dari badan reklame juga menentukan terhadap **besaran biaya** yang dibebankan kepada pengguna layanan. Masalahnya banyak ditemukan bahwa pengguna layanan keinginannya ukurannya besar dengan harapan pesan dapat terbaca dan dapat tersampaikan sehingga tujuan dari pemasangan reklame ini tercapai akan tetapi dengan harga yang lebih ringan. Semestinya kalau pengguna layanan memahami terhadap isi kebijakan tidak perlu terjadi permasalahan tersebut karena besaran dana serta ukuran badan reklame sudah ada dalam aturan tentang penyelenggaraan reklame”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Selanjutnya hasil wawancara menurut salah satu staf dari Satpol PP perihal ketanggapan aparat terhadap masalah yang dialami pengguna layanan menyatakan bahwa:

“aparatur cukup tanggap. Akan tetapi persoalannya adalah tidak cukup hanya tanggap saja, dalam hal ini petugas harus mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang cukup kompleks yang ditemukan di lapangan yang dialami oleh pengguna layanan tersebut. Hal ini diyakini bahwa semua persoalan akan dapat terselesaikan apabila ke dua belah pihak dalam hal ini pihak pelaksana dengan pihak pengguna melakukan **kerjasama dengan baik**. Misalnya dengan cara **sama-sama memahami isi kebijakan**, sama-sama mempunyai tujuan yakni ingin tertibnya penyelenggaraan reklame. Terlihat sederhana konsepnya akan tetapi realisasinya butuh waktu untuk dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada, karena antara pihak yang satu dengan pihak yang lain adanya perbedaan pandangan sehingga terkesan bahwa aparatur sebagai pelaksana pelayanan tidak mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan pada beberapa hasil wawancara terhadap beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketanggapan petugas dalam menyelesaikan persoalan pengguna layanan cukup tanggap, walau harus mengidentifikasi jenis permasalahannya, **membutuhkan waktu** dalam penyelesaiannya serta mempunyai cara dan strategi khusus untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pengguna pelayanan. Inti dalam hal ini pelaksana pelayanan dan pengguna layanan sama-sama memahami aturan yang ada, mekanisme yang sudah ditentukan serta perlu membangun kerjasama yang baik diantara ke dua belah pihak demi terwujudnya keinginan masyarakat yaitu dapat terselesaikannya permasalahan-permasalahan tersebut.

Berdasarkan seluruh item pertanyaan pada dimensi ini jawaban informan mengenai ketanggapan petugas terhadap kesulitan pengguna pelayanan, ketanggapan terhadap keinginan pengguna pelayanan serta ketanggapan terhadap permasalahan pengguna pelayanan dapat

dikatakan cukup tanggap ini terbukti semua informan menyatakan cukup tanggap terhadap kesulitan pengguna pelayanan, cukup tanggap terhadap kesulitan pengguna pelayanan dan cukup tanggap terhadap permasalahan pengguna pelayanan khususnya pengguna pelayanan dalam penyelenggaraan reklame. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam ketanggapan terhadap kesulitan, keinginan dan permasalahan pengguna pelayanan perlu ditingkakan lagi salah satunya melalui kerjasama yang baik antara kedua belah pihak dalam hal ini pihak pelaksana pelayanan dengan pihak pengguna pelayanan demi terwujudnya pelayanan yang baik bagi masyarakat. Misalnya dengan cara membangun komunikasi yang baik dan aparatur pelaksana dengan cara memberikan pelayanan yang unggul yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna layanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya sebuah perbedaan hasil penelitian kualitatif dengan hasil kuantitatif terhadap dimensi responsiveness, dimana hasil kualitatif menunjukkan tiga indikator tersebut dalam kategori cukup sedangkan hasil kuantitatif menunjukkan hasil 2 indikator yakni tingkat ketanggapan pegawai terhadap keluhan/ kesulitan pengguna layanan dan tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan atau harapan pengguna layanan menunjukkan hasil kurang sedangkan indikator tingkat ketanggapan pegawai terhadap masalah pengguna layanan menyatakan cukup. Perbedaan pandangan ini berbeda karena dari pandangan responden pelaksana pelayanan belum dapat menyelesaikan seluruh keluhan pengguna layanan dan menganggap bahwa pelaksana belum mampu memenuhi keinginan pengguna layanan.

4. Assurance/ jaminan.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi Assurance/ jaminan menunjukkan bahwa :

Tabel 5.11. Kualitas Pelayanan Publik melalui Dimensi Assurance

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
D. Assurance/ Jaminan								
D1.	Tingkat kejelasan informasi pelayanan	0 (0%)	9 (30%)	20 (66,7%)	1 (3,3%)	0 (0%)	98 (56,7%)	Cukup
D2.	Tingkat kesederhanaan prosedur pelayanan	0 (0%)	2 (6,7%)	26 (86,7%)	2 (6,7%)	0 (0%)	90 (50%)	Cukup
D3.	Tingkat keamanan dan kenyamanan bagi pengguna layanan	0 (0%)	2 (6,7%)	28 (93,3%)	0 (0%)	0 (0%)	92 (51,7%)	Cukup
D4.	Tingkat kepastian waktu dan biaya pelayanan	0 (0%)	6 (20%)	21 (70%)	2 (6,7%)	1 (3,3%)	92 (51,7%)	Cukup
D5.	Tingkat kepastian hukum dalam proses pelayanan	0 (0%)	10 (33,3%)	20 (66,7%)	0 (0%)	0 (0%)	100 (58,3%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi *Assurance/ jaminan* yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator yakni tingkat kejelasan informasi, tingkat kesederhanaan prosedur pelayanan, tingkat keamanan dan kenyamanan bagi pengguna layanan, tingkat kepastian waktu dan biaya pelayanan dan tingkat kepastian hukum dalam proses pelayanan menunjukkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 5 (lima) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase tertinggi berada pada indikator tingkat kepastian hukum dalam proses pelayanan dengan skor total 100 atau sebesar 58,3% yang berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup. Sedangkan skor total

terendah ada pada indikator tingkat kesederhanaan pelayanan yakni memperoleh skor total 90 atau sebesar 50 % yang sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Assurance/* jaminan yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup. Hanya saja jawaban informan menyatakan masih kurang dari rasa kenyamanan karena pengguna layanan sering kali dihadapkan dengan kesulitan mencari informasi awal tentang mekanisme pelayanan hanya di atasi oleh satu petugas dan ruang pelayanan izin penyelenggaraan reklame masih bergabung dalam 1 (satu) ruangan dengan jenis pelayanan lainnya walaupun pihak BPPT sudah membagi 4 (empat) klaster untuk 24 (dua puluh empat) jenis pelayanan yang tersedia.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *Assurance/* jaminan melalui indikator tingkat kejelasan informasi pelayanan, tingkat kesederhanaan pelayanan, tingkat keamanan dan kenyamanan dalam proses pelayanan, tingkat kepastian biaya dan waktu pelayanan serta pada tingkat kepastian hukum dalam proses pelayanan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan responden yang memberi jawaban cukup. Dengan adanya *Assurance/* jaminan yang cukup baik sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan yang lebih berkualitas, namun perlu diperhatikan dalam kesederhanaan prosedur pelayanan serta perlu peningkatan terhadap kenyamanan pengguna pelayanan dengan menambah petugas untuk dapat memberikan informasi awal tentang pelayanan izin reklame kepada pengguna layanan.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Assurance* melalui indikator tingkat kejelasan informasi pelayanan, tingkat kesederhanaan

prosedur pelayanan, tingkat keamanan dan kenyamanan bagi pengguna layanan, tingkat kepastian waktu dan biaya pelayanan, serta tingkat kepastian hukum dalam proses layanan dapat digambarkan/dideskripsikan dalam uraian berikut.

a. Tingkat Kejelasan Informasi Pelayanan

Jaminan merupakan sikap pegawai atau aparatur sebagai pelaksana dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat sebagai pengguna pelayanan. Untuk mengetahui tingkat kejelasan informasi tentang pelayanan izin penyelenggaraan reklame, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan berikut ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT perihal kejelasan informasi tentang pelayanan izin penyelenggaraan reklame menyatakan bahwa:

“informasi penyelenggaraan reklame itu sudah jelas diatur di dalam Perda Nomor 4 tahun 2012 tentang penyelenggaraan reklame. Akan tetapi sejauhmana dapat diserap oleh pengguna layanan ini yang menjadi pemikiran oleh aparatur BPPT. Dalam hal ini perlu diadakannya **sosialisasi yang rutin** atau **volume penyebaran informasi** ditingkatkan yang dianggap dapat menyampaikan **kejelasan informasi, kebenaran informasi** dan **kepastian informasi** tentang penyelenggaraan reklame ini melalui berbagai **media dan sarana komunikasi informasi**. Informasi tentang penyelenggaraan reklame ini juga sudah dapat diakses melalui **media sosial**, namun permasalahannya adalah tidak semua masyarakat pengguna pelayanan dapat menggunakan media sosial sehingga informasi itu juga tidak dapat terserap dengan baik”. (Evi Triana. Maret 2016).

Menurut wawancara dengan salah satu staf Dinas Pertamanan dan Pemakaman menyatakan bahwa:

“informasi tentang penyelenggaraan reklame sudah tercantum dengan jelas pada peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Namun karena **kurangnya sosialisasi** terhadap peraturan itu sehingga **kejelasan informasi** penyelenggaraan reklame tidak terserap oleh masyarakat dengan baik, ini dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna pelayanan yang **tidak memahami isi kebijakan** tersebut yang berdampak kepada banyaknya pelanggaran dari pengguna pelayanan misalnya saja masih banyak **ditemukan peletakan dan pemasangan reklame yang dianggap mengganggu ketertiban umum, peletakan dan pemasangan reklame dapat mengganggu keindahan kota, mengganggu estetika kota** semua itu sebagai dampak dari belum memahaminya isi kebijakan yang didalamnya memuat tentang informasi penyelenggaraan reklame”.(Iwan Sgiono. April 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan staf Dinas pelayanan pajak kejelasan informasi tentang penyelenggaraan reklame menyatakan bahwa: “**belum terserap dengan baik** oleh masyarakat. Ini terbukti dari banyak keluhan masyarakat terhadap besaran biaya yang dikenakan kepada pengguna pelayanan. Kalau memang informasi ini terserap oleh masyarakat dengan baik semestinya tidak ada keluhan dari masyarakat tentang besaran biaya yang dibebankan kepada pengguna pelayanan karena dalam perda tersebut sudah ditentukan besaran biayanya”.(Cecep Sutisna. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan staf Satpol PP perihal kejelasan informasi tentang penyelenggaraan reklame, menyatakan bahwa:

“Informasi pelayanan penyelenggaraan reklame sudah diatur dengan jelas oleh Peraturan Daerah Nomor 4 tahun 2012 tentang penyelenggaraan reklame begitu juga ada keputusan wali kota Nomor 213 Tahun 2012 yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame, dalam hal ini semua informasi itu sudah ada, tergantung

kepada pemahaman dari pengguna pelayanan terhadap isi kebijakan tersebut. Berbicara mengenai **pemahaman terhadap isi kebijakan yang telah ditentukan masih rendah** ini terbukti petugas masih banyaknya menemukan pelanggaran-pelanggaran dari pengguna pelayanan. Diyakini seandainya pengguna pelayanan sudah memahami isi kebijakan maka pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame tidak akan ditemukan dilapangan”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasar kepada hasil wawancara terhadap beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa kejelasan informasi tentang penyelenggaraan reklame sudah cukup jelas, bahkan penyelenggaraan reklame sudah di atur di dalam peraturan daerah dan diatur oleh Peraturan Wali Kota. Perihal rendahnya pemahaman pengguna pelayanan terhadap isi kebijakan tentang penyelenggaraan reklame perlu meningkatkan sosialisasi tentang kebijakan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame tersebut. Sosialisasi ini juga dilakukan selain dengan cara **melalui media sosial** diharapkan juga dapat dilakukan dengan cara lain misalnya melalui **poster-poster**, melalui **brosur-brosur**, spanduk atau dalam **bentuk alat peraga lainnya**, serta sosialisasi juga dapat dilakukan melalui **media cetak**, **media elektronik** dan media lainnya yang dianggap dapat memudahkan masyarakat pengguna pelayanan dapat menyerap informasi dengan mudah. Dengan dilakukannya sosialisasi dengan berbagai cara yang dilakukan oleh pihak pelaksana diharapkan masyarakat pengguna pelayanan dapat menyerap informasi dengan baik.

Berdasar kepada Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame Pemerintah Daerah melimpahkan kewenangannya kepada BPPT, Dinas Pertamanan dan Pemakaman, Dinas Bina Marga dan Cipta Karya, Dinas Pelayanan Perpajakan serta Satpol PP Kota Bandung. Pelimpahan kewenangan ini juga perlu dipahami oleh pengguna pelayanan sehubungan dengan proses

pelayanan penyelenggaraan reklame tersebut karena unit kerja ini yang terkait dengan penyelenggaraan reklame. Adapun tugas masing-masing instansi atau SKPD tersebut sebagai berikut :

- a. Badan Pelayanan Perizinan Terpadu memiliki kewenangan dalam proses mengeluarkan izin reklame, dalam melakukan koordinasi dengan berbagai instansi yang terkait BPPT berperan sebagai *leading sector*.
- b. Dinas Pemakaman dan Pertamanan memiliki kewenangan dalam memberikan izin reklame insidentil, selain itu memberikan rekomendasi terhadap permohonan izin reklame yang berhubungan dengan estetika, dan memiliki kewenangan dalam pengawasan dan pengendalian.
- c. Dinas Bina Marga dan Pengairan memiliki kewenangan dalam memberikan izin konstruksi serta memberikan rekomendasi terhadap permohonan izin reklame yang akan di dirikan pada tanah milik negara.
- d. Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya memiliki kewenangan dalam memberikan rekomendasi dalam permohonan izin reklame yang akan didirikan pada tanah persil atau tanah milik swasta.
- e. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) memiliki kewenangan yang berkaitan dengan penertiban, eksekusi pembongkaran reklame yang menyalahi aturan, baik reklame liar maupun yang habis masa berlaku izinnya.
- f. Dinas Pelayanan Pajak memiliki kewenangan dalam menerima pajak reklame.

Pelaksanaan pemberian izin penyeleggaraan reklame oleh Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung pada dasarnya sudah berjalan dengan baik. Hal ini karena Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung melakukan upaya dalam memberikan informasi mengenai pengurusan perizinan melalui **media iklan** dan **website**, walaupun **volume penyebaran informasi** masih dapat dikatakan

minim. Selain itu juga di dalam pengurusan perizinan reklame, saat ini sudah difasilitasi melalui system berbasis *online*. Hal ini tentunya akan memberikan kemudahan kepada pemohon dalam mengurus persyaratan perizinannya karena pendaftaran melalui proses *online* (bppt.bandung.go.id) dan dokumen penerbitan izinnya dikirimkan melalui pos.

Berdasarkan mekanisme perizinan pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung saat ini baik secara manual maupun secara elektronik yang telah diberlakukan sejak tanggal 28 Mei 2015, BPPT telah mengeluarkan perizinan pelayanan penyelenggaraan reklame tercatat dari bulan januari sampai dengan bulan Oktober 2015 dapat dilihat pada tabel berikut ini dan pada lampiran 7.2. halaman 482.

Tabel 5.12. Izin Penyelenggaraan Reklame secara Manual dan Elektronik

No	Jenis	Jumlah	Status	
			Baru	Her
1	Billboard	1976	543	1433
	a. Bangunan	1288	284	1004
	b. Halaman	644	258	386
	c. Berm	30	0	30
	d. Bando Jalan	7	0	7
	e. JPO	2	0	2
	f. Jasa Marga	4	1	3
	g. Kendaraan	1	0	1
2	Huruf Timbul	335	104	231
	a. Bangunan	307	99	208
	b. Halaman	28	5	23
3	Neonbox	1324	326	995
	a. Bangunan	482	66	416
	b. Halaman	836	257	579

	c. JPO	3	3	0
	d. Berm	3	0	3
4	Phylon Sign	87	25	62
	a. Bangunan	7	4	3
	b. Halaman	80	21	59
5	Kendaraan	196	134	62
6	Running Text	3	3	0
	a. Bangunan	1	1	0
	b. Halaman	2	2	0
7	Stiker	2	0	2
	a. Bangunan	2	0	2
8	Videotron	16	7	9
	a. Bangunan	4	4	0
	b. Halaman	5	1	4
	c. Kendaraan	1	1	0
	d. Bando Jalan	3	0	3
	e. JPO	3	1	2
9	Grafiti	1	1	
	Jumlah	3940	1143	2794

Sumber : BPPT Kota Bandung.

Tabel tersebut di atas menggambarkan besaran jumlah perizinan reklame yang dikeluarkan oleh BPPT Kota Bandung baik yang bersifat manual maupun yang bersifat elektronik serta statusnya baik yang pengajuan baru maupun yang sifatnya perpanjangan masa berlakunya atau yang melakukan heregistrasi. Data tersebut apabila dikaitkan dengan kondisi lapangan saat ini cukup prihatin karena lebih banyak reklame yang tidak mengantongi izin yaitu sebesar 60 % reklame di Kota Bandung tidak berizin. Pada tahun 2016 per bulan Oktober ini catatan BPPT hanya ada sekitar 6.700 reklame yang mengantongi izin, sementara yang tidak mengantongi izin ada sekitar 13.000 – 14.000 an

reklame (wawan Amirullah, dilansir pada Merdeka.com pada 5 Oktober 2016 dan Republika.co.id tanggal 6 Oktober 2016).

Dengan banyaknya reklame bodong/ liar atau yang tidak mengantongi izin maka berdampak kepada Pendapatan Asli daerah Kota Bandung tidak tercapai. Pajak reklame di Kota Bandung tidak mencapai target dalam kurun waktu tahun 2013, 2014 dan 2016. Satu dari 9 (sembilan) mata pajak yang dikelola Dinas Pelayanan Pajak (Disyanjak) Kota Bandung yang tidak tercapai target adalah hanya pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggara reklame. Berikut ini adalah target dan realisasi pajak reklame Kota Bandung.

Tabel 5.13. Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Bandung Tahun 2013 sampai dengan Tahun 2016.

Tahun	Target	Realisasi	%	SKPD	WP	SSPD
2013	18.500.000.000	17.603.910.300	95,16	7.008	1217	6820
2014	24.000.000.000	23.641.404.085	98,51	7.381	1134	7491
2015	18.000.000.000	18.107.052.336	100,59	6.528	1195	5982
2016	316.000.000.000	25.646.023.484	8,12	8.998	1110	8991

Sumber :Disyanjak Tahun 2016

Berdasar pada tabel tersebut terlihat hanya pada tahun 2015 saja yang mencapai target. Apabila melihat tahun 2016 justru terjadi penurunan capaian target yaitu hanya sebesar 8, 12 % saja, karena target pajak reklame pada tahun 2016 lebih tinggi dibandingkan pada tahun sebelumnya.

Selanjutnya mengenai pemberian izin reklame insidental pelayanan dilakukan oleh Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung. Prosedurnya adalah pemohon melengkapi persyaratannya untuk diajukan ke Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung, setelah itu diarahkan mengenai tempat pemasangannya dan waktu tayangnya. Setelah diizinkan diberikan surat untuk diteruskan ke Dinas Pelayanan Pajak (Disyanjak). Setelah pemohon melakukan bayar pajak kembali ke Diskamtam untuk menerima izin.

Selain itu pengawasan juga dilakukan oleh Dinas Pemakaman dan Pertamanan. Bentuk pengawasan pemasangan reklame dilakukan untuk memastikan pelaksanaannya sudah sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Pengawasan dibutuhkan dalam kebijakan penyelenggaraan reklame karena tidak menutup kemungkinan akan terjadi ketidak sesuaian dengan aturan yang sudah ditetapkan. Pengawasan dilakukan guna mengendalikan penyelenggaraan reklame yang tidak memenuhi aturan yang hanya mencari keuntungan uang atau bentuk perhatian dari masyarakat luas terhadap produk yang dihasilkannya dari sebuah penyelenggaraan reklame. Sejauh ini Dinas Pemakaman dan Pertamanan memiliki data-data tentang lokasi, naskah, ukuran, jenis reklame yang menyalahi aturan.

Dalam mensukseskan penyelenggaraan reklame BPPT Kota Bandung maupun Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung harus melakukan *update* data secara terus menerus yang kemudian diserahkan kepada pihak yang memiliki kewenangan dalam melakukan penertiban yaitu Satpol PP Kota Bandung. Segala macam data yang diperoleh Satpol PP Kota Bandung dari BPPT maupun Diskamtam merupakan hal yang penting bagi satpol PP Kota Bandung dalam melakukan penertiban.

Berdasarkan data dari Satpol PP Kota Bandung mengenai pelanggaran reklame yang telah ditertibkan diwilayah Kota Bandung dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.14. Data Hasil Penertiban Reklame Tahun 2015

Daftar Hasil Penertiban Reklame tahun 2015	
Januari	* Insidentil : 90 Unit
Jumlah 90 Unit	
Februari	* Billboard : 19 Unit
	* Neon Box : 2 Unit
	* Insidentil : 20 Unit

Jumlah		41 Unit
Maret	* Billboard	: 67 Unit
	* Neon Box	: 17 Unit
	* Insidentil	: 12 Unit
Jumlah		96 Unit
April	* Billboard	: 55 Unit
	* Neon Box	: 85 Unit
	* Bando	: 1 Unit
	* Insidentil	: 113 Unit
Jumlah		254 Unit
Mei	* Billboard	: 54 Unit
	* Neon Box	: 8 Unit
	* Jpo	: 1 Unit
	* Insidentil	: 166 Unit
Jumlah		229 Unit
Agustus	* Billboard	: 43 Unit
	* Neon Box	: 13 Unit
	* Tiang Konst.	: 1 Unit
	* Insidentil	: 46 Unit
Jumlah		103 Unit
September	* Billboard	: 58 Unit
	* Neon Box	: 1 Unit
	* Insidentil	: 88 Unit
Jumlah		147 Unit
Oktober	* Billboard	: 263 Unit
	* Bando	: 1 Unit
	* Insidentil	: 52 Unit
Jumlah		316 unit
November	* Billboard	: 120 Unit
	* Neon Box	: 2 Unit
	* Petunjuk Arah	: 4 Unit

	* Insidentil	:	121 Unit
Jumlah			247 Unit
Desember	* Billboard	:	29 Unit
	* Insidentil	:	30 Unit
Jumlah			59 Unit
Jumlah Total Penertiban			1.582 Unit

Sumber : Satpol PP Kota Bandung

Melihat tabel tersebut di atas selama tahun 2015 telah terjadi penertiban sebanyak 1.582 unit reklame yang ditertibkan oleh Satpol PP yang tersebar di wilayah Kota Bandung. Adapun penertiban reklame pada tahun 2016 yang dilakukan oleh satpol PP dapat terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.15. Data Hasil Penertiban Reklame Tahun 2016

Daftar Hasil Penertiban Reklame tahun 2016			
Januari	* Insidentil	:	70 Unit
Jumlah			70 Unit
Februari	* Insidentil	:	80 Unit
Jumlah			80 Unit
Maret	* Billboard	:	84 Unit
	* Lampu sorot	:	1 Unit
	* Insidentil	:	47 Unit
	*Tiang Kontruksi	:	1 Unit
Jumlah			133 Unit
April	* Billboard	:	18 Unit
	* Neon Box	:	1 Unit
	* Tiang Reklame	:	2 Unit
	* Insidentil	:	67 Unit
Jumlah			88 Unit
Mei	* Billboard	:	33 Unit
	* Tiang Pancang	:	1 Unit

	* Insidentil	:	59 Unit
Jumlah			93 Unit
Juni	* Billboard	:	15 Unit
	*Vinil	:	6 Unit
	*Bando	:	3 Unit
Jumlah			: 24 Unit
Juli	*Billboard	:	44 Unit
	*Vinil	:	2 Unit
	*Bando	:	8 Unit
	*Tiang Billboard	:	1 Unit
	*Lampu Sorot	:	2 Unit
	* Tiang Pancang	:	1 Unit
	*Insidentil	:	1 Unit
Jumlah			: 59 Unit
Agustus	* Billboard	:	20 Unit
	* Stang Lampu	:	11 Unit
	* Lampu Sorot	:	4 Unit
	* Bando	:	7 Unit
Jumlah			42 Unit
September	* Billboard	:	2 Unit
	* Neon Box	:	2 Unit
	* Bando	:	11 Unit
	*Tiang Pancang	:	2 Unit
Jumlah			18 Unit
Oktober	* Billboard	:	20 Unit
	* Bando	:	1 Unit
	* Tiang Reklame	:	1 Unit
	*Tiang Bando	:	10 Unit
	*Lampu Sorot	:	4 Unit
	*Neon Box	:	5 Unit

Jumlah		41 Unit
November	* Billboard	: 63 Unit
	* Neon Box	: 19 Unit
	* Bando	: 5 Unit
	* Insidentil	: 4 Unit
	*Papan	: 4 Unit
	*Tiang	: 1 Unit
Jumlah		96 Unit
Desember	* Billboard	: 5 Unit
	* Megatron	: 1 Unit
	*Bando	: 2 Unit
Jumlah		8 Unit
Jumlah Total Penertiban		752 Unit

Sumber : Satpol PP Kota Bandung

Berdasarkan pada tabel tersebut di atas apabila dibandingkan dengan hasil penertiban pada tahun 2015 oleh Satpol PP pada tahun 2016 ini mengalami penurunan, hal ini dikarenakan salah satunya Kota Bandung tidak memiliki gudang penyimpanan hasil penertiban atau sifatnya terbatas dan statusnya masih mengontrak tempat untuk penyimpanan hasil penertiban tersebut. Hal ini juga yang mengakibatkan banyaknya reklame liar bahkan pada tahun 2016 ini mencapai 60 % reklame liar di Kota Bandung. Tentu dengan banyaknya reklame liar ini sangat mengganggu ketertiban dan keindahan kota dan berdampak kepada Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung.

Dilihat dari tugas pokok dan fungsinya setiap SKPD sudah memahami tugasnya masing-masing, setiap SKPD sudah memiliki tugas pokok dan fungsi dan kewenangan yang jelas. Diharapkan dalam pengimplementasian Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan reklame berjalan lancar tidak ada pihak yang saling menuding jika terjadi pelanggaran di lapangan.

Dengan berdasar kepada uraian tugas pokok dan fungsi dari instansi yang terkait penyelenggaraan reklame secara jelas diharapkan **kepastian informasi** ini juga dapat diketahui dan dipahami oleh pengguna pelayanan sehingga dapat meminimalisir kesalahan pemahaman dalam proses pelayanan tersebut. Dengan adanya **informasi yang jelas serta pasti dan konsisten** maka diharapkan masyarakat merasa mudah, kejelasan informasi ini bisa diperoleh apabila pihak aparat menjelaskan dengan mendetail dan cara menyampaikannya bisa dipahami dengan menggunakan bahasa dan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat yang mengajukan permohonan.

b. Tingkat Kesederhanaan Prosedur Pelayanan.

Untuk mengetahui kesederhanaan proses pelayanan penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Hasil wawancara dengan salah satu staf dari BPPT terkait dengan prosedur pelayanan menyatakan bahwa:

“telah diterbitkannya buku panduan pelayanan perizinan baik secara manual maupun buku panduan pelayanan perizinan berbasis *online*. Berbicara tentang prosedur pelayanan ini terkait dengan mekanisme pelayanan. Dalam mekanisme pelayanan telah diatur mulai prosedur pembuatan perizinan baru dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, perubahan perizinan dengan syarat dan ketentuan yang ditentukan, perpanjangan/daftar ulang perizinan dengan syarat dan ketentuan yang ditentukan, salinan perizinan serta pencabutan perizinan atas permohonan sendiri. Semuanya itu sudah ada di dalam buku panduan pelayanan perizinan, tinggal bagaimana cara memahaminya. **Minimnya informasi** yang diberikan seringkali menjadi hambatan dalam proses pelayanan, misalnya saja **sosialisasi yang kurang, minimnya media sarana informasi** ini juga menjadi hambatan, karena memang diakui belum secara gencar dipublikasikan melalui berbagai media sarana informasi,

hanya sifatnya media-media tertentu seperti website. (Evi Triana.Maret 2016)

Selanjutnya menyatakan bahwa:

“dengan memperhatikan semuanya itu terkait dengan kesederhanaan prosedur jika pengguna pelayanan mengetahui dan memahami terhadap isi buku panduan tersebut **tidak ada prosedur yang panjang dan menyulitkan**. Namun permasalahannya adalah **buku panduan itu seringkali tidak dipahami oleh semua pengguna pelayanan** tersebut sehingga terlihat adanya kesulitan dalam prosedur pelayanan dan seringkali dipandang bahwa prosedur pelayanan itu berbelit-belit. Padahal jika memperhatikan seluruh mekanisme pelayanan itu tidak ada yang menyulitkan dan dapat terlihat prosedur pelayanan yang relatif sederhana”. (Evi Triana.Maret 2016)

Dengan memperhatikan hasil wawancara dengan staf dari BPPT terkait kesederhanaan terhadap prosedur pelayanan peneliti menyimpulkan **bahwa prosedur pelayanan cukup sederhana dan relatif mudah**. Namun dalam hal ini aparaturnya pelaksana dari pelayanan **perlu mensosialisasikan** tentang buku panduan yang berisi prosedur pelayanan tersebut kepada pengguna layanan agar pengguna layanan benar-benar dapat memahaminya sehingga pandangan bahwa sulitnya prosedur pelayanan dalam penyelenggaraan reklame itu tidak ada lagi.

Berikut ini adalah mekanisme pelayanan sebagai berikut :

1. **Perizinan Baru;**

Pelayanan perizinan baru dilakukan dengan beberapa tahap. Berikut ini adalah tahapan pelayanan perizinan baru jika penandatanganan dokumen izin dilakukan secara elektronik;

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Penyusunan rekomendasi teknis (untuk izin tertentu)

- e. Persetujuan
- f. Pembayaran retribusi (untuk izin tertentu)
- g. Pengisian survei Indeks Kepuasan Masyarakat
- h. Penandatanganan dokumen Izin
- i. Pencetakan Dokumen Izin
- j. Penyerahan dokumen Izin.

Sedangkan jika penandatanganan dokumen izin dilakukan dengan tanda tangan basah maka mekanisme tahapannya pelayanan dilakukan sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi Administrasi
- c. Validasi Administrasi
- d. Penyusunan Rekomendasi Teknis (untuk izin tertentu)
- e. Persetujuan
- f. Pembayaran Retribusi (untuk Izin tertentu)
- g. Pengisian Survei Indeks Kepuasan Masyarakat
- h. Pecetakan dokumen izin
- i. Penandatanganan dokumen Izin
- j. Penyerahan dokumen izin.

Proses pelayanan perizinan baru memakan waktu selambatnya selama 7 hari kerja terhitung sejak dokumen perizinan dan non perizinan diterima secara lengkap dan benar.

2. Perubahan Perizinan

Pelayanan perubahan perizinan dilakukan dengan beberapa tahap. Berikut ini adalah tahapan pelayanan perubahan perizinan jika penandatanganan dilakukan secara elektronik :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Penyusunan rekomendasi teknis (untuk izin tertentu)
- e. Persetujuan

- f. Pembayaran retribusi (untuk izin tertentu)
- g. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- h. Penandatanganan dokumen izin
- i. Pencetakan dokumen izin
- j. Penyerahan dokumen.

Sedangkan jika penandatanganan dokumen izin dilakukan dengan tanda tangan basah maka mekanisme tahapan pelayanan dilakukan sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Penyusunan rekomendasi teknis (untuk izin tertentu)
- e. Persetujuan
- f. Pembayaran retribusi (untuk izin tertentu)
- g. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- h. Percetakan dokumen izin
- i. Penandatanganan dokumen izin
- j. Penyerahan dokumen izin.

Khusus untuk pemohon yang melakukan perubahan, wajib menyerahkan dokumen asli terlebih dahulu kepada Tim teknis yang melakukan survei. Dokumen tersebut selambatnya diserahkan langsung 2 hari setelah survei lapangan dilakukan. Proses pelayanan perubahan perizinan membutuhkan waktu selama 7 hari kerja terhitung sejak dokumen perizinan dan non perizinan diterima secara lengkap dan benar.

Perpanjangan/ daftar ulang perizinan;

Prosedur pelayanan perpanjangan/ daftar ulang perizinan secara elektronik dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi

- d. Persetujuan
- e. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- f. Penadatangan dokumen izin
- g. Pencetakan dokumen izin
- h. Penyerahan dokumen izin

Sedangkan Prosedur pelayanan perpanjangan/ daftar ulang perizinan dengan tanda tangan basah dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Pendaftaran
- b. Verivikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Persetujuan
- e. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- f. Pencetakan dokumen izin
- g. Penadatangan dokumen izin
- h. Penyerahan dokumen izin

Proses pelayanan perpanjangan/ daftar ulang perizinan dilakukan selambatnya selama 4 hari kerja terhitung sejak dokumen perizinan dan non perizinan diterima secara lengkap dan benar.

3.Salinan Perizinan

Salinan perizinan dapat diberikan untuk dokumen izin yang hilang dan/ atau rusak. Berikut adalah tahapan pelayanan pemberian salinan perizinan secara elektronik :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Pencarian arsip
- e. Pengisian survei indekskepuasan masyarakat
- f. Penadatangan salinan izin
- g. Pencetakan salinan izin dan penyerahan salinan izin

Sedangkan tahapan pelayanan pemberian salinan perizinan dengan tanda tangan basah adalah sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Validasi administrasi
- d. Pencarian arsip
- e. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- f. Percetakan salinan izin
- g. Penandatanganan salinan izin
- h. Penyerahan salinan izin.

Proses pelayanan pemberian salinan izin dilakukan selambatnya selama 4 hari kerja terhitung sejak dokumen perizinan dan non perizinan secara lengkap dan benar.

4. Legalisasi Perizinan;

Untuk kepentingan tertentu Badan dapat memberikan legalisasi terhadap salinan (dalam bentuk foto copy) dokumen perizinan. Prosedur pelayanan legalisasi perizinan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Pemilahan tanggal layanan
- d. Validasi administrasi
- e. Penandatanganan dokumen izin yang dilegalisasi
- f. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- g. Penyerahan dokumen izin

Proses layanan legalisasi perizinan dilakukan selambatnya selama 3 hari kerja terhitung sejak permohonan memperlihatkan dokumen asli kepada petugas layanan informasi dan pengaduan.

Pencabutan Perizinan atas permohonan sendiri.

Setiap pemilik izin dapat melakukan permohonan pencabutan izin kepada Kepala Badan. Adapun prosedur dalam melakukan permohonan pencabutan izin tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pendaftaran
- b. Verifikasi administrasi
- c. Pemilihan tanggal layanan
- d. Validasi administrasi
- e. Penandatanganan keputusan pencabutan perizinan
- f. Pengisian survei indeks kepuasan masyarakat
- g. Penyerahan dokumen.

Dengan ditentukannya mekanisme pelayanan tersebut diharapkan dapat dipahami dan diikuti oleh berbagai pihak terkait yang akan melakukan proses pelayanan dengan tujuan agar BPPT dapat memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip pelayanan yang ditentukan oleh BPPT tersebut.

Dengan demikian apabila memperhatikan mekanisme pelayanan penyelenggaraan reklame bahwa kesederhanaan prosedur pelayanan tersebut dapat dipahami dan cukup sederhana. Akan tetapi masih adanya pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame yang menilai **pelayanan prosedur penyelenggaraan reklame membeli-belit**. Prosedur yang dilaksanakan atau pelayanan yang diberikan dalam arti memberikan kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan ini diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik. Hal ini perlu diperjelas dan perlu disosialisasikannya tentang buku panduan yang mengatur mekanisme pelayanan perizinan diantaranya mekanisme pelayanan penyelenggaraan reklame dan hal ini juga diperlukan **konsistensi/ kejelasan informasi** dari para pihak pelayanan terhadap pelaksanaan tatacara atau mekanisme pelayanan tersebut untuk tetap diikuti baik oleh para pelaksana pelayanan maupun oleh para pengguna layanan yang mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame

sehingga nantinya jelas tidak berbelit-belit lagi dan apabila ada yang melanggar tata cara tersebut sebaiknya jangan dilayani.

c. Tingkat Keamanan dan Kenyamanan dalam Pelayanan.

Keamanan dan kenyamanan dalam sebuah pelayanan merupakan hal mutlak yang dibutuhkan oleh pengguna pelayanan termasuk pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame. Dalam hal ini pemerintah sebagai pemberi pelayanan harus dapat memberikan keamanan dan kenyamanan kepada para pengguna pelayanan. Untuk mengetahui tingkat keamanan dan kenyamanan pelayanan tentang pelayanan penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT perihal keamanan dan kenyamanan dalam pemberian penyelenggaraan reklame mengatakan bahwa:

“Keamanan dan kenyamanan dapat dikatakan aman dan nyaman. Hal ini ditandai dengan ruangan yang cukup representatif, ruang tunggu yang sudah difasilitasi dengan AC walaupun **ruangan penyelenggaraan pelayanan reklame berada dalam satu ruangan** dengan proses pelayanan lainnya yang membedakannya adalah kluster pelayanannya. BPPT dalam memberikan 24 (dua puluh empat) jenis pelayanannya membagi ke dalam 4 (empat) kluster. Dengan dibaginya ke dalam 4 (empat) kluster ini supaya tidak terjadi penumpukan pelayanan dan menghindari antrian dalam proses pelayanan. Selain dengan dibaginya ke dalam kluster pelayanan BPPT juga menyediakan ruangan konsultasi bagi para pengguna pelayanan. Dalam hal ini petugas pelayanan dapat mendampingi pengguna layanan yang membutuhkan informasi”. (Evi Triana. Maret 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame perihal keamanan dan kenyamanan selama memproses pelayanan penyelenggaraan reklame menyatakan bahwa:

“cukup aman dan nyaman, kalau berbicara tentang keamanan dapat dikatakan aman, akan tetapi ketika bicara kenyamanan **seringkali pemohon pelayanan merasa tidak nyaman** misalnya saja dengan hanya adanya satu orang yang memberikan pelayanan tentang **informasi** awal sebagai petunjuk dasar untuk memperoleh pelayanan dari aparat yaitu hanya ada satu orang *scurity* yang bertugas sebagai petunjuk informasi awal tentang berbagai jenis pelayanan. Hal ini tentunya **sangat terganggu** karena ketika sumber awal informasi tersebut sedang memberikan petunjuk tiba-tiba datang lagi pengguna layanan yang baru dan petugas itu harus memberikan informasi kepada pengguna layanan lain sehingga pengguna layanan yang lainnya belum tuntas. Hal ini justru mengganggu proses pelayanan apalagi **tidak ada alat peraga** sebagai petunjuk arah yang menunjukkan kepada klaster mana pelayanan itu diproses, akhirnya pengguna pelayanan harus menunggu petugas tersebut yang ditemui di awal untuk dapat memberikan petunjuk selanjutnya supaya kejelasan dan kepastian informasi dapat diperoleh”. (Viki Kuswandani. Maret 2016)

Apa yang diungkapkan oleh salah satu pengguna layanan hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti amati. Realita di lapangan petugas *scurity* ini terlihat sangat sibuk melayani pengguna layanan yang sifatnya heterogen karena harus mengarahkan ke berbagai tempat jenis pelayanan juga harus mengantarkan ke ruang – ruang pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya. Begitu juga petugas tersebut harus mencarikan petugas pelaksana pelayanan dikala masyarakat pengguna pelayanan membutuhkan pelaksana tersebut. Melihat kondisi seperti ini bagi pengguna pelayanan dapat memberikan pandangan kurang nyaman ketika memperoleh pelayanan dari Kantor BPPT tersebut.

Berdasarkan kepada hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa aparat pelaksana pelayanan sudah dapat

memberikan keamanan kepada para pengguna pelayanan, namun tidak demikian dengan kenyamanan yang diberikan oleh pelaksana pelayanan, dalam hal ini pengguna pelayanan masih mengeluhkan tentang kenyamanan dalam pelayanan masih kurang. Hal ini terbukti masih **minimnya sumber informasi awal** yang bertugas memberikan informasi dan memberikan petunjuk ke cluster mana pengguna pelayanan itu dapat memproses keinginannya itu, dan seringkali pengguna pelayanan **harus menunggu dengan waktu cukup lama** sumber informasi awal itu karena seringkali tidak ada petugas yang bisa dikonfirmasi untuk mendapatkan informasi tersebut sehubungan petugas tersebut harus bolak balik mengantar pengguna layanan yang dianggap cukup banyak. Untuk itu disarankan BPPT harus menambah petugas dalam hal ini *scurity* atau yang lainnya yang khusus penerima tamu pengguna pelayanan hal ini untuk melayani pengguna pelayanan dalam memberikan informasi awal atau hanya sekedar mengantarkan pengguna pelayanan kepada cluster-cluster yang dibutuhkan sehingga pengguna tidak merasa kebingungan harus kemana dan harus ketemu siapa.

Selain itu juga BPPT harus **menyedikan alat peraga** yang dianggap dapat membantu proses pelayanan tersebut. Dengan ditambahkan personil dan dengan dibantunya dengan alat peraga dapat diyakini dapat membantu proses pelayanan termasuk proses penyelenggaraan reklame, dan hal ini juga akan berdampak kepada kualitas pelayanan, pelayanan bisa dilakukan dengan cepat dan akurat serta pengguna pelayanan akan merasa lebih nyaman apabila mendapat proses pelayanan lebih cepat dan apabila bertemu dengan petugas pelayanan yang ramah, sopan dan bertanggungjawab.

d. Tingkat Kepastian Waktu dan Biaya Pelayanan

Kepastian waktu dan biaya pelayanan termasuk pelayanan penyelenggaraan reklame merupakan hal yang sangat penting. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepada masyarakat dari

waktu dan biaya penyelenggaraan pelayanan tersebut sesuai dengan syarat-syarat pelayanan. Kepastian tentang waktu dan biaya pelayanan harus dituangkan dalam bentuk kebijakan pemerintah yang nantinya dapat dijadikan dasar dalam pemberian pelayanan tersebut. Berbicara tentang waktu dan biaya pelayanan ini juga harus melihat dari kepastian biaya untuk para pelaksana juga melihat kepastian waktu para pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame. Untuk mengetahui kepastian waktu dan biaya pelayanan tersebut peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Dalam hal ini peneliti terlebih dahulu mengurai hasil wawancara sumber dana bagi para pelaksana kebijakan/ aparaturnya sebagai pelaksana pelayanan.

Dalam pelaksanaan kebijakan khususnya kebijakan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame, dibutuhkannya sejumlah anggaran terhadap pelaksanaan kebijakan untuk menjamin terlaksananya kebijakan khususnya dalam pelayanan, karena tanpa dukungan anggaran yang memadai, pelayanan tidak akan berjalan dengan efektif dalam mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan.

Sementara itu dalam mengimplementasikan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan reklame ada anggaran khusus yang dianggarkan dalam APBD Kota Bandung terkait dengan penertiban dan pembongkaran reklame. Sehubungan dengan hal itu menurut Staf Bidang IV Reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung mengatakan bahwa: “dana hanya ada untuk penertiban di Satpol PP, di bagian yang lain tidak ada dukungan dana”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016). Sejalan dengan pendapat tersebut pelaksana di Dinas Bina Marga dan Pengairan juga berpendapat bahwa: “sumber daya yang berbentuk dana hanya ada di bagian penertiban yaitu bagian Satpol PP Kota Bandung sementara dibagian yang lainnya tidak ada sumber daya yang berbentuk dana”. (Deni Hendarsyah. April 2016)

Selanjutnya ditegaskan oleh Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame yang menyatakan bahwa: “dana adanya di Satpol PP, dana yang ada di pengawasan dan pengendalian hanya kegiatan tambahan beban kerja”. (Iwan Sugiono. April 2016). Untuk mengklarifikasi hal tersebut peneliti melakukan wawancara kepada Penyidik Satpol PP Kota Bandung yang membenarkan bahwa:

“ya, memang benar ada dana terkait penertiban. Satpol PP memiliki dana untuk melakukan pembongkaran dan setiap tahunnya nominalnya berubah, emang ini tidak dimiliki oleh pihak lain karena ini sesuai dengan tugasnya hanya Satpol. PP lah yang mempunyai tugas untuk melakukan pembongkaran, walau dana itu cukup terbatas karena pembongkaran itu membutuhkan dana yang besar”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Dari hasil wawancara dengan informan sebagai pelaksana pelayanan peneliti beranggapan agar penataan kota lebih baik, dana menjadi hal yang penting karena dalam melakukan pembongkaran reklame yang berukuran besar membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Dalam melakukan pembongkaran memerlukan alat-alat khusus dan tenaga ahli yang harus disewa, maka dari itu diperlukan dukungan dana yang harus lebih disesuaikan dengan kebutuhan. Penertiban yang seharusnya menjadi upaya dalam mengurangi pertumbuhan reklame yang menyalahi kandungan Perda menjadi tidak maksimal karena kekurangan dana. Salah satu staf Satpol PP mengungkapkan bahwa banyak reklame yang mengalami kesulitan untuk dibongkar itu karena kekurangan peralatan. Hal ini menyebabkan tidak maksimal penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP itu sendiri sehingga dampaknya banyak reklame yang tidak dibongkar dan akhirnya ada kesan bahwa penertiban tidak dilakukan.

Terkait dengan anggaran pembongkaran reklame berizin dan tak berizin, kadaluwarsa, peletakannya tidak sesuai pada titik reklame yang ditetapkan, tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi dan tidak

terawat dengan baik dalam Perda Nomor 4 Tahun 2012 pada Pasal 18 (2) menegaskan bahwa penyelenggara reklame wajib membongkar reklame beserta bangunan reklame dalam batas waktu 3x24 jam. Dalam peraturan tersebut memang seharusnya pembongkaran dilakukan oleh para pengusaha atau penyelenggara reklame yang telah mengajukan permohonan pemasangan. Akan tetapi pada kenyataannya dilapangan, para pengusaha tidak mengindahkan aturan yang ada. Mengenai hal tersebut disampaikan pula oleh Ridwan Kamil sebagai Wali Kota dalam Inilahkoran.com Senin, (17 Agustus 2015) bahwa:

“ternyata di lapangan tidak seperti itu, makanya pemerintah daerah akan merubah peraturan walikota, Pemerintah yang akan melakukan pembongkaran. Karena dibongkar oleh pemerintah, Pemerintah akan mengakomodasi kebutuhan Satpol PP sebagai eksekutor, hal ini harus adanya anggaran khusus untuk melakukan pembongkaran tersebut”. Selain itu mengenai anggaran dipertegas oleh pernyataan Kepala Seksi Penegak Produk Hukum Daerah (PPHD) Satpol PP Kota Bandung dalam inilahkan.com Senin, (17 Agustus 2015) yang mengaku telah mendapat dana untuk pembongkaran reklame, dana tersebut mencapai Rp 1,7 miliar. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa anggaran tersebut masih dirasakan kurang memadai atau sangat terbatas mengingat permasalahan yang besar, sehingga Pemerintah Kota Bandung masih memiliki kendala dalam menertibkan reklame-reklame yang berada di banyak titik. Hal itu diakui oleh Kepala Satpol PP Kota Bandung, dalam galamedianews.com Jumat, (11 September 2015) bahwa tahapan pembongkaran memiliki ketersendatan ketika pemilik reklame tidak kunjung membongkar sendiri reklame dan akhirnya pemerintah yang harus turun tangan. Dengan keterbatasan anggaran yang ada, Satpol PP Kota Bandung tetap melakukan

pembongkaran meski jadwalnya diatur dengan penertiban pelanggaran Perda lainnya”.

Dalam hal ini peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa anggaran dalam penyelenggaraan reklame yang berkaitan dengan penertiban dan pembongkaran belum mencukupi. Anggaran dalam pembongkaran reklame juga dialokasikan kepada pembayaran pihak ketiga. Pemerintah yang mengeluarkan kebijakan yang memayungi segala kegiatan operasional yang dilakukan seharusnya menyediakan anggaran yang cukup untuk menjalankan kebijakan tersebut. Untuk itu perlu dilakukan anggaran yang spesifik dalam melaksanakan kebijakan penyelenggaraan reklame. Sehingga proses penertiban terhadap pelanggaran reklame akan efektif dan efisien karena ditangani langsung oleh Satpol PP Kota Bandung.

Dalam hal ini selain mengurai hasil wawancara tentang kepastian waktu dan kepastian biaya tentang penyelenggaraan reklame bagi para pelaksana pelayanan peneliti juga dapat mendeskripsikan kepastian waktu dan biaya pelayanan bagi para pengguna pelayanan. Untuk mengetahui kepastian waktu dan kepastia biaya pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT perihal kepastian waktu dan biaya pelayanan menjelaskan bahwa:

“untuk kepastian waktu dan biaya pelayanan pihak pemerintah sudah menentukan, hal ini dari ke 24 (dua puluh empat) jenis pelayanan dengan waktu yang berbeda dan dengan biaya yang berbeda. Untuk kepastian waktu pelayanan sudah di atur dalam buku panduan pelayanan yang dikeluarkan oleh BPPT Kota Bandung, selain tertulis dalam buku panduan juga kami BPPT sudah berusaha memasang informasi di ruang pelayanan dengan harapan pengguna pelayanan dapat mengetahui waktu yang dibutuhkan untuk memproses pelayanan yang diinginkan oleh masyarakat sebagai pengguna pelayanan. Terkait dengan proses

Memperhatikan gambar tersebut pelaksana pelayanan diharapkan dapat **konsisten** melaksanakan kebijakan tersebut karena masyarakat pengguna pelayanan akan memperhatikan batas waktu proses pelayanan jangan sampai pelaksana pelayanan melakukan pelanggaran yakni melebihi waktu yang ditentukan begitu juga melebihi biaya yang telah ditentukan. Apabila aparat melakukan pelanggaran hal ini akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan karena masyarakat pengguna pelayanan akan memberikan penilaian, apalagi bicara tentang biaya mengandung resiko tinggi sehingga pelaksana pelayanan harus benar-benar memperhatikan aturan yang ada sehingga penyimpangan dapat dihindari dan kepercayaan masyarakat pengguna pelayanan tetap dapat dipertahankan dan akhirnya pemberian pelayanan tetap berkualitas serta ketuhanan masyarakat pengguna pelayanan dapat terpenuhi dengan baik sepanjang pelaksana pelayanan dapat menerapkan prinsip-prinsip pelayanan dengan baik.

e. Tingkat Kepastian Hukum dalam Proses Pelayanan.

Kepastian hukum merupakan hal yang tidak bisa diabaikan dalam konsep pelayanan publik. Adanya aturan yang jelas dan pasti yang sifatnya mengikat dalam sebuah organisasi sangat diperlukan termasuk dalam organisasi pemerintahan. Regulasi dalam bentuk kebijakan dalam organisasi pemerintahan sangat diperlukan keberadaannya yang nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam pelaksanaan kegiatan pelayanan termasuk dalam pelayanan penyelenggaraan reklame sebagai bentuk terhadap pengimplementasian kebijakan tentang penyelenggaraan pelayanan reklame yang dituangkan dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan reklame.

Berbicara mengenai kepastian hukum yang dituangkan dalam bentuk kebijakan sebagai dasar pelaksanaan pelayanan khususnya dalam pelayanan penyelenggaraan reklame ini peneliti membuat batasan yakni ketaatan pelaksana kebijakan, ketegasan pelaksana

kebijakan terhadap pelanggaran, konsistensi pelaksana kebijakan yang semua ini merupakan unsur pelaksana pelayanan termasuk pelaksana pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Selain kepastian hukum dari aparaturnya pelaksana pelayanan juga peneliti akan mendeskripsikan kepastian hukum bagi pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame. Untuk mengetahui tentang kepastian hukum dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Hasil wawancara dengan salah satu Staf BPPT Kota Bandung mengatakan bahwa:

“pelaksana kebijakan sudah taat. Apalagi melihat Walikota Bandung yang sangat kosen dan sangat mentaati terhadap aturan yang berlaku, untuk menghindari adanya penyimpangan-penyimpangan dan pelanggaran-pelanggaran sehingga dalam melaksanakan kegiatan itu harus berdasarkan kepada aturan yang jelas”. Selain itu menurut Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame memberikan jawaban berbeda, bahwasanya menyampaikan bahwa: “dalam pelaksanaannya di lapangan banyak yang **tidak mentaati aturan yang telah ditentukan sebagai dampak kurang memahaminya peraturan**, dengan alasan bahwa pekerjaannya dilakukan dengan seringkali melihat dan berdasarkan pada situasi dan kondisi di lapangan dan selalu berusaha untuk melakukan koordinasi. Dengan koordinasi ini mengerjakan satu kegiatan melibatkan banyak instansi yang terlibat hal ini tentu harus ada kesadaran dari para aparat yang terlibat”.

Begitu juga peeliti melakukan wawancara dengan pelaksana di Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung yang menyatakan bahwa: “para implementor sudah taat, karena dalam melakukan tugasnya dijadikan sebagai acuan adalah Peraturan Daerah dan Peraturan Walikota semestinya dan logikanya tidak terjadi pelanggaran

kalau semua taat asas, namun ini sulit ditegakkan sehingga pelanggaran terus terjadi, ini artinya adalah **pemahaman terhadap peraturan masih kurang** sehingga masih banyak menimbulkan permasalahan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan salah satu staf Distarcip Kota Bandung, mengemukakan bahwa: “dalam hal ini yang berhubungan dengan tim teknis sudah taat, dan perizinan pun relatif sudah mentaati akan aturan yang ada. Hanya pelaksanaan dilapangannya apakah yang disarankan dari tim teknis agar yang berada di dalam halaman tidak boleh melewati batas persil benar dilaksanakan tidaknya pihaknya tidak mengetahui karena tidak berada di lapangan”. (Dyah Saraswati. April 2016). Selain itu menurut Penyidik Satpol PP Kota Bandung menyatakan bahwa: “dalam melakukan penertiban pihak kami sudah relatif taat, sebelum melaksanakan penertiban selalu berpatokan pada rekomendasi data yang diberikan oleh Diskamtam atau SKPD lain untuk melakukan tugasnya, sehingga kami dapat menjalankan tugas sesuai dengan aturan yang ada”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terhadap ketaatan para pelaksana kebijakan dapat dikatakan cukup taat terhadap aturan yang ada walaupun kadangkala di lapangan menyesuaikan dengan kondisi lapangan. Hal ini dilihat dari ketaatan dan tanggung jawab penuh dari pelaksana kebijakan sekaligus sebagai pelaksana pelayanan dalam melakukan tugasnya melaksanakan penataan, prosedur perizinan, dan penertiban dilapangan. Sebagai pelaksana kebijakan yang baik dituntut untuk mempunyai sikap taat dan rasa tanggung jawab. Ketaatan dan kepatuhan dari para pelaksana kebijakan dapat dilihat dari kesesuaian antara pelaksana kebijakan dengan tugas yang menjadi tanggungjawabnya.

Kebijakan penyelenggaraan reklame memiliki tujuan yang positif dalam membenahi kota menjadi lebih tertata dengan baik. Tingkat

kepatuhan dari pelaksana kebijakan dalam pelaksanaan pelayanan tergantung pada kesadaran individu masing-masing terhadap apa yang menjadi tanggungjawabnya. Hal ini disebabkan regulasi yang mengatur kebijakan penyelenggaraan reklame sudah sangat jelas melalui Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame. Begitu juga dengan adanya Peraturan Walikota Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame, sebagai petunjuk teknis di lapangan. Dalam hal ini terkait dengan pembagian tugas pun sudah jelas diatur didalamnya. Tergantung kepada pengimplementasian dari SKPD tertentu terhadap pelaksanaan fungsi tersebut.

Pelaksana kebijakan dituntut memiliki rasa tanggung jawab yang besar dan dapat melaksanakan kewajiban yakni memahami dan mengimplementasikan kebijakan tersebut baik dalam bentuk Peraturan Daerah maupun dalam bentuk Peraturan Walikota terkait tentang penyelenggaraan reklame. Hal yang menjadi permasalahan berkaitan dengan kepatuhan adalah para penyelenggara reklame itu sendiri. Dengan melihat banyaknya pelanggaran yang dilakukan menunjukkan **ketidakpatuhan penyelenggara terhadap peraturan yang ada.**

Selain ketaatan dari para pelaksana kebijakan dalam hal ini juga perlu ketegasan dalam melaksanakan kebijakan terkait kebijakan penyelenggaraan reklame tersebut. Sikap tegas para pelaksana kebijakan merupakan hal yang penting untuk mendukung penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Jika para pelaksana kebijakan bersikap tegas terhadap Perda Nomor 4 Tahun 2012 dan Perwal Nomor 213 tahun 2012, ini artinya adalah adanya keinginan untuk menyelenggarakan pelayanan yang lebih baik sesuai dengan aturan yang telah ada sehingga dapat menghindari adanya penyimpangan-penyimpangan dalam penyelenggaraan reklame tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Staf Bidang IV Reklame Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung mengungkapkan

bahwa: “para aparaturnya telah bersikap tegas dengan melakukan pengawasan dan pengendalian serta penertiban. Diskamtam yang bertugas dalam pengawasan dan pengendalian, dan Satpol PP yang melakukan penertiban dan pembongkaran terhadap reklame-reklame yang menyalahi aturan”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016).

Selain itu juga berdasarkan hasil wawancara menurut Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame mengemukakan bahwa: “mengenai reklame yang tidak memiliki izin, penempatan tidak sesuai dengan aturan, Diskamtam langsung membuat surat rekomendasi penertiban ke Satpol PP, akan tetapi untuk langsung dilakukan penertibannya Diskamtam tidak mengetahuinya karena tidak terlibat langsung sifatnya hanya memberikan rekomendasi saja”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan staf pelaksana pada Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung yang sependapat dengan hasil wawancara sebelumnya, ia mengatakan bahwa: “memang terkait dengan ketegasan hal ini menjadi kewenangan dari Satpol PP Kota Bandung dalam melakukan penertiban reklame yang tidak berizin atau tidak sesuai dengan aturan untuk dilakukan pembongkaran, dalam hal ini kami Bina Marga tidak mempunyai kewenangan itu”. (Deni Hendarsyah). Hal ini sejalan pendapat informan dari informan sebelumnya Kasi T. Arsitektur Kota Distarcip Kota Bandung juga membenarkan bahwa: “perihal ketegasan aparat terhadap pihak yang menyalahi aturan memang menjadi kewenangan Satpol PP Kota Bandung itu bukan bagian kami sehingga sepenuhnya diserahkan kepada Satpol PP tersebut untuk menjalankannya karena dalam hal ini memang Satpol PP merupakan eksekutor dalam penertiban reklame.”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Satpol PP Kota Bandung menyatakan bahwa:

“ya, Satpol PP memiliki kewenangan dalam melakukan penertiban. Ketika ada yang melanggar kami Satpol PP mengeluarkan surat teguran. Untuk mengetahui titik- titik lokasi pemasangan reklame yang menyalahi aturan Satpol PP mendapatkan data IPR dari BPPT Kota Bandung dan surat rekomendasi dari Diskamtam. Setelah menerima rekomendasi dari Diskamtam kami Satpol PP langsung tindak lanjuti 1-2 minggu untuk penindakannya tergantung dari tingkat kesulitan reklamnya, kesiapan anggarannya, dan kesiapan timnya”. (Henry Kusuma. Maret 2016)

Lebih lanjut mentakan bahwa:

“Ketegasan pelaksana kebijakan terhadap reklame-reklame yang menyalahi aturan adalah kewenangan dari Satpol PP untuk melakukan penertiban dan pembongkaran. Terkait dengan penyelenggaraan reklame di lapangan banyak reklame-reklame rokok yang terpasang. Sementara itu aturan di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan dan himbauan dari Walikota mengenai pembatasan reklame rokok membuat ketidakjelasan di lapangan”. Berkaitan dengan adanya reklame-reklame rokok itu menurut Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame dalam faktajabar.co.id (01 Juli 2015) bahwa iklan-iklan rokok yang bertebaran di Kota Bandung menjadi permasalahan sebab kurang lebih dari 13.000 reklame di Kota Bandung, sebanyak 50% merupakan reklame ilegal. Hal tersebut membuat saling tuding antar dinas terkait dalam pembuatan izin reklame”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasar kepada hasil wawancara terhadap beberapa informan maka peneliti menyimpulkan ketegasan dari para pelaksana kebijakan belum semuanya memiliki ketegasan hal ini terlihat dari masih

banyaknya penyelenggara reklame dalam hal ini tentang peletakan dan pemasangan reklame dikawasan zona terlarang, banyaknya peletakan dan pemasangan reklame ilegal atau peletakan dan pemasangan reklame tanpa mengantongi izin yang sah yang dikeluarkan oleh BPPT, juga masih adanya sikap aparat yang tidak tegas dalam melakukan tindakan kepada pihak pengguna pelayanan atau pihak yang melakukan pelanggaran kebijakan penyelenggaraan reklame.

Dalam konsep pemberian pelayanan pelaksana kebijakan sebagai pihak yang menguasai substansi dari isi kebijakan yang dilaksanakan, tentunya hal ini harus sesuai dengan aturan yang berlaku yang telah ditentukan. Akan tetapi dalam kenyataannya biro reklame/ penyelenggara reklame masih banyak meletakkan atau memasang reklame pada kawasan zona terlarang atau kawasan yang ditetapkan pemerintah sebagai kawasan bebas reklame. Apabila para pelaksana kebijakan bersikap tegas dan dapat mengimplementasikan isi dari kebijakan tersebut sesuai dengan ketentuan maka akan terhindar dari penyimpangan dan pelanggaran tersebut.

Selanjutnya ketidaktegasan dari pihak pelaksana kebijakan dalam mengimplementasikan Peraturan daerah dan Peraturan Walikota Bandung tentang penyelenggaraan Reklame salah satu contohnya reklame rokok dikarenakan Perda Kota Bandung belum mengakomodir mengenai reklame rokok. Hal ini disebabkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan reklame dikeluarkan lebih awal daripada Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan. Hal ini tentunya jadi bahan pertimbangan bagi Pemerintah Daerah Kota Bandung untuk meninjau kembali terhadap Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut harus dapat mensinergikan dengan Peraturan Pemerintah nomor 109 Tahun 2012, jangan sampai nanti peraturan

daerah Kota Bandung dapat dikatakan lemah sehingga dapat memberikan peluang terhadap penyimpangan dan pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame tersebut.

Dengan belum terekomendasikan mengenai Peraturan Pemerintah Nomor. 109 Tahun 2012 dalam Perda tentang penyelenggaraan Reklame maka dalam pelaksanaannya memberikan informasi bisa berubah-ubah, seperti salah satu informan yang menyatakan bahwa: “belum diperbolehkan izin penyelenggaraan reklame rokok hanya baru diperbolehkan untuk pengajuan perpanjangan saja, sementara kenyataan dilapangan justru reklame-reklame rokok yang baru banyak terpasang”. Apabila memperhatikan pernyataan dari informan tersebut tentu hal ini menimbulkan kebingungan bagi pelaksana kebijakan di lapangan. Begitu juga bagi masyarakat pengguna/ biro reklame yang sering merasa dibingungkan dan menginginkan ketegasan dari Pemerintah Kota Bandung mengenai peraturan tersebut.

Dengan demikian Ketidaktegasan dari para pelaksana kebijakan dalam mengimplementasikan kebijakan tentang penyelenggaraan reklame mengakibatkan pula pihak penyelenggara reklame tidak mau tahu dengan aturan yang ada sehingga muncul reklame yang penempatannya tidak sesuai dengan Peraturan Daerah yang ada sehingga dapat berdampak kepada kualitas penyelenggaraan pelayanan dinggap **pelaksana kebijakan tidak konsisten** terhadap peraturan yang telah ditentukan.

Konsistensi merupakan unsur penting dalam penyelenggaraan reklame. Apabila para pelaksana kebijakan telah konsisten terhadap isi dari kebijakan yang mengatur tentang Penyelenggaraan Reklame maka dapat meminimalisir terjadinya penyimpangan dan pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame tersebut. Begitupun dengan adanya aparatur sebagai pelaksana pelayanan yang konsisten terhadap isi kebijakan dan dapat mengimplementasikan dengan baik maka akan

mendukung terhadap penyelenggaraan pelayanan yang lebih berkualitas termasuk dalam penyelenggaraan reklame.

Hasil wawancara yang dikemukakan oleh Staf Bidang IV Reklame di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung menyatakan bahwa: “kami BPPT sudah konsisten terkait dengan penyelenggaraan reklame karena setiap SKPD mempunyai Peraturan Daerah dan Peraturan Wali Kota yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame tersebut”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016). Selanjutnya hasil wawancara dengan Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame menyatakan bahwa: “pihak kami telah konsisten dalam melakukan pengawasan sudah sesuai dengan aturan yang ada. Mengingat pelaksanaan pengawasan itu perlu dilakukan untuk menghindari adanya penyimpangan-penyimpangan, dengan dilakukannya pengawasan yang rutin diharapkan dapat meminimalisir penyimpangan yang terjadi”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan salah staf dari Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung mengungkapkan bahwa: “pegawai konsisten itu harus karena aturannya sudah ada, bahkan setiap SKPD mempunyai regulasi tersebut baik dalam bentuk Peraturan Daerah maupun dalam bentuk Peraturan Walikota. Apabila tidak konsisten artinya adalah aparat tersebut melakukan pelanggaran”. (Deni Hendarsyah. April 2016). Hal ini senada dengan salah satu staf dari Distarcip Kota Bandung yang menyatakan bahwa: “kami sebagai tim teknis di lapangan sudah konsisten melaksanakan aturan tersebut, untuk menghindari adanya penyimpangan-penyimpangan sehingga aturan itu wajib dan bersifat mutlak untuk dijadikan dasar dalam setiap pelaksanaan kebijakan”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Untuk mendapatkan kejelasan informasi peneliti juga mewawancarai Penyidik Satpol PP Kota Bandung menyatakan bahwa: “Satpol PP telah konsisten, bahkan menurutnya jika tidak ada Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012, Perda Nomor 4 Tahun 2012 masih

sangat relevan dan sejauh ini konsisten terhadap peraturan yang ada”. (Henry Kusuma. April 2016)

Atas dasar hal tersebut peneliti beranggapan bahwa konsistensi pelaksana kebijakan dalam pemberian pelayanan penyelenggaraan reklame sangat dibutuhkan dan hal ini berhubungan dengan konsep penyelenggaraan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan syarat-syarat pelayanan. Konsistensi dilihat dari sejauh mana pelaksana kebijakan dapat melaksanakan kebijakan sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan. Perda Nomor 4 Tahun 2012 dan Perwal Nomor 213 Tahun 2012 yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Bandung menjadi acuan instansi-instansi yang terlibat dalam melaksanakan tugasnya. Hanya saja Pemerintah Kota Bandung belum konsisten sepenuhnya terhadap pelaksanaan kebijakan. Hal itu bisa dilihat dari salah satu pelanggaran yang masih ditemukan di jalan Ibrahim Adjie Binong yang mengorbankan kepentingan umum dan utilitas umum dengan memasang reklame yang menutup trotoar, sehingga pejalan kaki harus berjalan ke badan jalan dan membahayakan pengguna jalan. Selain itu dengan masih adanya reklame yang berdiri di kawasan bebas reklame di Jalan Pasteur.

Dalam hal ini menunjukkan Pemerintah Kota Bandung belum konsisten terhadap peraturan yang ada tentang penyelenggaraan reklame dengan masih adanya berbagai pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan Perda maupun Perwal. Sehingga ketika Pemerintah Kota Bandung belum konsisten terhadap aturan yang ada akan mengakibatkan pihak penyelenggara reklame bersikap tidak mau patuh terhadap aturan yang telah di buat.

Perlu diketahui dan disadari bersama bahwa kebijakan Pemerintah Kota Bandung baik dalam bentuk Perda maupun dalam bentuk Perwal yang mengatur tentang Penyelenggaraan Reklame itu bukan hanya mengatur terhadap para aparatur pelaksana kebijakan dalam hal ini juga sebagai pelaksana pelayanan penyelenggaraan

reklame akan tetapi kebijakan tersebut juga mengatur tentang pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame, jadi dengan demikian ke dua belah pihak ini harus konsisten bahwa kebijakan tersebut dijadikan dasar dan landasan serta pedoman dalam menyelenggarakan kegiatan reklame oleh pengguna pelayanan.

Dalam kebijakan tersebut banyak mengatur tentang pengguna layanan, dan pengguna layanan dalam hal ini harus memahami isi kebijakan tersebut, misalnya saja pada pasal 2 (1) Perda Nomor 4 tahun 2012 bahwa setiap penyebaran peletakan reklame harus memperhatikan keamanan, keselamatan, kenyamanan masyarakat, estetika kota, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana kota. Selain itu pola penyebaran reklame didasarkan pada kawasan (*zoning*) yang terdiri dari kawasan penyelenggaraan reklame dan kawasan tanpa penyelenggaraan reklame Selanjutnya misalkan dalam pasal 8 dari perda tersebut mengatur bahwa setiap penyelenggara reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis penyelenggara reklame dari walikota atau pejabat yang ditunjuk. Selanjutnya pengendalian pengawasan dan penertiban berdasarkan aspek tata ruang, estetika kota, pengawasan atas kepatuhan dalam penyelenggaraan reklame dan penertiban yang dilakukan terhadap setiap penyelenggaraan reklame tanpa izin, telah berakhir masa izinnnya, tidak sesuai dengan rekomendasi kontruksi dan tidak terawat lagi.

Atas dasar itu sudah jelas isi kebijakan itu mengatur kepada pengguna layanan. Kebijakan tersebut dijadikan payung hukum dalam kegiatan reklame dan sifatnya mengikat dan tingkat kepastian hukumnya sangat jelas. Untuk itu kepastian hukum bagi pelaksana dan pengguna pelayanan sudah diatur secara jelas. Dengan demikian apabila pelaksana dan pengguna pelayanan tidak taat atas hukum atau melanggar sebuah aturan yang telah ditentukan maka seyogyanya mendapatkan sanksi sesuai dengan jenis pelanggarannya tersebut. Semestinya baik aparaturnya sebagai pelaksana pelayanan maupun

pengguna pelayanan dapat menjunjung tinggi hukum dan memberikan sanksi terhadap pelaku pelanggaran karena penegakkan hukum merupakan hal yang terpuji.

Berdasarkan kepada seluruh item pertanyaan pada dimensi *assurance/* jaminan dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap kejelasan informasi, kesederhanaan prosedur, keamanan dan kenyamanan, kepastian waktu dan biaya serta terhadap kepastian hukum sudah dapat dikatakan **cukup baik**. Namun dalam kejelasan informasi bahwa pelaksana pelayanan harus meningkatkan kegiatan sosialisasi baik lewat media sosial, media cetak, media elektronik dan cara lainya supaya informasi dapat terserap dengan baik oleh pengguna pelayanan. Begitu juga pelaksana pelayanan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan supaya pengguna pelayanan dapat merasa nyaman dalam proses pembuatan perizinan. Terkait dengan pemahaman terhadap isi kebijakan dalam hal ini baik para pelaksana maupun pengguna pelayanan perlu meningkatkan pemahamannya karena kebijakan ini sifatnya mengatur dan dijadikan payung hukum dalam proses kegiatan penyelenggaraan reklame.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun hasil penelitian kuantitatif menunjukkan hasil yang relevan terhadap dimensi *assurance* melalui 5 indikator tersebut yaitu sama-sama menunjukkan hasil dalam kategori cukup.

5. *Emphaty/* empati

Empati dalam konsep pelayanan publik artinya adalah pelaksana pelayanan dapat merasakan apa yang dirasakan oleh pengguna pelayanan dalam hal ini pelayanan dalam penyelenggaraan reklame sehingga pelaksana pelayanan diharapkan dapat melayani masyarakat dengan baik. Untuk mengetahui dimensi empati ini peneliti membuat indikator kemudahan berkomunikasi, tingkat perhatian pegawai dan kesabaran aparatur pelayanan dalam memberikan pelayanan

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi *emphaty/* empati menunjukkan bahwa :

Tabel 5.16. Kualitas Pelayanan Publik melalui Dimensi *Emphaty*

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
E. <i>Emphaty/</i> Empati								
E1.	Tingkat kemudahan berkomunikasi/ berinteraksi	0 (0%)	3 (10%)	27 (90%)	0 (0%)	0 (0%)	93 (52,5%)	Cukup
E2.	Perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan	0 (0%)	5 (16,7%)	23 (76,7%)	2 (6,7%)	0 (0%)	93 (52,5%)	Cukup
E3.	Tingkat kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan.	0 (0%)	5 (16,7%)	25 (83,3%)	0 (0%)	0 (0%)	95 (54,2%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi *emphaty/* empati yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator yakni tingkat kemudahan berkomunikasi/ berinteraksi, perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan serta tingkat kesabaran/ kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan menunjukkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 3 (tiga) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase tertinggi berada pada tingkat kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan dengan skor total 95 atau sebesar 54,2 % yang berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat kemudahan komunikasi// berinteraksi dan indikator perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan yakni memperoleh skor total yang sama yaitu 93 atau sebesar 52,5% yang sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Emphaty*/ empati yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap 2 (dua) indikator cukup yakni indikator perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan dan indikator kesabaran dan kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan. Sedangkan informan memberikan jawaban kurang terhadap 1 (satu) indikator yakni indikator tingkat kemudahan berkomunikasi/ berinteraksi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan. Terjadi perbedaan jawaban karena pelaksana beranggapan jaranganya komunikasi yang dilakukan sehingga tidak terbangunnya komunikasi yang baik antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *Emphaty*/ empati melalui indikator tingkat perhatian pegawai terhadap pengguna layanan dan tingkat kesabaran/ kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan responden yang memberi jawaban cukup. Akan tetapi perlu ditingkatkan pada aspek kemudahan berkomunikasi/ berinteraksi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan misalnya saja dengan meningkatkan sosialisasi terkait izin penyelenggaraan reklame, volume penyebaran informasi ditingkatkan, sarana komunikasi dioptimalkan. Dengan adanya komunikasi yang baik ini akan dapat membangun komunikasi birokrasi yang baik pula dan hal ini dalam rangka sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan lebih berkualitas.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi *Emphaty* melalui indikator tingkat kemudahan berkomunikasi, perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan, tingkat kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan dapat digambarkan melalui uraian berikut.

a. Tingkat Kemudahan Berkomunikasi/ berinteraksi.

Komunikasi adalah merupakan suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya, termasuk dalam organisasi pemerintahan. Komunikasi dua arah sangat diperlukan hal ini artinya adalah terjadi saling mempengaruhi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan dengan tujuan penyelenggaraan pelayanan dapat lebih berkualitas. Komunikasi tidak akan terbangun atau tidak akan berhasil dengan baik apabila pesan yang disampaikan tidak dapat dimengerti oleh penerima pesan dalam hal ini adalah pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame. Untuk mengetahui kemudahan berkomunikasi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Hasil wawancara dengan Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota Dan Reklame Kota Bandung mengatakan bahwa:

“komunikasi yang dilaksanakan dengan Biro Reklame mengenai penyelenggaraan kegiatan reklame itu pernah terjadi tapi **jarang dilaksanakan**. Komunikasi itu terjadi **apabila ada pelanggaran** yang dilakukan oleh penyelenggara reklame. Dengan jarang nya komunikasi seringkali terjadi pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame tersebut karena **kejelasan dan kepastian informasi tidak tersampaikan**. Seharusnya komunikasi dibangun secara *kontinue* supaya dapat meminimalisir pelanggaran penyelenggaraan reklame tersebut. Dengan adanya komunikasi yang baik diharapkan dapat bekerjasama dalam penerapan isi kebijakan tentang penyelenggaraan reklame tersebut. Karena kebijakan yang tertuang dalam Perda dan Perwal tentang penyelenggaraan reklame sudah benar dan sudah *include* dengan apa yang di butuhkan, hanya dalam pengimplementasiannya saja yang melibatkan banyak SKPD komunikasi yang harus ditingkatkan

lagi supaya secara tidak langsung dengan **adanya komunikasi akan dapat membangun koordinasi** yang akan melahirkan kerjasama yang baik”.(Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya wawancara dengan Penyidik Satpol PP Kota Bandung bahwa:

“komunikasi kepada penyelenggara sudah dilakukan dengan salah satunya adalah cara sosialisasi walaupun **volume sosialisasi masih minim serta media sarana informasi juga belum memadai**, dan yang mempunyai kewenangan dalam mensosialisasikan kebijakan penyelenggaraan reklame bukan hanya Satpol PP, akan tetapi dibantu juga oleh Diskominfo dan Dinas Pemakaman dan Pertamanan yang langsung diberikan kepada masyarakat pengguna layanan. Terlebih lagi reklame bukan merupakan sebuah mainan dan membutuhkan biaya yang mahal untuk menyelenggarakan kegiatan reklame tersebut jadi otomatis sosialisasi ke biro reklame harus dilakukan. Dengan dilakukannya sosialisasi tentang kebijakan diharapkan supaya tidak merugikan pihak penyelenggara reklame. Namun demikian **komunikasi dalam bentuk sosialisasi kebijakan pun jarang dilakukan** lebih kepada teknis di lapangan yang tentunya **tidak membangun komunikasi** dengan penyelenggara reklame”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Seiring dengan hal tersebut peneliti juga melakukan wawancara dengan Staf BPPT Kota Bandung menegaskan bahwa: “komunikasi terhadap pihak penyelenggara reklame **pernah dilakukan akan tetapi tidak rutin** dan sifatnya hanya ada komunikasi. Komunikasi kepada pengguna pelayanan yang dilakukan dengan penyampaian informasi ke biro-biro reklame jika ada aturan yang berubah mengenai mekanisme izin penyelenggaraan reklame, hanya itu saja yang bersifat rutin terjadwal tidak ada”. (Yuli Ekadiyanty. Maret 2016).

Selanjutnya menurut salah satu staf di Dinas Bina Marga dan Pengairan megemukakan bahwa: “sosialisasi yang dilakukan oleh kami DBMP yaitu pemberitahuan yang dilakukan secara langsung pada saat biro reklame/ pemohon akan melakukan her/permohonan izin konstruksi ke Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung dengan kata lain **tidak ada agenda khusus dalam mensosialisasikan kebijakan** tersebut”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Selain ke pihak pelaksana pelayanan peneliti juga menggali informasi kepada pengguna pelayanan. Kemudian menurut salah satu biro reklame di Kota Bandung yang membenarkan bahwa:

“ya memang pernah **ada sosialisasi dari aparat pemerintah akan tetapi hanya berupa pemberitahuan jika masa izinnya sudah habis**, hanya yang menjadi keluhannya kalau bisa semua perusahaan reklame diundang jika ada aturan yang baru, terlebih lagi mengenai pembayaran pajaknya jangan terlalu mahal sehingga kami sebagai biro reklame selalu berdasar kepada aturan yang ada serta selalu terjalin kerjasama dengan pelaksana pelayanan” (Rakhmat, Maret 2016).

Atas dasar hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi menjadi faktor penghubung baik bagi pelaksana pelayanan maupun biro reklame yang mempunyai kepentingan dengan pelaksanaan penyelenggaraan reklame ini. Keberhasilan pelayanan penyelenggaraan reklame sangat di tunjang oleh kelancaran dan kejelasan proses komunikasi yang disampaikan kepada penyelenggara reklame yaitu biro reklame. Upaya Pemerintah Kota Bandung untuk mengenalkan Peraturan terhadap penyelenggaraan reklame dilakukan melalui sosialisasi, akan tetapi masih dapat dikatan jarang dilakukan sosialisasi. Ini terbukti dari beberapa informan yang menyatakan bahwa ada komunikasi jika ada pelanggaran, ada komunikasi jika masa izin reklame habis, seharusnya komunikasi dibangun dan dilaksanakan sepanjang waktu.

Dengan kata lain bahwa sosialisasi dalam pelaksanaan kebijakan tentang penyelenggaraan reklame belum sepenuhnya dilakukan atau **komunikasi belum terbangun dengan baik**. Komunikasi hanya dilakukan pada saat biro reklame akan melakukan perizinan/heriggistrasi, dalam hal ini Biro reklame baru mengetahui kebijakan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame.

Adapun yang dikeluhkan oleh biro reklame Pemerintah Kota Bandung diharapkan dapat mengundang para pengusaha reklame jika ada aturan baru yang terkait dengan penyelenggaraan reklame. Seperti halnya pada saat ini Pemerintah Kota Bandung memberlakukan pembatasan ukuran reklame rokok, mengenai sosialisasi tentang pemberlakuan ukuran reklame tersebut dalam koran harian pikiran rakyat, Kamis (21 Januari 2016) disampaikan oleh Ketua Umum Ikatan Pengusaha Reklame Kota Bandung bahwa : “tidak adanya sosialisasi oleh Pemerintah Kota Bandung terkait pemberlakuan pembatasan ukuran reklame rokok kepada setiap pengusaha reklame”.

Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi belum berjalan maksimal, Pemerintah Kota Bandung kurang perhatian terhadap Peraturan ini sehingga menyebabkan **minimnya informasi** yang tersampaikan kepada masyarakat. Agar tersampainya komunikasi kepada pihak yang menjadi pengguna pelayanan seharusnya Pemerintah Kota Bandung berupaya untuk mengundang para pengusaha reklame di Kota Bandung untuk mensosialisasikan aturan yang ada. Untuk itu bagi pemberi layanan yang belum begitu memperhatikan tentang pentingnya komunikasi dalam pelayanan publik seyogyanya harus dapat membangun komunikasi setiap saat dan dalam kondisi apapun sehingga dengan adanya komunikasi yang baik antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan maka akan menciptakan keharmonisan antara keduanya dan dapat merealisasikan penyelenggaraan pelayanan yang lebih berkualitas.

b. Tingkat Perhatian Pribadi Pegawai.

Perhatian dari Pelaksana pelayanan kepada pengguna pelayanan sangat diperlukan, karena dengan adanya kepedulian dari pihak aparat terhadap pengguna layanan akan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap aparat pelaksana pelayanan tersebut. Untuk mengetahui tentang perhatian pribadi pegawai terhadap pengguna layanan penyelenggaraan reklame maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT perihal perhatian pelaksana pelayanan terhadap pengguna layanan menyatakan bahwa:

“perhatian itu ada dan cukup baik, hanya sebatas perhatian dalam rangka menjalankan tugas, pokok dan fungsi sebagai pelaksana pelayanan, di luar itu kami **tidak ada perhatian yang lebih** diluar menjalankan tugas pokok dan fungsi pelaksana. Misalnya saja bentuk perhatian yang diberikan adalah mendampingi pengguna layanan dalam proses pembuatan izin apabila pengguna layanan tidak memahaminya, jadi sifatnya yang wajar saja tidak ada perhatian yang sifatnya berlebihan atau **tidak membangun keakraban** di luar pelaksanaan tugas pokok dan fungsi kami”. (Evi Triana. Maret 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan salah satu staf dari Satpol PP perihal perhatian kepada pengguna pelayanan menyatakan bahwa:

“dalam hal ini kami petugas dari Satpol PP sudah dan selalu memberikan perhatian kepada pengguna pelayanan baik kepada pengguna pelayanan yang melakukan pelanggaran, maupun yang tidak melakukan pelanggaran. Bentuk perhatian yang diberikan juga bisa dalam bentuk teguran terhadap pengguna pelayanan yang melanggar terhadap penyelenggaraan reklame bisa juga perhatian dalam bentuk membantu menyelesaikan persoalan yang sedang dihadapi oleh pengguna pelayanan reklame, akan tetapi perhatian itu hanya dalam bentuk pelaksanaan tugas semata tidak

mempunyai unsur lain sehingga dalam hal ini kami bersikap **memperlakukan keadilan** kepada semua pengguna layanan”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Hasil wawancara dengan staf Dinas Pertamanan dan Pemakaman perihal perhatian aparat terhadap pengguna pelayanan menyatakan bahwa: “kami punya pandangan bahwa memberikan perhatian salah satu bentuknya adalah membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi, sepanjang persoalannya itu merupakan kewenangan dari Dinas Pertamanan dan Pemakaman kami lakukan kecuali bukan ranah kami, kami tidak melakukan apa-apa, kami dalam hal ini ingin menunjukkan sikap profesionalisme kami, karena dalam realitanya dilapangan seringkali pengguna layanan memandang ada perbedaan perlakuan dari aparat”.(Iwan Sugiono. April 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara dari beberapa informan terkait dengan hal perhatian pegawai terhadap pengguna pelayanan, pada dasarnya para pelaksana pelayanan ada perhatian dan sudah **cukup baik** kepada pengguna pelayanan akan tetapi bentuk perhatian yang diberikan oleh para petugas itu hanya sebatas pengimplementasian dari tugas, pokok dan fungsinya masing-masing bukan memberikan perhatian di luar pelaksanaan tugas. Akan tetapi apabila memperhatikan hasil wawancara tersebut dan dikolaborasi dengan hasil observasi peneliti beranggapan bahwa tingkat perhatian pegawai terhadap pengguna pelayanan penyelenggaraan reklame dapat dikatakan memang sudah cukup baik, namun dalam hal ini masih sangatperlu ditingkatkan karena dilapangan masih terlihat **tidak adanya perhatian pegawai yang diberikan diluar pengimplementasian tugas para aparatur pelaksana pelayanan.**

Kesadaran bagi para pelaksana pelayanan akan terlaksana dengan baik dan memuaskan apabila kesadaran para pelaksana pelayanan memperhatikan peraturan, mekanisme sistem pelayanan dan memiliki kemampuan serta keterampilan dalam memberikan pelayanan yang

sesuai dengan pekerjaan yang dipertanggungjawabkan dan tersedianya sarana pelayanan, dengan adanya kesadaran tersebut diharapkan tingkat perhatian aparatur pelaksana pelayanan terhadap masyarakat tinggi dan masyarakat pengguna pelayanan akan merasa nyaman ketika mendapat perhatian dari aparatur pelaksana pelayanan.

c. Kesabaran dan Kesadaran Pegawai Dalam Memberikan Pelayanan.

Kesabaran aparatur pelaksana pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sangat penting. Aparatur memiliki sifat sabar akan dapat menciptakan keharmonisan antara pelaksana dan pengguna pelayanan. Pengguna pelayanan akan merasa lebih tenang dan lebih nyaman ketika berhadapan dengan aparatur yang memiliki tingkat kesabaran yang tinggi, sebaliknya pengguna layanan akan merasa tidak nyaman dan suasana tidak akan kondusif apabila berhadapan dengan aparatur yang tidak memiliki sifat sabar. Untuk mengetahui kesabaran dari para pelaksana pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT menyatakan bahwa:

“petugas pelayanan pada dasarnya memiliki sifat sabar dan mau melayani pengguna layanan dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame, walaupun pengguna layanan yang dihadapi maaf kadangkala menjengkelkan dan memancing sikap emosional, akan tetapi kami tetap sabar untuk melayaninya mengingat dalam rangka menjalankan tugas dan harus tetap memberikan pelayanan yang baik kepada pengguna layanan dalam hal ini kami harus mengenyampingkan ego kami demi terlaksananya tugas kami dengan baik dan pengguna layanan terlayani dengan baik”. (Yuli Ekadiyanti. Maret 2016).

Selanjutnya wawancara dengan salah satu staf dinas Pelayanan Perpajakan menyatakan hal yang sama yaitu : “pada dasarnya sifat sabar itu ada dan sudah cukup baik, dan harus dimiliki oleh setiap pegawai, akan tetapi bukan berarti sabar itu tidak tegas, kami petugas harus tetap tenang dalam menjalankan tugasnya akan tetapi sikap tegas juga seringkali diperlihatkan, ini sebagai bentuk dalam rangka menegakkan kebijakan yang sudah ada, karena kami menjalankan tugas kami berdasarkan kepada regulasi yang ada”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Hasil wawancara dengan salah satu staf dari Dinas Pertamanan dan Pemakaman menyatakan bahwa: “sebetulnya petugas sudah cukup mempunyai sifat sabar, **akan tetapi kadangkala dihadapi dengan kesabaran tidak dapat menyelesaikan persoalan** reklame di lapangan dengan demikian seringkali petugas terlihat garang dalam menjalankan tugasnya hanya sebatas untuk menjaga jarak antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan sehingga ada kesan bahwa **keharmonisan/ keakraban tidak terbangun dan akhirnya lunturnya kepercayaan dari pengguna layanan**”. (Iwan Sugiono. April 2016). Hal tersebut senada dengan hasil wawancara dengan salah satu staf Satpol PP yang menyatakan bahwa: “pada dasarnya petugas semuanya sudah cukup mempunyai sifat sabar, namun dalam pelaksanaan tugas harus tegas terlebih kami Satpol PP merupakan eksekutor dalam kegiatan penyelenggaraan reklame, kalau tidak tegas maka diyakini akan lebih banyak pelanggaran penyelenggaraan reklame yang akan berdampak kepada terganggunya ketertiban umum, terganggunya keindahan kota dan sebagainya, hal ini tentunya akan merugikan bagi Kota Bandung itu sendiri”. (Henry Kusuma. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan maka peneliti beranggapan bahwa pada dasarnya para pelaksana itu sudah cukup memiliki sifat sabar dalam menghadapi pengguna pelayanan

penyelenggaraan reklame, akan tetapi dalam rangka penegakkan kebijakan, serta dalam rangka penegakkan hukum dan dalam rangka mengedepankan kepentingan umum sehingga terlihat tidak ada kesabaran dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat. Ini juga terbukti dari hasil pengamatan peneliti dilapangan masih menemukan beberapa aparatur pelaksana pelayanan yang tidak telaten dalam menghadapi pengguna layanan, namun demikian hal ini masih dapat dikatakan bahwa tingkat kesabaran aparat dalam kategori relatif **cukup**.

Dengan demikian, berdasarkan kepada seluruh item pertanyaan yang ada pada dimensi *emphaty*/ empati yang dijabarkan ke dalam bentuk pertanyaan tentang perhatian pribadi pegawai dan kesabaran pegawai dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat pengguna pelayanan dapat dikatakan cukup baik, hanya saja dalam indikator kemudahan berkomunikasi dikatakan kurang. Hal tersebut menunjukkan perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan dalam aspek empati atau aparatur pelaksana pelayanan perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat dan diharapkan pemberdayaan terhadap aparat ke arah penciptaan profesionalisme pegawai sangat menentukan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian kualitatif dan kuantitatif dapat dikatakan cukup relevan, walaupun menemukan perbedaan jawaban untuk indikator kemudahan berkomunikasi hasil wawancara menunjukkan hasil kategori jawaban kurang sedangkan jawaban responden menyatakan cukup. Perbedaan pandangan ini dikarenakan bahwa informan melihat dan merasakan jarang nya komunikasi antara pelaksana dan pengguna layanan.

Berdasarkan pada hasil penelitian kualitatif variabel kualitas pelayanan publik antar indikator tersebut menunjukkan bahwa rata-rata jawaban informan mengatakan “cukup” misalnya dalam indikator tingkat ketersediaan ruang pelayanan, ketersediaan peralatan/ perlengkapan kerja, keberadaan dan kesiapan pegawai, tingkat

keaktivitas pegawai, tingkat kecepatan pegawai dalam memproses pelayanan, ketanggapan terhadap keluhan/ kesulitan pengguna, tingkat ketanggapan pegawai terhadap keinginan pengguna layanan, tingkat ketanggapan terhadap masalah pengguna layanan, Begitu juga informan menyatakan cukup terhadap tingkat kejelasan informasi pelayanan, tingkat kesederhanaan prosedur, tingkat kepastian waktu dan biaya pelayanan serta tingkat kepastian hukum pelayanan, tingkat perhatian pegawai terhadap pengguna layanan dan tingkat kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan.

Sedangkan jawaban informan terhadap beberapa indikator pada variabel kualitas pelayanan publik masih menyatakan “kurang” misalnya dalam indikator kenyamanan pengguna layanan dalam proses pelayanan, keikhlasan pegawai dalam melaksanakan tugas tanpa pamrih, tingkat kerjasama antar pegawai dan tingkat kemudahan berkomunikasi.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian kualitatif variabel kualitas pelayanan publik antar indikator mayoritas jawaban informan cukup dan bahkan ada yang memberi jawaban kurang, hal ini tidak terlepas dari adanya hambatan-hambatan dalam proses penyelenggaraan pelayanan izin reklame yang mengarah kepada lemahnya pelaksanaan komunikasi birokrasi, dalam hal ini belum dapat membangun komunikasi dengan baik, ini terlihat dari kurangnya sosialisasi mengenai mekanisme, prosedur serta regulasi lain tentang pelayanan izin reklame yang mengakibatkan kejelasan informasi, kepastian informasi dan konsistensi informasi kurang terserap dengan baik oleh pengguna layanan.

Selain itu juga menunjukkan bahwa minimnya alat peraga, media informasi dan sarana komunikasi yang tersedia baik bersifat media cetak maupun media elektronik sehingga informasi tidak tersampaikan/ tidak terserap dengan baik dan ini berdampak kepada lambatnya proses pelayanan. Kurangnya pemahaman terhadap peraturan serta kurangnya

kemampuan aparat dalam menangani permasalahan serta menjawab keinginan yang dihadapi pengguna layanan yang mengakibatkan adanya oknum aparat dari Satpol PP yang mengeluarkan surat izin palsu, banyaknya reklame liar yang tidak mengantongi izin secara resmi dari BPPT, banyak pemasangan reklame yang mengganggu estetika kota, keindahan kota dan dapat mengganggu ketertiban Kota.

5.2.2.2. Kualitas Komunikasi Birokrasi.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari suatu sumber informasi ke suatu tujuan. Komunikasi merupakan pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Selanjutnya komunikasi merupakan penyesuaian pikiran, penciptaan perangkat dan merupakan suatu peristiwa yang dialami secara internal yang murni personal yang dibagi dengan orang lain. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai pengalihan informasi dari satu orang atau kelompok kepada yang lain, terutama dengan menggunakan simbol atau pesan. Unsur yang terkandung dalam komunikasi adalah pemberian berita (pembicara, pengirim), yang menyampaikan (mengatakan, mengirim, menyiarkan), berita-berita (perintah-perintah, laporan-laporan, saran-saran), penerima berita (orang yang dituju, responden, pendengar) dan reaksi (jawaban). Komunikasi juga merupakan kegiatan mengajukan pengertian yang diinginkan dari pengirim informasi kepada penerima informasi dan menimbulkan tingkah laku yang diinginkan.

Atas dasar tersebut komunikasi bukan hanya sekedar proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain akan tetapi komunikasi dipandang sebagai suatu proses penyampaian pengertian atau maksud tertentu melalui sejumlah informasi. Proses penyampaian pengertian antar individu semua masyarakat manusia dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang lainnya.

Kaitanya dengan komunikasi birokrasi pemerintahan merupakan penyampaian pesan dari aparatur pemerintah tentang informasi misalnya isi kebijakan kepada masyarakat sebagai pengguna pelayanan dalam hal ini pengguna pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Pesan yang disampaikan oleh aparatur birokrasi harus jelas dan dapat diserap dengan baik oleh masyarakat pengguna layanan. Kejelasan informasi yang disampaikan dan dengan terserapnya informasi oleh pengguna layanan maka berarti dapat dikatakan bahwa komunikasi birokrasi berkualitas.

Bicara tentang kualitas komunikasi birokrasi dapat diukur dengan 5 (lima) dimensi yaitu melalui : Kualitas komunikator, Penyampaian informasi, Sarana atau Media Komunikasi, Informasi yang disampaikan dan Suasana komunikasi. Begitu juga dalam penelitian pendekatan kuantitatif yang peneliti lakukan sebagai bentuk verifikasi terhadap penelitian kualitatif bicara tentang Variabel Komunikasi Birokrasi (X) tersusun atas 5 (lima) dimensi dan 21 (dua puluh satu) indikator. Analisis deskriptif untuk Komunikasi Birokrasi secara keseluruhan didasarkan pada skor total ordinal dari seluruh indikator. Skor total variabel Komunikasi Birokrasi yang terdiri dari 21 indikator untuk 30 pengguna layanan yang diteliti adalah sebesar 2120.

Dalam skala persentase berdasarkan rentang skor total minimal dan maksimalnya, variabel Komunikasi Birokrasi memiliki skor total persentase sebesar $\{(2120-630) / (3150-630)\} \times 100\% = 59,1\%$. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa skor total persentase dari Komunikasi Birokrasi terletak antara batas median dan kuartil III (antara 50% s/d <75%). Posisi ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi untuk pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada BPPT Penda Kota Bandung tergolong cukup. Kategorisasi skor total persentase, sebagaimana merujuk kepada Al Rasyid (2012: 128), adalah sebagai berikut: rendah (minimal – kuartil I: 0% - <25%), kurang (kuartil I – median: 25% - <50%), cukup (median – kuartil III:

50% - <75%), dan tinggi (kuartil III – maksimal: 75% - 100%). Tingkat Komunikasi Birokrasi secara keseluruhan dan dimensional dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.17. Komunikasi Birokrasi

Dimensi	Skor	Skor Persentase (%)	Kategori
Kualitas Komunikator	553	67,2	Cukup (50%-<75%)
Informasi yang Disampaikan	312	61,7	Cukup (50%-<75%)
Sarana Komunikasi	401	58,5	Cukup (50%-<75%)
Penyampaian Informasi	481	55,2	Cukup (50%-<75%)
Suasana Komunikasi	373	52,7	Cukup (50%-<75%)
Keseluruhan	2120	59,1	Cukup (50%-<75%)

Distribusi frekuensi dari tingkat Komunikasi Birokrasi pada 30 pengguna layanan yang diteliti untuk masing-masing kategori menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan (28 pengguna layanan atau 93,3%) menilai bahwa tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi tergolong cukup (skor persentase antara 50% - <75%). Sedangkan sisanya (2 pengguna layanan atau 6,7%) memberikan penilaian kurang (skor persentase antara 25% - <50%). Kategorisasi tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi untuk masing-masing pengguna layanan didasarkan pada skor total persentase dari skor total seluruh indikator (21 indikator). Distribusi frekuensi dari tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi antar pengguna layanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.18. Komunikasi Birokrasi Antar Pengguna Layanan

Kategori Tingkat Kualitas	Frekuensi	Proporsi
Rendah	0	0,0%
Kurang	2	6,7%
Cukup	28	93,3%
Tinggi	0	0,0%
Jumlah	30	100,0%

Hasil penilaian atas tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi untuk masing-masing dimensi dan indikator dapat disebar/ ditampilkan melalui beberapa tabel di bawah ini (tabel 5.19 sampai dengan tabel 5.23 mulai dari halaman 336 sampai dengan halaman 385). Kategorisasi tingkat kualitas Komunikasi Birokrasi untuk masing-masing indikator didasarkan pada skor total persentase dari skor total Komunikasi Birokrasi untuk setiap indikator yang dihitung dari seluruh pengguna layanan (30 pengguna layanan).

1. Kualitas Komunikator.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi kualitas kmunikator menunjukkan bahwa :

Tabel 5.19

Komunikasi Birokrasi melalui Dimensi Kualitas Komunikator

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
A. Kualitas Komunikator								
A1.	Tingkat pemahaman pegawai atas peraturan, ketentuan dan informasi izin reklame	3 (10%)	19 (63,3%)	8 (26,7%)	0 (0%)	0 (0%)	115 (70,8%)	Cukup
A2.	Tingkat kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran, ide dan gagasan	2 (6,7%)	18 (60%)	10 (33,3%)	0 (0%)	0 (0%)	112 (68,3%)	Cukup
A3.	Tingkat kemampuan dalam menyerap dan memahami keinginan pengguna layanan	2 (6,7%)	19 (63,3%)	8 (26,7%)	1 (3,3%)	0 (0%)	112 (68,3%)	Cukup
A4.	Tingkat kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan	1 (3,3%)	17 (56,7%)	12 (40%)	0 (0%)	0 (0%)	109 (65,8%)	Cukup
A5.	Tingkat kemampuan dalam memperoleh kepercayaan pengguna layanan	0 (0%)	15 (50%)	15 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	105 (62,5%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi kualitas komunikator yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator yakni tingkat

pemahaman pegawai terhadap peraturan dan ketentuan izin penyelenggaraan reklame, tingkat kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran, ide, dan gagasan, tingkat kemampuan dalam menyerap dan memahami pengguna layanan, tingkat kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan dan tingkat kemampuan dalam memperoleh kepercayaan pengguna layanan menunjukkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 5 (lima) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total persentase tertinggi berada pada indikator tingkat pemahaman pegawai terhadap aturan penyelenggaraan izin reklame dengan skor total 115 atau sebesar 70,8% yang berdasarkan kategorisasi skor total persentase termasuk dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan dari masyarakat pengguna layanan yakni memperoleh skor total 105 atau sebesar 62,5% yang sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi kualitas komunikator yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator tersebut di atas berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas komunikator melalui indikator tingkat pemahaman pegawai terhadap peraturan izin reklame, tingkat kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran, ide dan gagasan, tingkat kemampuan dalam menyerap dan memahami keinginan pengguna layanan, tingkat kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan dan tingkat kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan sudah dapat dinilai cukup baik, ini dibuktikan dengan seluruh jawaban informan dan responden yang memberi jawaban cukup. Dengan adanya kualitas

komunikator yang cukup memahami, cukup mempunyai kemampuan ini dalam rangka sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi kualitas komunikator melalui indikator tingkat pemahaman pegawai terhadap aturan, ketentuan dan informasi izin reklame, tingkat kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran, ide, gagasan, tingkat kemampuan dalam menyerap dan memahami keinginan pengguna layanan, tingkat kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan dan tingkat kemampuan dalam memperoleh kepercayaan pengguna layanan dapat digambarkan melalui uraian berikut.

a. Pemahaman pegawai Terhadap peraturan-peraturan, ketentuan dan informasi pelayanan.

Untuk mengetahui pemahaman pegawai terhadap peraturan-peraturan, ketentuan dan informasi dalam organisasi yang berkaitan dengan pelayanan izin penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Adapun hasil wawancara dengan salah satu informan dari pihak BPPT menyatakan bahwa: “peraturan-peraturan, ketentuan dan informasi dalam organisasi yang berkaitan dengan izin penyelenggaraan reklame merupakan salah satu kelengkapan administrasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang barang tentu hal ini harus dipahami dengan baik, walau kenyataannya kami mengalami kesulitan untuk memahaminya, apalagi bicara tentang Peraturan Daerah dan Peraturan Walikota yang mengatur tentang Izin reklame di Kota Bandung dapat informasi harus segera direvisi dalam rangka pembenahan reklame di Kota Bandung”. (Evi Triana. Maret 2016).

Terkait dengan usulan Perda dan Peraturan Walikota tentang izin reklame di Kota Bandung untuk segera direvisi ini dibenarkan oleh Aan Andi Purnama yang menyatakan bahwa : “saat ini Perda tentang izin

reklame di Kota Bandung sudah tidak relevan, sehingga dapat menimbulkan reklame liar, mengganggu keindahan kota. Ada hal yang lebih penting tujuan di revisinya Perda dan Perwal ini adalah menata keindahan Kota dan mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung. (Aan Andi Purnama. April 2016). Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf dari BPPT menyatakan bahwa:

“kelengkapan administrasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame berupa peraturan, ketentuan dan informasi pada BPPT Kota Bandung relatif memadai, namun belum memadai seutuhnya misalnya saja belum adanya Standar Operasional Prosedur dalam setiap jenis pelayanan khususnya tentang izin penyelenggaraan reklame, masih banyaknya pelanggaran terhadap Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, hal ini jelas akan mengganggu terhadap proses pelayanan, itu kami sadari semuanya yang saat ini mulai kami benahi dengan tujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016)

Selanjutnya menyatakan bahwa:

“Dalam sarana administrasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame saat ini Pemerintah Kota Bandung memiliki kebijakan Pemerintah dalam bentuk Perda dan Perwal yaitu Perda Nomor 4 tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Kebijakan ini karena masih berlaku saat ini belum ada perubahan walaupun sudah ada usulan untuk segera dilakukan perubahan maka diharapkan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai, karena kebijakan merupakan salah satu dari sarana administrasi pelayanan. Kebijakan ini isinya mengatur tentang penyelenggaraan reklame, sehingga dapat terketahuinya mana yang sesuai dengan kebijakan mana juga yang tidak sesuai dengan kebijakan atau dengan kata lain melakukan pelanggaran terhadap kebijakan sebagai sarana administrasi dari pelayanan

izin penyelenggaraan reklame”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016)

Terkait dengan hal ini peneliti telah melakukan wawancara kepada instansi-instansi yang terlibat dalam penyelenggaraan izin reklame yang berada dalam Pemerintahan Daerah Kota Bandung yaitu Badan Pelayanan Perizinan Terpadu, Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya, Dinas Bina Marga dan Pengairan, Dinas Pemakaman dan Pertamanan, Dinas Pelayanan Pajak, dan Satpol PP.

Berdasarkan wawancara peneliti terhadap salah satu Staf BPPT Kota Bandung menyatakan bahwa: “pemahaman Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung sudah mencakup segala kebutuhan. Mengenai permasalahan di lapangan reklame yang tidak sesuai dengan aturan merupakan kewenangan dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung sebagai eksekutor dalam melakukan pembongkaran. BPPT Kota Bandung hanya secara administrasi menyelenggarakan perizinan sampai dengan penerbitan surat izin tersebut”. (Evi Triana. Maret 2016). Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan Kasi Pengawasan dan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame Kota Bandung menyatakan bahwa:

“tujuan dikeluarkannya Perda Nomor 4 Tahun 2012 sangat jelas, Perda tersebut mencakup segala kebutuhan kota yang terkait dengan penyelenggaraan reklame, tentunya dalam hal ini kami sebagai pelaksana dari kebijakan harus memahami seluruh isi dari kebijakan tersebut, walau dalam kenyataannya tidak semua dari petugas kami memahami secara utuh dari isi kebijakan tersebut, tapi dalam hal ini sebagian besar pegawai kami cukup memahaminya”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selain itu menurut pelaksana pada Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung menegaskan pula bahwa: “tujuan dari adanya Perda No. 4 Tahun 2012 tersebut sudah jelas karena dalam membuat

Peraturan Daerah memerlukan masukan dari setiap SKPD yang terlibat”. (Deni Hendarsyah. April 2016). Menurut informan lainnya Kasi T.Arsitektur Kota Distarcip Kota Bandung menyatakan bahwa: “tujuan dari Perda tersebut sudah sangat jelas, dari mulai perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sudah diatur didalamnya dan sasarannya relatif tercapai, dalam hal ini tim teknis sering mengadakan pertemuan untuk diskusi, dengan harapan adanya diskusi itu menambah wawasan pemahaman terhadap regulasi yang ada bagi kami”. (Dyah Saraswati. April 2016). Senada dengan hal itu menurut Penyidik Satpol PP Kota Bandung menyatakan bahwa:

“tujuan Peraturan Daerah tentang penyelenggaraan reklame sudah jelas, tugas masing-masing instansi yang terlibat juga sudah jelas. Bahkan jika tidak ada Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan, Perda No. 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame masih sangat relevan, kenapa sekarang ada pandangan Perda ini tidak relevan alasannya karena Perda tersebut belum menyinggung Peraturan Pemerintah Nomor 109 tersebut, sehingga ada usulan untuk dilakukan perubahan. Atau dengan kata lain karena ada aturan baru mengenai produk rokok setiap Kabupaten/Kota diwajibkan merubah Perda reklamenya termasuk Kota Bandung harus merubah Perda Penyelenggaraan Reklame harus memasukkan substansi isi dari Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tersebut”. (Henry Kusumah. April 2016)

Selanjutnya pihak biro reklame mengatakan bahwa:

“jika aturannya sudah bagus, dengan adanya perencanaan penataan bisa menjadi lebih tertib dalam penyelenggaraan reklame. Pengawasan dan penertiban yang dilakukan saat ini sudah lebih baik, dalam hal ini kota sudah mulai tertata, namun dalam melakukan proses perizinan masih dirasakan proses yang

lama dari permohonan sampai terbit izin apalagi apabila persyaratan dari pemohon pelayanan tidak lengkap”. (Dadang, April 2016).

Berdasar pada hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa dengan adanya kebijakan penyelenggaraan reklame diharapkan dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada. Oleh karena itu dengan dikeluarkannya sebuah kebijakan sebagai sarana administrasi harus dijadikan landasan mutlak dan harus dipedomani sebagai petunjuk pelaksanaan untuk menyelenggarakan pelayanan khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 ini dibuat dengan harapan dapat menata kota menjadi lebih baik lagi. Di dalam Perda tersebut memuat hal-hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame, diantaranya adalah pola penyebaran peletakan dan pemasangan reklame, mekanisme izin, pengawasan pengendalian dan penertiban. Pola peletakan, pemasangan reklame sebagai salah satu tujuan dikeluarkannya Perda Nomor 4 Tahun 2012 merupakan langkah yang dilakukan agar tidak adanya lagi pemasangan reklame yang tidak pada peruntukannya atau berada di kawasan yang tidak diperbolehkan menyelenggarakan peletakan dan pemasangan reklame. Hal ini karena peletakan dan pemasangan reklame bukan hanya merupakan permasalahan yang berkaitan dengan faktor ekonomi saja dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung akan tetapi juga harus memperhatikan estetika Kota dan keindahan lingkungan, keamanan dan kenyamanan Kota, sesuai dengan yang di atur pada Perda tersebut. Pemerintah Kota Bandung saat ini sudah berusaha menata reklame di Kota Bandung, akan tetapi dari pihak penyelenggara reklame seringkali menginginkan pemasangan reklame di jalan yang ramai, sementara jalan yang ramai dalam perencanaan dijadikan sebagai kawasan bebas reklame.

Dengan adanya pandangan perubahan terhadap Perda dan Perwal yang mengatur tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung dengan tujuan dapat mengakomodasi semua kebijakan Pemerintah baik itu Kebijakan Pemerintah Pusat seperti dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 substansinya belum tercermin dalam Perda tersebut, dan selain itu juga perubahan terhadap Perda dan Perwal Penyelenggaraan Reklame ini dalam rangka menata keindahan Kota dan mengoptimalkan PAD Kota Bandung. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa saat ini dari 9 Mata Pajak yang ada di Kota Bandung hanya dari pajak reklame yang tidak mencapai target. Akan tetapi karena perubahan kebijakan Pemda Kota Bandung ini masih dalam proses maka Perda dan Perwal yang berlaku saat ini yang masih dijadikan pedoman dalam penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung.

Hasil di lapangan menemukan pelanggaran peletakan dan pemasangan reklame *billboard* yang dapat mengganggu ketertiban umum, reklame tersebut dipasang pada Jalan Ibrahim Adjie di daerah Binong (dekat PINDAD) Kota Bandung dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 5.3. Peletakan Reklame Yang Mengganggu Ketertiban Umum.



Sumber : Dokumentasi Satpol PP Kota Bandung Tahun 2015

Pemasangan reklame tersebut menjadi masalah besar apabila tidak segera dilakukan penertiban karena mengganggu fasilitas umum dalam hal ini jalan trotoar tidak berfungsi sebagaimana mestinya sehingga dapat mengganggu pengguna jalan tersebut atau mengganggu pejalan kaki dan membahayakan keselamatan pengguna jalan.

Selain pola penyebaran reklame, Perda Nomor 4 Tahun 2012 juga tertuang mengenai mekanisme izin sebagai langkah-langkah yang dilakukan dalam permohonan penyelenggaraan reklame. Mekanisme izin yang dilakukan diawali dengan pemohon penyelenggara reklame mengajukan permohonan kepada BPPT Kota Bandung dengan melengkapi persyaratan. Setelah semua persyaratan dipenuhi oleh pemohon, dilakukan pengecekan terhadap lokasi yang diinginkan. Jika lokasi berada di kawasan bebas penyelenggaraan reklame permohonan akan di tolak, apabila pemohon mengajukan di luar lokasi tersebut berkas permohonan akan dibahas dalam rapat tim teknis. Jika dalam pembahasan rapat tim teknis tidak ada hal yang melanggar aturan maka akan disetujui dan dibuatkan izin penyelenggaraan reklame beserta kwitansi yang harus dibayarkan ke Dinas Pelayanan Pajak.

Penyelenggara reklame yaitu biro reklame mau tidak mau harus mentaati mekanisme perizinan penyelenggaraan reklame yang telah ditetapkan. Menurut biro reklame jika peraturan yang dibuat tidak diikuti akan berdampak pada tidak terbitnya izin yang diajukan dan penindakan yang dilakukan jika biro reklame melakukan pemasangan tanpa melalui mekanisme izin yang ada. Akan tetapi, tidak bisa dipungkiri bahwa penyebab dari permasalahan tersebut yaitu lamanya pengurusan izin dari proses permohonan sampai terbit izin. Lamanya proses perizinan tersebut memang sangat dikeluhkan oleh biro reklame selaku penyelenggara reklame.

Selain itu kebijakan Perda Nomor 4 Tahun 2012 juga dibuat untuk memayungi terhadap pengawasan, pengendalian dan penertiban yang dilakukan untuk mengurangi pertumbuhan reklame-reklame yang

menyalahi aturan. Pengawasan dan penertiban reklame di Kota Bandung sejauh ini sudah dilakukan. Pengawasan dan pengendalian dalam hal estetika, kesopanan, ketaatan dan kepatuhan serta naskah, materi dan ukuran merupakan tugas pokok dan fungsi Dinas Pemakaman dan Pertamanan. Sedangkan Satpol PP Kota Bandung melaksanakan tugas fungsinya dalam melakukan penertiban dan eksekusi peletakan dan pemasangan reklame yang melanggar aturan tersebut.

Temuan di lapangan berikut ini merupakan salah satu peletakan dan pemasangan reklame dari salah satu produk rokok “A Mild” terpasang pada Jalan Cihampelas Bandung yang dinilai naskah dan gambarnya mengganggu ketertiban umum yang dinilai tidak pantas untuk dilihat secara umum apalagi dilihat oleh anak-anak di bawah umur, dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 5.4. Peletakan Reklame Mengganggu Etika dan Kesopanan



Sumber Dokumentasi Satpol PP Kota Bandung Tahun 2015.

Peletakan dan Pemasangan reklame dengan materi dan naskah yang mengandung nilai-nilai ketidakpantasan dapat menimbulkan pandangan atau asumsi yang beragam di masyarakat. Terlebih lagi

keberadaan reklame yang didirikan di tempat umum menjadikan setiap masyarakat dapat mengakses karena jalan dilalui oleh masyarakat sehingga memiliki segmentasi yang luas.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan reklame sudah memuat tujuan-tujuan yang mendasar yang dibutuhkan dalam upaya menciptakan keindahan estetika kota, serasi dengan perkembangan kota, meningkatkan pelayanan perizinan kepada masyarakat sebagai pengguna layanan terhadap pemasangan reklame di dalam maupun di luar ruangan, hal tersebut sudah tertuang di dalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Berikut ini pola penyebaran dan peletakan serta pemasangan reklame pada kawasan tanpa Penyelenggaraan Reklame (Kawasan Bebas Reklame) merupakan kawasan yang tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yaitu gedung dan/ atau halaman kantor pemerintahan, tempat pendidikan, tempat-tempat ibadah, lintasan jalan kereta api, rumah sakit, kantor militer/ kepolisian, taman kota, Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, Jalan R.A.A Wiranatakusumah, Jalan Pajajaran, Jalan IR H Juanda, Jalan Dr. Junjungan dan Jalan Pasteur. Salah satu contoh masih ditemukannya peletakan atau pemasangan reklame pada Jalan Pasteur Bandung, sebagai berikut:

Gambar 5.5. Peletakan Reklame Pada Kawasan Terlarang



Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2016

Mengacu kepada Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame seharusnya jalan Pasteur merupakan kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan menyelenggarakan peletakan atau pemasangan reklame hal ini menunjukkan kurangnya perhatian pelaksana kebijakan dalam mengimplementasikan Perda tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa isi kebijakan sebagai salah satu sarana administrasi sudah mencakup kebutuhan kota dalam menciptakan penataan kota yang lebih baik. Pelanggaran-pelanggaran reklame yang ada disebabkan oleh faktor eksternal membutuhkan banyak dukungan dari semua pihak baik dari pelaksana kebijakan maupun dari penyelenggara reklame dalam upaya mengurangi pelanggaran. Dibutuhkan kesadaran dari pelaksana kebijakan untuk terus meningkatkan pengawasan dan penertiban, serta kesadaran dari pihak penyelenggara reklame dalam mengurus perizinannya.

Sarana administrasi layanan izin penyelenggaraan reklame merupakan suatu kelengkapan yang harus dimiliki oleh pemberi pelayanan, ini merupakan dukungan atau penunjang untuk memberikan pelayanan kepada pengguna layanan. Lengkap atau tidaknya sarana administrasi dapat memberikan dampak kepada proses penyelenggaraan pelayanan. Kaitanya dengan belum memadainya sarana administrasi pada BPPT Kota Bandung diharapkan tidak menghambat proses penyelenggaraan pelayanan khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

b. Kemampuan pegawai menyampaikan pikiran atau gagasan/ ide dalam kaitannya dengan proses pelayanan.

Ide atau gagasan merupakan bentuk hasil pemikiran seseorang yang dapat disampaikan kepada orang lain dan ada kemungkinan buah pemikiran itu menjadi inspiratif seseorang dalam kehidupan individu maupun kehidupan organisasi, termasuk organisasi pemerintahan.

Seperti diketahui bahwa pemerintah mempunyai beberapa fungsi salah satu fungsinya adalah memberikan pelayanan. Dalam proses pelayanan menyampaikan ide, gagasan serta pemikiran yang inovatif sangat diperlukan demi terselenggaranya pemerintahan yang baik dan demi terselenggaranya proses pelayanan yang berkualitas. Dalam hal ini untuk mengetahui kemampuan pegawai sebagai pelaksana pelayanan dalam menyampaikan pemikirannya, ide dan gagasannya peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT mengenai kemampuan pegawai dalam menyampaikan ide dan gasasan dalam proses pelayanan penyelenggaran reklame menyatakan bahwa:

“pegawai kami dapat dikatakan cukup baik dalam menyampaikan ide/ gagasan, hal ini disebabkan karena petugas bekerja berdasarkan kepada tugas, pokok dan fungsinya, kecuali dalam pelaksanaannya apabila menemukan suatu persoalan yang dihadapi oleh pengguna layanan petugas memberikan saran, yang namanya saran mau diterima atau tidaknya dikembalikan kepada persoalan individu yang bersangkutan, namun hal ini jarang terjadi”. (wawan Khaerullah Maret 2016).

Hasil wawancara dengan staf Dinas Pertamanan dan pemakaman menyatakan bahwa:

“kemampuan petugas dalam menyampaikan ide atau gagasan terhadap pengguna layanan cukup mampu, akan tetapi jarang dilakukan. Hal ini dikatakan cukup mampu karena ketika petugas memberikan ide atau masukan ke pengguna lapanan, pengguna layanan mau menerimanya dan melaksanakan sesuai ide/gagasan tersebut, misalnya dalam peletakan reklame ketika menemukan kejanggalan dalam peletakan dan pemasangan reklame petugas menyarankan terhadap kejanggalan tersebut ada beberapa pengguna layanan yang mau mengikutinya akan tetapi juga ada pengguna pelayanan yang tidak mau mengikutinya dan tetap

kepada pendiriannya sehingga dalam hal ini kami selalu memberikan gagasan terhadap pengguna layanan dengan harapan pengguna layanan mengikutinya”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan pihak Dinas Pelayanan perpajakan mengenai kemampuan pegawai dalam menyampaikan ide dan gagasannya yang menyatakan bahwa: “pegawai dinilai cukup mampu, namun jarang dilakukan, karena jarang komunikasi dengan pengguna layanan”. (Cecep Sutisna. April. 2016). Hal ini Senada dengan hasil wawancara dengan salah satu staf Satpol PP yang menyatakan bahwa: “jarang memberikan ide dan gagasan kepada para pengguna pelayanan, hal ini sifatnya hanya sesekali saja, akan tetapi apabila ada temuan persoalan di lapangan baru sifatnya secara aksidental memberikan saran atau gagasan kepada pengguna layanan”. (Henry Kusuma. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa informan terkait dengan kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran atau gagasan dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame dapat dikatakan cukup baik, namun dalam hal ini masih sangat perlu ditingkatkan. Dengan tujuan dapat terjalannya komunikasi yang baik dengan adanya komunikasi yang dibangun antara penyedia layanan dengan pengguna layanan sehingga terjadi interaksi diantara keduanya dalam kegiatan penyelenggaraan reklame, sehingga dapat berdampak kepada kualitas komunikasi birokrasi dan dapat meminimalisir permasalahan yang sering terjadi.

c. Kemampuan pegawai dalam menyerap atau memahami keinginan pengguna layanan khususnya dalam memberikan proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

Kemampuan adalah merupakan suatu keahlian yang dimiliki seseorang. Tingkat kemampuan seseorang dengan orang lain memiliki perbedaan, ada yang memiliki kemampuan yang hebat, kemampuannya dapat dikategorikan biasa, bahkan ada seseorang yang kurang memiliki

kemampuan. Kemampuan seseorang ini bisa dipupuk dengan cara melatih dirinya sendiri, kemampuan juga harus diimbangi dengan pengetahuan yang tinggi dan sifat kepemimpinan yang bagus serta harus diikuti dengan rasa tanggungjawab yang tinggi. Apabila semua ini terpenuhi maka kemampuan seseorang dapat dikatakan baik, dalam hal proses pelayanan pelaksana pelayanan sangat dituntut memiliki kemampuan yang baik, karena dengan memiliki kemampuan yang baik maka proses pelayanan akan optimal dan berkualitas serta akan mendapat kepercayaan dari pengguna layanan, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna layanan.

Untuk mengetahui kemampuan pegawai dalam memahami keinginan pengguna layanan dalam kegiatan penyelenggaraan reklame, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa informan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Staf BPPT menyatakan bahwa:

“Para pegawai pada dasarnya mempunyai kemampuan yang cukup dalam memahami keinginan dari pengguna layanan penyelenggaraan reklame. Akan tetapi kemampuan pegawai ada saatnya tidak bisa memenuhi seluruh dari keinginan pengguna layanan ini karena pegawai harus memperhatikan beberapa ketentuan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame dari mulai persyaratan, mekanisme proses pelayanan perizinan tersebut. Keinginan pengguna layanan proses perizinan penerbitan reklame ini diterbitkan secepatnya akan tetapi dalam hal ini pegawai dapat menyeleksi terhadap permohonan dari pengguna layanan apakah persyaratan ini telah terpenuhi atau tidak. Jika persyaratan proses perizinan penerbitan reklame telah terpenuhi dan sudah sesuai dengan mekanisme pelayanan yang sudah ditentukan proses perizinan penerbitan reklame dapat diproses secepatnya. Akan tetapi ada juga hal-hal yang memang

tidak bisa semua reklame diizinkan tayang/ terbit, karena ada titik-titik yang tidak diperbolehkan pemasangan reklame yang disebut kawasan bebas reklame. Akan tetapi ada juga pengusaha yang nakal yang tidak mengindahkan aturan tersebut. Maka ada beberapa yang tidak bisa di tarik pajaknya. Begitu juga tidak diproses karena pengguna pelayanan tidak memenuhi persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan tentang proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame”. (Wawan Khaerullah. Maret 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan Kasi Pengawasan Pengendalian Dekorasi Kota dan Reklame menyatakan bahwa:

“Pegawai cukup mampu dan memahami keinginan pengguna layanan, pada dasarnya pengguna layanan menginginkan peletakan dan pemasangan reklame pada tempat-tempat strategis karena tujuan dari pemasangan reklame itu bersifat komersil. Akan tetap petugas dalam hal ini tidak dapat memenuhi semua keinginan dari pengguna layanan karena harus tetap memperhatikan kebijakan pemerintah serta harus taat terhadap aturan yang telah dibuat. Jika peletakan dan pemasangan reklame ini dipandang mengganggu ketertiban umum, mengganggu keindahan kota, mengganggu estetika kota tentunya dalam hal ini petugas tidak dapat memenuhi keinginan dari pengguna layanan. Dalam hal ini petugas hanya bisa memberi pemahaman terhadap pengguna layanan tersebut dengan cara menunjukkan adanya pelanggaran tersebut dikaitkan dengan aturan yang ada sehingga pengguna layanan dapat memahaminya dengan baik. Sehingga bagi pengguna layanan yang memaksakan kehendak juga banyak tetap memasang dan meletakan reklame pada area-area yang dilarang dalam kebijakan pemerintah”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Sedangkan hasil wawancara dengan salah satu tim teknis di Dinas Bina Marga dan Pengairan selaku pelaksana Dinas Bina Marga dan pengairan menyatakan bahwa:

“Petugas cukup mampu dan memahami terhadap keinginan masyarakat penggunaan layanan. Namun kadangkala keinginan dari pengguna layanan banyak yang tidak memperhatikan terhadap aturan yang ada, pengguna hanya memikirkan kepentingan dirinya sendiri karena tujuannya mencari keuntungan dari hasil peletakan dan pemasangan reklame tersebut diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang besar. Karena diyakini melalui pemasangan reklame tersebut informasinya dapat tersampaikan kepada masyarakat umum. Lain halnya dengan petugas dilapangan tidak memikirkan keuntungan dari pemasangan reklame tersebut akan tetapi yang dipikirkan adalah tertib reklame terutama di jalan-jalan yang tidak berizin harus ditertibkan”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Satpol. PP. perihal kemampuan dalam memahami keinginan pengguna layanan menyatakan bahwa:

“pegawai dilapangan cukup mempunyai kemampuan dan memahami terhadap keinginan masyarakat. Salah satu bentuk mampu mengetahui keinginan pengguna layanan yaitu ingin reklamenya dipasang ditempat-tempat yang strategis, ingin reklamenya dipasang lebih lama, ingin reklamenya dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaannya. Akan tetapi sebagai aparatur petugas pelaksana dilapangan tidak cukup memperhatikan terhadap keinginan pengguna layanan saja. Karena banyak sekali keinginan dari pengguna layanan yang tidak memephatikan terhadap aturan yang ada, seharusnya pengguna pelayanan juga wajib memahami aturan yang telah ditentukan sehingga keinginannya dapat dipenuhi oleh petugas.

Sebaliknya jika pengguna pelayanan tidak memahami isi kebijakan serta aturan yang ada dan keinginan itu dianggap bertentangan dengan aturan yang ada petugas dapat bertindak tegas tanpa memperhatikan keinginan dari pengguna layanan dalam hal ini aturan yang bicara”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara dari beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada dasarnya para aparat cukup memiliki kemampuan dan memahami keinginan pengguna layanan. Akan tetapi aparatur sebagai petugas pelaksana pelayanan tidak sepenuhnya mampu memenuhi keinginan dari pengguna layanan tersebut. Dalam hal ini petugas lebih berpijak kepada aturan yang ada apabila keinginan pengguna layanan itu sudah sesuai dengan aturan yang ada serta sudah sesuai dengan mekanisme yang ditentukan tentunya keinginan masyarakat dapat terpenuhi. Sebaliknya apabila keinginan pengguna layanan memaksakan kehendak dalam arti tanpa memperhatikan aturan dan ketentuan serta mekanisme yang ada maka petugas tidak dapat memenuhi keinginannya. Petugas dalam hal ini hanya memberi pemahaman kepada para pengguna layanan untuk dapat memahami isi kebijakan dan sebuah aturan yang telah dibuat.

Dengan memahaminya terhadap aturan yang ada diharapkan pengguna layanan keinginannya menyesuaikan dengan aturan yang ada sehingga aparatur pelaksana pelayanan juga dapat memenuhi keinginan dari pengguna layanan tersebut. Dengan terpenuhinya keinginan masyarakat dan pemberi layanan memperhatikan kualitas dalam arti memberikan keistimewaan untuk memenuhi keinginan pengguna layanan ini akan berdampak kepada kualitas penyelenggaraan pelayanan khususnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

d. Kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pengguna layanan.

Untuk mengetahui kemampuan aparat dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengguna penyelenggaraan reklame,

dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa Informan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staf dari BPPT perihal kemampuan petugas dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengguna layanan menyatakan bahwa:

“pegawai BPPT cukup mampu dalam menjawab pertanyaan dari pengguna layanan. Pertanyaan dari pengguna layanan itu berkisar pada pertanyaan tentang persyaratan pembuatan izin reklame, mekanisme pembuatan surat izin penyelenggaraan reklame, waktu proses penyelesaian surat izin penyelenggaraan reklame serta besaran biaya dalam proses pembuatan izin reklame”. (Evi Triana. Maret 2016).

Selanjutnya menyatakan bahwa:

“Petugas BPPT mempunyai kemampuan dalam menjawab semua pertanyaan itu karena pertanyaan yang diajukan oleh pengguna layanan itu pada dasarnya sudah tertuang dalam buku panduan pelayanan perizinan BPPT Kota Bandung. Namun persoalannya adalah kurang dilakukannya sosialisasi terhadap buku panduan tersebut sehingga pengguna layanan kurang memahami terhadap proses izin penyelenggaraan reklame. Dengan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pegawai BPPT hal ini menandakan bahwa tidak terbangunnya komunikasi antara penyedia layanan dengan pengguna layanan sehingga menimbulkan penyelenggaraan pelayanan izin reklame tidak optimal”. (Yuli Ekadianty. Maret 2016).

Adapun hasil wawancara dengan salah satu staf dari Dinas Pertamanan dan pemakaman perihal kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan dari penggunaan layanan menyatakan bahwa: “petugas dari pegawai Dinas Pertamanan dan pemakaman mempunyai kemampuan dalam menjawab pertanyaan/ persoalan dari pengguna layanan tersebut ini dibuktikan dengan setiap pertanyaan kami berikan

penjelasan sesuai dengan apa yang ditanyakan oleh pengguna layanan tersebut”. (Iwan Sugiono. April 2016). Dalam hal ini selaras dengan jawaban informan dari staf BPPT. Yang menyatakan Petugas cukup mampu dalam menjawab pertanyaan dari penggunaan layanan.

Hasil wawancara dengan staf Bina Marga dan Cipta Karya menyatakan bahwa: “petugas cukup mampu dalam menjawab pertanyaan yang dihadapi oleh pengguna pelayanan. Pertanyaan yang muncul kebanyakan yang mempertanyakan naskah dan ukuran serta lamanya pemasangan reklame. Karena naskah jangan bertentangan dengan nilai, etika dan norma sosial, ukuran dari badan reklame juga menentukan terhadap besaran biaya yang dibebankan kepada pengguna layanan”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Selanjutnya hasil wawancara dengan salah satu staf dari Satpol PP perihal kemampuan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengguna layanan menyatakan bahwa: “pegawai Satpol PP cukup mampu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengguna layanan. Pertanyaan berkisar pada penertiban reklame, dalam hal ini petugas harus mampu menjawab pertanyaan yang cukup kritis yang ditemukan di lapangan yang dialami oleh pengguna layanan tersebut”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasar pada beberapa hasil wawancara terhadap beberapa informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa kemampuan petugas dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan dapat dikatakan cukup, walau aparat harus mengidentifikasi jenis pertanyaannya, membutuhkan waktu dalam penyelesaiannya serta mempunyai cara dan strategi khusus untuk dapat menjawab pertanyaan yang oleh pengguna pelayanan. Inti dalam hal ini pelaksana pelayanan dan pengguna layanan sama-sama memahami aturan yang ada, mekanise yang sudah ditentukan serta perlu membangun kerjasama yang baik diantara ke dua belah pihak demi terwujudnya keinginan masyarakat yaitu dapat terselesaikannya permasalahan-permasalahan tersebut.

e. Kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan pengguna pelayanan.

Kepercayaan seseorang merupakan sebuah amanah yang harus dipegang secara kuat. Kepercayaan akan terbangun apabila didasari dengan sifat kejujuran, keterbukaan dalam berbagai aspek. Kepercayaan seseorang harus dijaga dengan baik jangan sampai hubungan seseorang dengan orang lain rusak gara-gara mengkhianati sebuah kepercayaan, Kepercayaan juga akan dapat membangun komunikasi dua arah dan akan terjaga interaksi diantaranya. Untuk mendapat kepercayaan dari orang tentunya harus mempunyai kemampuan dalam berbagai aspek, harus mempunyai sifat yang jujur, mempunyai sifat keterbukaan, harus mempunyai sifat tanggungjawab, disiplin dan tentu mempunyai jiwa kepemimpinan demokratis.

Untuk mengetahui kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Hasil wawancara dengan salah satu staf BPPT terkait dengan kemampuan memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan menyatakan bahwa:

“Dapat dikatakan relatif ya, karena kepercayaan ini sifatnya abstrak apalagi kalau dikaitkan dengan moralitas dan mentalitas pegawai. Berbicara moralitas pegawai cukup baik walaupun kadangkala terjadi ada hal-hal di luar dugaan misalnya dari etika, penerapan nilai-nilai kadangkala masih ada pegawai yang bercanda di luar batas. Sedangkan terkait dengan mental pegawai cukup baik, dalam hal ini pegawai tetap tangguh dalam menjalankan tugasnya dijalankan dengan penuh rasa tanggung jawab. Persoalan dapat kepercayaan dari pengguna layanan itu tergantung penilaian dari pengguna layanan tersebut kepada pegawai, dalam hal ini yang penting BPPT sudah menunjukkan kinerja dengan baik, terkadang pengguna layanan kalau sudah merasa nyaman dilayani oleh orang tertentu tidak mau dilayani

oleh pihak yang lain ini artinya mungkin dapat dikatakan bahwa pegawai tersebut dapat kepercayaan dari pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Lain halnya dengan hasil wawancara dengan Satpol PP salah satu staf dari Satpol PP menyatakan bahwa:

“Terkait dengan kemampuan memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan mungkin sekarang agak sulit setelah terjadinya kasus berinisial AA salah satu Kasi dari Satpol PP yang kena kasus dan diproses melalui jalur hukum yaitu pembuatan surat izin pelayanan palsu bagi salah satu pengguna layanan dan mengenakan biaya reklame yang cukup mahal. Sebenarnya Satpol PP tidak punya kewenangan mengeluarkan Surat Izin yang bisa mengeluarkan surat Izin itu hanyalah BPPT atas rekomendasi dari instansi terkait penyelenggaraan reklame, dalam hal ini Satpol PP sebagai eksekutor terhadap pelanggaran-pelanggaran yang terjadi yang terkait dengan penyelenggaraan reklame”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Selanjutnya mengatakan bahwa:

“Saat ini sulit untuk pencitraan pengguna layanan sudah menilai bahwa moral dan mentalitas dari aparat Satpol PP sudah jelek di mata pengguna layanan. Namun aparat Satpol PP tidak berhenti sampai di situ aparat Satpol PP saat ini mempunyai komitmen untuk melakukan pencitraan salah satunya dengan menunjukkan kinerja yang lebih baik, misalnya lebih santun dalam menertibkan pelanggaran, lebih disiplin dan lebih bertanggungjawab terhadap tugasnya. Begitu juga saat ini untuk berusaha memperoleh kepercayaan dari masyarakat aparat membangun keakraban dengan pengguna layanan misalnya memberikan pelayanan dengan ramah, memberikan senyuman tidak memperlihatkan wajah yang garang”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan seluruh item pertanyaan pada dimensi ini jawaban informan terhadap tingkat pemahaman aparat terhadap peraturan dan ketentuan izin penyelenggaraan reklame, kemampuan pegawai dalam menyerap dan memahami keinginan pengguna layanan, kemampuan aparat dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan serta tingkat kemampuan pegawai dalam memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan dapat dikatakan cukup mampu ini terlihat dari mayoritas jawaban menyatakan cukup mampu memahami peraturan izin penyelenggaraan reklame, cukup mampu dalam menyampaikan pikiran dan gagasan atau ide serta mampu dalam menjawab pertanyaan dari pengguna layanan. Hanya aparat Satpol PP lah yang menyatakan sulit melakukannya setelah terjadi kasus pemalsuan surat izin penyelenggaraan reklame tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi kualitas komunikator masih perlu ditingkatkan misalnya dalam moralitas dengan memahaminya nilai-norma serta kaidah hukum yang berlaku, terkait dengan mental pegawai misalnya dengan meningkatkan rasa tanggungjawab akan tugas dan fungsinya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun hasil penelitian kuantitatif terhadap dimensi kualitas komunikator menunjukkan hasil yang relevan yakni menunjukkan hasil dalam kategori cukup.

2. Informasi yang disampaikan.

Informasi merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi termasuk organisasi pemerintahan. Informasi juga merupakan alat bantu untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi. Informasi dapat dijadikan sumber untuk menjadi pegangan dalam melakukan kegiatan komunikasi. Informasi yang benar dapat membangun komunikasi yang baik. Dalam membangun komunikasi diperlukan kebenaran informasi, tingkat ketepatan informasi yang disampaikan. Begitu juga dalam pelaksanaan pelayanan dalam izin reklame perlu adanya kebenaran dalam penyampaian informasi.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi informasi yang disampaikan menunjukkan bahwa :

Tabel 5.20
Komunikasi Birokrasi melalui Dimensi Informasi yang disampaikan

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
B. Informasi yang Disampaikan								
B1.	Tingkat kebenaran informasi izin penyelenggaraan reklame	0 (0%)	21 (70%)	9 (30%)	0 (0%)	0 (0%)	111 (67,5%)	Cukup
B2.	Tingkat ketepatan waktu dan informasi yang disampaikan pegawai	0 (0%)	13 (43,3%)	16 (53,3%)	1 (3,3%)	0 (0%)	102 (60%)	Cukup
B3.	Tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan	0 (0%)	9 (30%)	21 (70%)	0 (0%)	0 (0%)	99 (57,5%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi informasi yang disampaikan yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator yakni tingkat kebenaran informasi izin penyelenggaraan reklame, tingkat ketepatan waktu dan informasi yang disampaikan pegawai dan tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 3 (tiga) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup. Ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total prosentase tertinggi berada pada indikator tingkat kebenaran informasi izin penyelenggaraan reklame dengan skor total 111 atau sebesar 67,5 % yang berdasarkan pada hasil kategorisasi skor total prosentase berada dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan dengan skor total 99 atau sebesar 57,5%, yang berdasarkan

kepada kategorisasi skor total persentase sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi informasi yang disampaikan yang dijabarkan ke dalam 3 (tiga) indikator tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup.

Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan terkait dengan izin penyelenggaraan reklame sudah cukup berdasarkan pada semua jawaban dari seluruh informan dan responden yang menyatakan cukup. Dengan adanya kecukupan informasi yang disampaikan oleh pelaksana pelayanan terhadap pengguna layanan melalui tingkat kebenaran informasi izin penyelenggaraan reklame, tingkat ketepatan waktu dan informasi yang disampaikan pegawai dan tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan ini dalam rangka penerapan konsistensi penegakan terhadap regulasi/aturan yang mengatur tentang izin penyelenggaraan reklame, karena pada dasarnya dalam buku panduan tentang pelayanan publik yang dibuat oleh BPPT sudah menjelaskan seluruh prosedur dan mekanisme jenis pelayanan yang diberikan oleh BPPT Kota Bandung termasuk pelayanan izin penyelenggaraan reklame, walaupun kelemahannya kurangnya volume penyebaran informasi sehingga informasi kurang terserap dengan baik oleh pengguna layanan. Selama ini pelaksana pelayanan cukup konsisten terhadap peraturan dan pedoman yang ada dengan harapan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat berjalan dengan baik dan proses pelayanan dapat teratasi dengan cepat dan tepat sasaran sehingga tercipta kualitas pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi informasi yang disampaikan melalui indikator tingkat kebenaran informasi izin penyelenggaraan reklame, tingkat ketepatan waktu dan informasi yang

disampaikan pegawai dan tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan dapat digambarkan/dideskripsikan melalui uraian berikut.

a. Kebenaran informasi yang disampaikan

Kebenaran informasi yang disampaikan dalam proses pelayanan sangatlah penting, karena kebenaran ini akan membawa dampak terhadap proses pelayanan tersebut. Melalui kebenaran informasi yang disampaikan tentang pelayanan izin penyelenggaraan reklame dari pelaksana pelayanan sangatlah berarti bagi para pengguna layanan. Kebenaran informasi yang disampaikan akan berpengaruh terhadap proses pelayanan, dalam hal ini proses pelayanan akan lebih cepat apabila informasi yang disampaikan benar.

Untuk mengetahui kebenaran informasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Salah satunya dengan staf dari BPPT yang menyatakan bahwa:

“Kebenaran informasi untuk mengkomunikasikan berbagai kepentingan pengguna layanan dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame sudah dapat dikatakan cukup. Kebenaran informasi yang disampaikan ini misalnya mengenai mekanisme dan tata cara proses pelayanan dalam pengurusan perizinan reklame, saat ini sudah difasilitasi melalui sistem berbasis *online*. Hal ini tentunya akan memberikan kemudahan kepada pemohon dalam mengurus persyaratan perizinannya karena pendaftaran di proses melalui *online* (bppt.bandung.go.id) dan dokumen penerbitan izinnya akan dikirimkan melalui pos. Pengurusan perizinan berbasis *online* ini diharapkan akan mempermudah dan mempercepat proses pelayanan”. Selanjutnya menyatakan bahwa: “kesulitannya bagi masyarakat yang tidak bisa mengoperasionalkannya karena bukan mempercepat tetapi sebaliknya dapat memperlambat proses pelayanan, karena

masyarakat tidak memahaminya sehingga butuh bantuan aparaturnya untuk memandunya”.(Evi Triana Maret 2016).

Sarana informasi dan komunikasi merupakan bagian penting selain dalam bentuk peralatan untuk pemberian pelayanan kepada masyarakat. Sarana yang memadai seperti alat-alat komunikasi, alat-alat informasi akan memperlancar pemberian pelayanan kepada masyarakat sebagai pengguna layanan dan sebaliknya tanpa didukung oleh sarana informasi dan komunikasi yang baik dapat mengganggu terhadap proses pemberian pelayanan, kaitannya dengan pemerintah Kota Bandung saat ini sarana informasi tidak diimbangi dengan disediakannya brosur atau poster yang menyampaikan informasi tersebut, informasi lebih dititiktekan dalam *web-site* yang bisa diakses oleh pengguna layanan, akan tetapi permasalahan yang timbul tidak semua masyarakat dapat menggunakan kecanggihan teknologi yang disediakan tersebut. Sehingga diharapkan Pemerintah Kota Bandung dalam hal ini BPPT dapat menyediakan sarana informasi secara tercetak dan dapat disosialisasikan kepada masyarakat misalnya dengan dibuatnya brosur atau poster bahkan diharapkan informasi itu lebih mudah dan cepat diserap oleh masyarakat, tidak seperti online hanya kalangan masyarakat tertentu saja yang bisa memahaminya.

Dengan demikian sarana informasi masih dapat dikatakan belum memadai. Kualitas selalu berfokus pada pelanggan dan kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan terbaik yaitu melayani masyarakat secara memuaskan sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Kaitannya dengan belum memadainya sarana informasi pada indikator ini diharapkan adanya kesungguhan aparat/ petugas untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat.

b. Ketepatan waktu, biaya dan informasi yang disampaikan

Informasi yang disampaikan pegawai perihal ketepatan waktu proses pelayanan, ketepatan biaya proses pelayanan izin reklame merupakan hal yang sangat ditunggu oleh pengguna layanan. Ketepatan

waktu dan biaya proses pelayanan merupakan sebuah petunjuk bagi pengguna layanan. Pegawai harus transparan dalam informasi ini, untuk menghindari terjadinya penyimpangan. Informasi mengenai ketepatan waktu dan biaya dalam hal ini pelanggan bisa mengontrol dan mengevaluasi jalannya proses pelayanan dan pelanggan mempunyai ukuran kapan proses pelayanan itu selesai dan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk jenis pelayanan izin reklame tersebut. Keterbukaan ketepatan waktu dan biaya dalam proses layana harus dipupuk dengan baik, keterbukaan ini akan menimbulkan keakraban, keharmonisan dan terjadinya interaksi dan akan membangun komunikasi dengan baik.

Untuk mengetahui tentang informasi yang disampaikan tentang ketepatan waktu dan biaya pelayanan peneliti mewawancarai salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa:

“Dari segi waktu sudah transparan dan dipasang di ruang lobi, namun permasalahan yang ditemukan kenapa proses pelayanan sering terlambat karena persyaratan pelanggan masih kurang sehingga BPPT tidak memprosesnya. Sedangkan untuk masalah biaya setiap jenis pelayanan sudah ada dalam aturannya namun dalam hal ini diakui kurangnya sosialisasi dari pihak BPPT terhadap pengguna layanan sehingga banyak pengguna layanan yang tidak mengetahuinya berapa biaya yang harus dikeluarkan. Hal ini kami mengakui dengan kurangnya sosialisasi tersebut justru ini merupakan potensi terjadinya pelanggaran, kurang sosialisasi berarti tidak ada interaksi dan tidak adanya interaksi antara pelaksana pelayanan dan pengguna layanan sehingga tidak terbangun komunikasi dengan baik”. (Evi Triana. Maret 2016).

Hasil wawancara dari salah satu staf Dinas Perpajakan tentang informasi yang disampaikan tentang ketepatan waktu dan biaya jarang dilakukan, menyatakan bahwa :

”Waktu dan biaya padahal sebetulnya aturannya sudah jelas ada dan sudah di atur semuanya, kalau memperhatikan hal tersebut semestinya tidak perlu adanya keterlambatan membayar pajak dan semestinya tidak ada pelanggaran lain tentang penyelenggaraan reklame. Kuncinya sosialisasi kurang sehingga informasi tidak nyampai dan tidak terserap oleh pengguna layanan sehingga banyak pengguna layanan yang tidak paham”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara tersebut diharapkan BPPT dapat meningkatkan sosialisasi perihal yang terkait dengan proses pelayanan termasuk proses pelayanan perizinan penyelenggaraan reklame. Sosialisasi merupakan wahana/ ajang untuk melakukan interaksi dan membangun komunikasi. Semakin sering melakukan sosialisasi semakin sering berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna layanan sehingga akan meminimalisir pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame dan akan berdampak kepada proses layanan akan lebih cepat dan lebih mudah karena diantara kedua belah pihak ini telah membangun komunikasi dengan baik.

c. Keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan.

Berbagai macam informasi yang harus disampaikan oleh pegawai kepada pengguna layanan. Dengan banyaknya informasi yang disampaikan maka pegawai BPPT harus memahami berbagai ketentuan yang terkait dengan penyelenggaraan reklame. Informasi yang diberikan harus sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan sehingga dalam hal ini pelaksana pelayanan harus kaya akan informasi. Kesesuaian merupakan salah satu unsur yang dapat memberikan kepuasan kepada pengguna layanan, karena dengan adanya kesesuaian antara informasi yang disampaikan oleh pelaksana pelayanan dengan informasi yang dibutuhkan pengguna layanan ingin

akan memberikan sebuah jawaban terhadap suatu persoalan yang dihadapi pelanggan.

Untuk mengetahui tentang keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan pelanggan maka peneliti melakukan wawancara ke beberapa informan. Salah satunya hasil wawancara dengan salah satu staf dari BPPT mengatakan bahwa:

“Selalu sesuai karena pengguna layanan sifatnya bertanya dan pihak pelaksana pelayanan menjawab atas pertanyaan tersebut. Namun kesulitannya kadangkala pengguna layanan juga tidak mau mengembangkan informasi awal yang diberikan kebanyakan pengguna layanan itu sifatnya menunggu diberikan informasi tanpa diimbangi dengan menggali informasi yang lebih dalam. Begitu juga kami dari pihak BPPT selaku pelaksana pelayanan juga mengakui kelemahan yaitu kurangnya sosialisasi tentang mekanisme tata cara pelayanan khususnya pelayanan izin reklame, sehingga informasi yang diperoleh oleh pengguna layanan sangat minim. Hal ini juga intensitas interaksi yang terjadi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan sangat jarang terjadi, karena sifatnya interaksi terjadi biasanya ketika ada persoalan yang dihadapi oleh pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Pandangan lain dikemukakan oleh salah satu staf dari Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya yang menyatakan bahwa:

“Pada dasarnya pemahaman tentang kebijakan yang mengatur tentang ketertiban reklame pengguna layanan masih minim, padahal dalam Perda Nomor 4 Tahun 2012 sudah jelas di atur tentang mekanisme dan tatacara penyelenggaraan reklame. Seringkali petugas dari Dinas Tata Ruang menemukan peletakan reklame yang melanggar ketentuan, ketika itu dikomunikasikan dan petugas memberikan informasi terkait hal tersebut kadangkala pengguna layanan beralibi dan memberikan alasan

yang sifatnya ingin mempertahankan pemasangan reklame tersebut. Dengan demikian perlu dibangun kerjasama dari berbagai pihak untuk tertibnya penyelenggaraan reklame di Kota Bandung jangan sampai mengganggu keindahan dan estetika Kota". (Dyah Saraswati. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas menunjukkan bahwa dimensi informasi yang disampaikan melalui indikator tingkat kebenaran informasi, tingkat ketepatan waktu dan biaya, tingkat keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan dapat dikatakan relatif cukup, namun dalam hal ini kelemahannya adalah kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh para pelaksana pelayanan kepada pengguna layanan sehingga menimbulkan kurangnya interaksi diantara kedua belah pihak dan kurang komunikasi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun hasil penelitian kuantitatif menunjukkan hasil yang relevan terhadap dimensi Informasi yang disampaikan yaitu kategori cukup.

3. Sarana Komunikasi atau Media

Media merupakan salah satu alat untuk menyampaikan informasi. Media merupakan salah satu sarana komunikasi. Media merupakan wadah untuk penyampaian informasi. Media juga merupakan salah satu tempat untuk publikasi. Jadi dalam hal ini media merupakan salah satu alat yang sangat strategis dalam menjembatani terjadinya komunikasi dua arah. Dengan media informasi dapat diketahui, dapat tersampaikan, dapat terpublikasikan, dan melalui media juga bahwa kejelasan informasi dapat diperoleh, sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan media dalam membangun komunikasi sangat diperlukan, termasuk dalam pelaksanaan pelayanan dibutuhkan alat bantu penyampaian informasi tentang tata cara pelayanan dan tentang mekanisme pelayanan yaitu alat dalam bentuk media.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi sarana komunikasi menunjukkan bahwa:

Tabel 5.21.

Komunikasi Birokrasi melalui Dimensi Sarana Komunikasi

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
C.Sarana Komunikasi atau Media								
C1.	Tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam pemberian informasi	0 (0%)	7 (23,3%)	22 (73,3%)	0 (0%)	1 (3,3%)	95 (54,2%)	Cukup
C2.	Ketersediaan penggunaan papan pengumuman dan foster tentang informasi prosedur pelayanan	0 (0%)	10 (33,3%)	20 (66,7%)	0 (0%)	0 (0%)	100 (58,3%)	Cukup
C3.	Penggunaan brosur/ stiker/ poster tentang tatacara permohonan pelayanan	0 (0%)	11 (36,7%)	19 (63,3%)	0 (0%)	0 (0%)	101 (59,2%)	Cukup
C4.	Intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan	0 (0%)	17 (56,7%)	11 (36,7%)	2 (6,7%)	0 (0%)	105 (62,5%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut di atas melalui dimensi sarana komunikasi yang dijabarkan ke dalam 4 (empat) indikator yakni melalui indikator tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam pemberian informasi, ketersediaan penggunaan papan pengumuman dan poster tentang informasi prosedur pelayanan, penggunaan brosur/ stiker/ poster tentang tatacara permohonan pelayanan dan intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 4 (empat) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup. Ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total prosentase tertinggi berada pada indikator intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan dengan skor total 105 atau sebesar 62,5 % yang

berdasarkan pada hasil kategorisasi skor total prosentase berada dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam pemberian informasi dengan skor total 95 atau sebesar 54,2%, yang berdasarkan kepada kategorisasi skor total persentase sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi sarana komunikasi yang dijabarkan ke dalam 4 (empat) indikator tersebut. Akan tetapi dalam dimensi sarana komunikasi ini terdapat perbedaan antara hasil wawancara bersama informan dengan jawaban yang diberikan oleh responden. Hanya pada satu indikator yang menunjukkan jawaban sama antara informan dengan responden yaitu pada indikator tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam pemberian informasi yakni memberi jawaban cukup.

Sedangkan pada 3 (tiga) indikator lainnya ada perbedaan jawaban dimana hasil wawancara dengan informan ketiga indikator yakni ketersediaan penggunaan papan pengumuman dan poster tentang informasi prosedur pelayanan, penggunaan brosur/ stiker/ poster tentang tatacara permohonan pelayanan dan intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan informan memberikan jawaban kurang sedangkan responden memberikan jawaban cukup terhadap setiap indikator tersebut.

Perbedaan jawaban ini terjadi karena pihak pengguna layanan mengakui secara ril bahwa tidak secara khusus menyediakan papan pengumuman dan poster terkait informasi prosedur pelayanan, tidak secara khusus juga menyediakan brosur/stiker serta poster tentang tatacara permohonan pelayanan dan intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan masih dirasakan kurang. Semuanya itu diakui pernah dilakukan cuman bukan merupakan agenda khusus dari BPPT. Dalam hal ini BPPT hanya menyediakan buku

panduan terhadap 24 (dua puluh empat) jenis pelayanan yang dikeluarkan oleh BPPT termasuk pelayanan izin penyelenggaraan reklame dan hal ini prosedur dan mekanisme pelayanan yang berada pada buku panduan tersebut hanya dipublikasikan dalam *website* BPPT, namun kendalanya masyarakat pengguna layanan jarang mengakses *website* tersebut sehingga informasi kurang terserap dengan baik oleh pengguna layanan dan tentunya ini mengganggu terhadap proses pelayanan, dalam hal ini pelayanan terkesan lebih lama tidak tepat waktu serta masih terlihat prosedur yang sulit dan berbelit-belit karena minimnya informasi yang diperoleh pengguna layanan.

Perihal jawaban responden menyatakan cukup terhadap setiap indikator yang berada pada dimensi sarana komunikasi dalam hal ini responden melihat dan merasakan pernah menggunakan terhadap sarana komunikasi tersebut dan pernah menerima penyuluhan tentang tatacara permohonan pelayanan walaupun diakui volume penyebaran informasi masih kurang dan ketersediaan sarana komunikasi masih minim.

Ini menunjukkan perlu adanya peningkatan terhadap sarana komunikasi tentang pelayanan izin penyelenggaraan reklame dengan mengoptimalkan sarana komunikasi yang bersifat media baik media elektronik maupun media cetak dan perlu meningkatkan sosialisasi terkait peraturan, prosedur dan mekanisme pelayanan izin penyelenggaraan reklame serta perlu meningkatkan volume penyebaran informasi tentang izin penyelenggaraan reklame sehingga informasi dapat terserap dengan baik oleh pengguna layanan dan ini dapat menciptakan proses pelayanan yang cepat dan berkualitas serta dapat membangun komunikasi birokrasi yang baik antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi sarana komunikasi atau melalui indikator tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam penyampaian informasi, ketersediaan dalam penggunaan

papan pengumuman dan foster tentang informasi prosedur pelayanan, penggunaan brosur/ stiker/ poster tentang tatacara permohonan dan intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan dapat digambarkan/dideskripsikan melalui uraian berikut.

a. Kemudahan Penggunaan Saluran Telefon Dalam Proses Pelayanan.

Saat ini bermunculan berbagai media yang dijadikan sebagai sarana untuk terjadinya interaksi dan untuk membangun komunikasi. Media ini bisa dalam bentuk media elektronik maupun media cetak, begitu juga bisa dalam bentuk telepon. Saat ini telepon atau telepon genggam bukan merupakan hal yang sulit hampir setiap orang mempunyai telepon genggam jadi tidak ada alasan untuk sulit berkomunikasi, jarak bukan merupakan suatu alasan untuk memutuskan komunikasi, dengan adanya fasilitas telepon ini sangat membantu dalam proses pelayanan.

Untuk mengetahui tingkat kemudahan penggunaan saluran telepon pada BPPT dalam melayani penyelenggaraan reklame peneliti melakukan wawancara dengan salah satu staf dari BPPT yang menyatakan bahwa:

“Saluran telepon untuk layanan sudah tersedia, bahkan tersedia nomor telepon khusus sebagai bentuk pengaduan dari pengguna layanan. Akan tetapi saluran telepon ini jarang digunakan karena pengguna layanan memilih kepada merasa lebih puas apabila langsung datang mempertanyakan persoalan yang mereka hadapi, sehingga kami lebih banyak yang ketemu langsung dibanding dengan yang menggunakan saluran telepon. Namun kemudahan dalam menggunakan telepon sudah dapat dikatakan cukup baik walaupun jarang dilakukan, jadi kami sifatnya hanya merespon dengan baik terhadap telepon yang masuk”. (Evi Triana. Maret 2016).

Masih pandangan dari staf BPPT yang menyatakan bahwa: “Telefon kantor jarang sekali dipergunakan kecuali mencari informasi awal tentang proses layanan, dalam hal ini pengguna layanan lebih banyak menggunakan telepon genggam dari salah satu petugas pelaksana layanan, petugas pelaksana layanan sudah cukup baik dalam merespon setiap telepon yang masuk”. (Yuli Ekadianty. Maret 2016). Masih terkait dengan penggunaan telepon genggam peneliti juga mewawancarai dari salah satu informan pengguna layanan mengatakan bahwa:

“Merasa kesulitan tentang penggunaan telepon kantor yang tersedia karena kadangkala informasi yang dibutuhkan dilempar dan tidak mendapat jawaban yang jelas akhirnya memutuskan lebih baik langsung datang mempertanyakan persoalan tersebut atau lebih sering menggunakan lewat telepon pribadi pelaksana layanan, hal ini langsung direspon dengan baik dan informasi dapat diterima. Datang langsung pun ini juga tidak lantas menyelesaikan suatu permasalahan karena untuk mendapatkan informasi awal di kantor BPPT pun sangat sulit karena terbatasnya petugas yang memberikan informasi awal hanya tersedia 1 orang petugas yang harus melayani informasi awal terkait dengan semua jenis pelayanan”. (Viki Kuswandani. Maret 2016).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna saluran telepon dapat dikatakan cukup baik, walaupun pengguna layanan memilih langsung datang ke BPPT dengan harapan bahwa persoalannya dapat teratasi. Namun demikian perlu ditingkatkan tentang penggunaan saluran telepon dalam rangka meningkatkan interaksi antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan, dan perlu ditambah personil yang dapat memberikan informasi awal ini tentunya akan berdampak kepada proses pelayanan yang lebih baik.

b. Kemudahan Penggunaan papan pengumuman tentang prosedur pelayanan,

Media lain yang merupakan sarana komunikasi adalah salah satunya ketersediaan papan pengumuman di area/ tempat pemberian pelayanan. Papan pengumuman di area pelayanan merupakan salah satu alat bantu bagi pengguna pelayanan. Papan pengumuman dapat memberikan informasi dan arah dari proses pelayanan tersebut. Papan pengumuman merupakan salah satu alat petunjuk awal untuk mendapatkan informasi awal, karena dengan adanya papan pengumuman pengguna layanan dapat melihat informasi awal secara global.

Untuk mengetahui penggunaan papan pengumuman tentang prosedur pelayanan di area pelayanan peneliti mewawancarai salah satu staf BPPT yang mempunyai unsur pelaksana dari pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Staf BPPT menyatakan bahwa:

“Tidak ada papan pengumuman secara khusus yang menerangkan prosedur pelayanan. Prosedur pelayanan itu ada dan diatur dalam buku panduan Pelayanan Perizinan yang dibuat oleh BPPT dan prosedur pelayanan juga ada dalam *website* BPPT, yang ada dalam papan pengumuman itu hanya informasi tentang waktu proses pembuatan izin pelayanan dari setiap jenis pelayanan. Persoalannya adalah apakah pengguna layanan mengetahui atau tidak”. (Evi Triana. Maret 2016).

Pandangan dari staf BPPT juga diperkuat dari hasil observasi peneliti yang tidak menemukan papan pengumuman yang menjelaskan prosedur pelayanan. Untuk itu BPPT juga dapat menggunakan papan pengumuman sebagai media informasi untuk dapat memberikan petunjuk kepada para pengguna layanan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu mempercepat proses pelayanan.

c. Penggunaan brosur, stiker, poster tentang tatacara permohonan pelayanan

Media lain yang dapat digunakan adalah media dalam bentuk brosur, stiker, poster yang bisa memuat informasi tentang tatacara permohonan pelayanan termasuk pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame. Poster merupakan media yang sifatnya dapat menguraikan informasi secara garis besarnya dari informasi tersebut. Brosur merupakan bentuk media yang dapat memuat informasi lebih banyak dan dapat mengurai kejelasan dari informasi tersebut secara umum. Sedangkan stiker merupakan media sarana komunikasi yang menyampaikan informasi melalui ajakan atau simbol/ lambang yang terkait dengan informasi tersebut dalam hal ini informasi tatacara atau prosedur pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

Untuk mengetahui tentang penggunaan brosur, stiker dan poster tentang informasi tatacara pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan salah staf BPPT yang menyatakan bahwa:

“Poster, brosur, stiker pernah dibuat, akan tetapi hal ini juga kurang dilakukan sosialisasi, dan karena kebijakan pemerintah juga sering diganti akhirnya poster, brosur dan stiker jarang diguakan dan alasan yang paling utama tidak dibuatnya poster, brosur dan stiker tentang tatacara pelayanan karena pelaksana pelayanan merasa bahwa prosedur pelayanan sudah ada pada website BPPT sehng pengguna layanan dapat mengakses secara bebas tentang informasi tersebut, tanpa disadari bahwa tidak semua pengguna layanan dapat menggunakan pasilitas internet untuk dapat mengakses informasi tersebut”. (Evi Triana. Maret 2016)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan masih kurang menggunakan media saluran telepon, penggunaan papan pengumuman, penggunaan brosur, poster, stiker. Untuk itu BPPT harus peka terhadap situasi yang ada bahwa BPPT

harus dapat menggunakan berbagai media dalam menyampaikan informasi tentang tatacara pelayanan untuk memperoleh pelayanan yang berkualitas, dengan tersedianya media dan dengan disosialisasikannya ketentuan tentang pelayanan izin reklame diyakini dapat membantu memberikan informasi kepada pengguna layanan sehingga pengguna layanan dapat menyerap informasi dengan baik.

d. Pemberian penyuluhan/ penerangan tentang tata cara permohonan pelayanan.

Penyuluhan merupakan salah satu bentuk dari sarana komunikasi. Penyuluhan juga dapat menjalin interaksi dan dapat membangun komunikasi. Dengan penyuluhan informasi dapat tersampaikan khususnya informasi tata cara permohonan pelayanan. Dalam proses pelayanan bentuk sarana komunikasi penyuluhan atau penerangan merupakan hal yang penting. Dalam penyuluhan dapat menciptakan suasana komunikasi dua arah yang baik. Melalui penyuluhan atau penerangan akan dapat membantu mencerahkan bagi pengguna layanan. Karena dengan penyuluhan tata cara pelayanan akan tersampaikan dengan jelas.

Untuk mengetahui tentang pemberian penyuluhan atau penerangan tentang tatacara permohonan pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa: “pernah melakukan penyuluhan tapi sifatnya tidak rutin, hal ini dapat dilakukan apabila ada peraturan yang baru, kami dalam hal ini belum mampu melakukan sosialisasi secara rutin karena berbagai hal salah satunya alasan dukungan dana untuk melakukan sosialisasi tersebut tidak memadai”.

Berdasarkan pada dimensi sarana komunikasi atau media dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan media masih kurang dilakukan. Untuk itu disarankan bahwa penggunaan media sangat penting dan harus dilakukan karena media dapat membantu menyampaikan informasi dan informasi ini mempunyai pengaruh terhadap proses

pelayanan. Semakin banyak media yang digunakan semakin banyak pula informasi yang disampaikan sehingga diharapkan proses pelayanan berjalan dengan baik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan hasil penelitian kualitatif dengan hasil penelitian kuantitatif. Hasil penelitian kuantitatif terhadap dimensi sarana komunikasi menunjukkan kategori cukup. Sedangkan hasil kualitatif terhadap dimensi sarana komunikasi hanya indikator tingkat kemudahan dalam penggunaan saluran telepon dalam pemberian informasi yang menunjukkan cukup, indikator yang lainnya menunjukkan kurang. Perbedaan jawaban ini dikarenakan bahwa informan mengakui tidak tersedianya papan pengumuman secara khusus, jarang menggunakan brosur/ foster/ stiker tentang tatacara permohonan pelayanan serta kurangnya intensitas pemberian penyuluhan tatacara permohonan pelayanan.

4. Penyampaian informasi.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi **penyampaian informasi** menunjukkan bahwa :

Tabel 5.22.

Komunikasi Birokrasi melalui Dimensi Penyampaian Informasi

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
D. Penyampaian Informasi								
D1.	Tingkat kejelasan informasi pelayanan izin reklame	0 (0%)	12 (40%)	16 (53,3%)	2 (6,7%)	0 (0%)	100 (58,3%)	Cukup
D2.	Tingkat kecukupan informasi tata cara permohonan pelayanan	0 (0%)	6 (20%)	21 (70%)	3 (10%)	0 (0%)	93 (52,5%)	Cukup
D3.	Tingkat kepastian informasi tatacara permohonan perizinan pelayanan	0 (0%)	11 (36,7%)	16 (53,3%)	3 (10%)	0 (0%)	98 (56,7%)	Cukup

D4.	Volume penyebaran informasi tatacara pelayanan izin reklame	0 (0%)	9 (30%)	18 (60%)	3 (10%)	0 (0%)	96 (55%)	Cukup
D5.	Tingkat ketepatan dan konsistensi dan keajegan tentang informasi tatacara permohonan pelayanan	0 (0%)	7 (23,3%)	20 (66,7%)	3 (10%)	0 (0%)	94 (53,3%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi penyampaian informasi yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator yakni melalui indikator tingkat kejelasan informasi pelayanan izin reklame, tingkat kecukupan informasi tatacara permohonan pelayanan, tingkat kepastian informasi tatacara permohonan perizinan pelayanan, volume penyebaran informasi tatacara pelayanan izin reklame dan tingkat ketepatan dan konsistensi serta keajegan tentang informasi tatacara permohonan pelayanan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 5 (lima) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup. Ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total prosentase tertinggi berada pada indikator tingkat kejelasan informasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame dengan skor total 100 atau sebesar 58,3 % yang berdasarkan pada hasil kategorisasi skor total prosentase berada dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator tingkat kecukupan informasi tatacara permohonan pelayanan izin penyelenggaraan reklame dengan skor total 93 atau sebesar 52,5%, yang berdasarkan kepada kategorisasi skor total prosentase sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total prosentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi penyampaian informasi yang dijabarkan ke dalam 5 (lima) indikator tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup.

Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi terkait dengan izin penyelenggaraan reklame sudah cukup berdasarkan pada semua jawaban dari seluruh informan dan responden yang menyatakan cukup. Dengan adanya penyampaian informasi yang cukup oleh pelaksana pelayanan terhadap pengguna layanan melalui tingkat kejelasan informasi pelayanan izin reklame, tingkat kecukupan informasi tatacara permohonan pelayanan, tingkat kepastian informasi tatacara permohonan perizinan pelayanan, volume penyebaran informasi tatacara pelayanan izin penyelenggaraan reklame serta tingkat ketepatan dan konsistensi serta keajegan tentang informasi tatacara permohonan pelayanan izin reklame ini dalam rangka penerapan konsistensi penegakan terhadap regulasi/ aturan yang mengatur tentang izin penyelenggaraan reklame dari pihak pelaksana pelayanan, karena pada dasarnya dalam buku panduan tentang pelayanan publik yang dibuat oleh BPPT sudah menjelaskan seluruh prosedur dan mekanisme jenis pelayanan yang diberikan oleh BPPT Kota Bandung termasuk pelayanan izin penyelenggaraan reklame, serta dalam Peraturan Pemerintah serta dalam Peraturan Daerah Kota Bandung yakni Perda Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung semuanya sudah jelas mengatur, persoalannya bagaimana tingkat pemahaman terhadap semuanya itu, walaupun kelemahannya kurangnya volume penyebaran informasi sehingga informasi kurang terserap dengan baik oleh pengguna layanan.

Selama ini pelaksana pelayanan cukup konsisten terhadap peraturan dan pedoman yang ada dengan harapan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat berjalan dengan baik dan proses pelayanan dapat teratasi dengan cepat dan tepat sasaran sehingga tercipta kualitas pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan lebih berkualitas sehingga pengguna pelayanan dapat merasakan proses pelayanan yang cepat dan berkualitas serta dapat terpenuhinya kebutuhan pengguna layanan secara baik.

Untuk mewujudkan semuanya ini tidak cukup hanya konsisten dari pihak pelaksana pelayanan saja akan tetapi harus diimbangi oleh konsistensi dari pihak pengguna layanan untuk dapat memahami serta menerapkan semua regulasi yang mengatur tentang izin penyelenggaraan reklame untuk dapat meminimalisir permasalahan yang terjadi dilapangan sehingga diharapkan tidak adanya lagi pelanggaran tentang penyelenggaraan reklame baik dari proses perizinannya maupun dari peletakan pemasangan reklamnya jangan sampai terdapat peletakan dan pemasangan reklame pada zona terlarang, peletakan dan pemasangan reklame liar dan peletakan dan pemasangan reklame yang dapat mengganggu etika, estetika, ketertiban umum dan keindahan kota.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi penyampaian informasi melalui indikator tingkat kejelasan informasi pelayanan izin reklame, tingkat kecukupan informasi tatacara permohonan pelayanan, tingkat kepastian tatacara permohonan perizinan pelayanan, volume penyebaran informasi dapat digambarkan melalui uraian berikut.

a. Kejelasan tentang informasi tatacara pelayanan

Kejelasan informasi yang disampaikan tentang tatacara pelayanan sangat penting. Informasi yang jelas dapat membantu mempermudah dan mempercepat proses pelayanan, Kejelasan penyampaian informasi ini harus berdasarkan ketentuan dan peraturan tentang proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Ukuran kejelasan informasi yang disampaikan adalah berada pada pengguna layanan semakin jelas informasi itu disampaikan maka semakin paham pengguna layanan terhadap informasi tersebut dan sebaliknya apabila pengguna layanan tidak memahami terhadap informasi tersebut berarti kejelasan informasi yang disampaikan kurang jelas.

Untuk mengetahui tentang kejelasan informasi yang disampaikan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Staf BPPT mengatakan bahwa: “kejelasan tentang informasi yang disampaikan

oleh kami cukup jelas karena petugas juga dalam menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa yang sederhana, menggunakan cara yang sederhana dengan harapan mudah dipahami oleh pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Pandangan lain dikemukakan oleh staf Dins Bina Marga mengatakan bahwa: “ kejelasan informasi yang disampaikan cukup jelas, kami berdasarkan pada semua ketentuan yang mengatur tentang kegiatan reklame”. (Deni Hendarsyah. April 2016). Hal ini juga diperkuat oleh jawaban dari salah satu staf Satpol PP yang menyatakan bahwa:

“Kejelasan informasi yang disampaikan cukup jelas. Namun persoalan di lapangan adalah pengguna layanan kadangkala terjadi kesalah pahaman dalam memahami informasi yang disampaikan sehingga menimbulkan potensi permasalahan dalam layanan izin reklame tersebut, dalam hal ini butuh kerjasama yang baik antara kami sebagai pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan jangan sampai terjadi kesalahpahaman tersebut”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informas terkait kejelasan informasi yang disampaikan cukup jelas, ini diharapkan pemahaman dari pengguna layanan terhadap informasi itu juga cukup baik, sehingga dalam hal ini dapat meminimalisir persoalan yang terjadi karena ketidakjelasan informasi yang disampaikan.

b. Kecukupan informasi tatacara permohonan pelayanan

Untuk mengetahui kecukupan informasi mengenai tatacara permohonan pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa:

“Informasi tentang tatacara permohonan pelayanan izin reklame sudah cukup diinformasikan. Dengan dimasukannya ke dalam *website* BPPT, diharapkan informasi ini dapat diakses oleh setiap pengguna layanan sehingga pengguna layanan diharapkan kaya

akan informasi tersebut, persoalan yang ditemukan adalah pengguna layanan banyak yang tidak mengenal *website* BPPT sehingga informasi tidak dapat diserap dengan baik”. (Evi Triana. Maret 2016).

Lebih lanjut menyatakan bahwa: “ semua jenis pelayanan di Kota Bandung sudah berbasis *online* diharapkan dengan berbasis *online* ini dapat mempercepat proses pelayanan dan untuk menghindari terjadinya kontak fisik antara pelaksana dan pengguna layanan dengan tujuan untuk menghindari adanya pungutan liar”. (Evi Triana. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kecukupan informasi dalam penyampaian informasi sudah cukup baik, namun dalam hal ini perlu dilakukannya sosialisasi terhadap kepastian informasi yang terkait dengan proses penyelenggaraan izinreklame.

c. Kepastian informasi tatacara permohonan pelayanan

Tatacara permohonan pelayanan merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam melakukam proses pelayanan. Tatacara pelayanan harus mempunyai prosedur yang baku, tatacara pelayanan harus memiliki standar opsional prosedur yang mengatur secara pasti tentang tatacara pelayanan. Standar operasional prosedur ini harus dimiliki untuk memandu langkah-langkah dan mekanismpe pembuatan pelayanan. Standar ini memiliki dasar hukumnya. Dengan dimuatnya standar operasional dalam dasar hukum yang jelas diharapkan bukan hanya dokumen akan tetapi harus disampaikan kepada pengguna layanan sehingga pengguna layanan dapat memahami dan melaksanakan langkah-langkah dalam proses pembuatan izin penyelenggaran reklame.

Untuk mengetahui kepastian informasi tatacara permohonan pelayanan peneliti melakukan wawancara dengan salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa: “tatacara permohonan, syarat permohonan, mekanisme permohonan itu semua sudah diatur dalam buku panduan pelayanan perizinan dan di atur dalam Perda Nomor 4 tahun 2012 dan

Perwal, artinya semua aturan sudah jelas ada, cuman dalam hal ini kami mengakui kurangnya sosialisasi terhadap pengguna layanan konsekuensinya banyak pengguna layanan yang tidak mengetahui dan menafsirkan bahwa informasinya tidak jelas”. (Evi Triana. Maret 2016).

Hal senada disampaikan salah satu staf Dinas Tata Ruang dan Cipta karya yang menyatakan bahwa: “penyampaian informasi tentang kepastian informasi dapat dikatakan pasti, Karena pelaksana pelayanan dalam penyampaian informasi tersebut berdasar kepada aturan yang ada yang terkait mengatur tentang tata cara penyelenggaraan reklame”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Pandangan lain disampaikan oleh salah satu staf dari Satpol PP yang menyatakan bahwa: “penyampaian kepastian informasi cukup baik, karena petugas dilapangan khususnya petugas Satpol PP yang mempunyai fungsi mengeksekusi dalam penertiban reklame ini berdasarkan kepada aturan dan kebijakan tentang reklame bukan tindakan liar yang dapat merugikan pengguna layanan”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan kepada hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa penyampaian informasi tentang kepastian informasi cukup jelas dan cukup berdasar kepada ketentuan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame, namun dalam kenyataannya sering terjadi kesalah pahaman diantara pelaksana yang menyampaikan informasi dengan penerima informasi sehingga dalam hal ini menimbulkan miis komunikasi diantaranya dan berdampak proses penyelenggaraan reklame tersebut.

d. Volume penyebaran informasi pelayanan

Volume merupakan sebuah ukuran yang dapat dijadikan tolok ukur dalam melihat penyebaran informasi pelayanan. Volume dapat menggambarkan sering atau tidaknya penyebaran informasi pelayanan

itu disampaikan. Volume merupakan sebuah takaran untuk melihat sering atau tidaknya penyebaran informasi itu dilakukan.

Untuk mengetahui tentang volume penyebaran informasi yang dilakukan peneliti melakukan wawancara dengan salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa: “penyebaran informasi ini masih jarang dilakukan dan tidak bersifat rutin. Penyebaran informasi ini dilakukan apabila ada ketentuan dan peraturannya yang baru yang mengatur proses pelayanan, baru informasi itu disampaikan”. (Evi Triana. Maret 2016).

Pandangan lain disampaikan oleh Dinas Pemakaman dan Pertamanan yang menyatakan bahwa:

“Volume penyebaran informasi sudah cukup baik walaupun masih bersifat tidak rutin. Penyebaran informasi yang rutin dilakukan hanya dalam muatan informasi dengan menggunakan *website* BPPT, namun persoalannya tidak terserap dengan baik oleh semua pengguna layanan karena pengguna layanan jarang masuk mencari informasi ke *website* tersebut. Seandainya pengguna layanan berusaha mencoba masuk ke *website* BPPT maka informasi secara lengkap akan diperoleh dengan cepat”. (Iwan Sugiono. April 2016).

Hal tersebut diperkuat oleh pandangan salah satu staf Satpol PP yang menjelaskan bahwa: “volume penyebaran informasi ini cukup dilakukan walaupun tidak dilakukan secara rutin, ini bahwa penyebaran informasi yang rutin itu yang dilakukan melalui *website* BPPT tersebut”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan kepada hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa volume penyebaran informasi ini cukup, namun dalam hal ini masih perlu ditingkatkan misalnya saja dengan membuatnya jadwal penyampaian informasi, dengan menggunakan berbagai media baik media cetak maupun media elektronik atau dalam bentuk alat peraga untuk menyampaikan informasi sehingga dengan berbagai media tersebut informasi dapat tersampaikan dengan baik,

yang perlu dijadikan penekanan dalam hal ini adalah sosialisasi, dengan sosialisasi yang rutin dilakukan maka informasi akan terserap dengan baik. Melalui sosialisasi ini juga akan membangun komunikasi yang baik pula, sehingga akhirnya informasi sebagai wujud dari penyampaian pesan akan tersampaikan dengan baik.

e. Ketepatan atau keajegan tentang informasi permohonan pelayanan

Ketepatan atau keajegan dapat diartikan sebagai sebuah konsistensi. Konsistensi tentang informasi permohonan pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame sangat diperlukan. Untuk menjaga ketepatan dan keajegan tentang informasi pelayanan maka harus berawal dari sebuah peraturan atau kebijakan yang jelas, karena kalau berdasarkan kepada aturan yang jelas maka menghasilkan ketepatan dalam penyampaian informasi, dalam hal ini informasi yang disampaikan berdasarkan kepada aturan jadi kapanpun informasi itu disampaikan hasilnya akan tetap seperti itu karena diaturnya seperti itu.

Untuk mengetahui ketepatan dan keajegan tentang informasi permohonan pelayanan maka peneliti melakukan wawancara kepada informan dari salah satu staf BPPT menyatakan bahwa: “berbicara mengenai ketepatan dan keajegan sudah tepat sudah sesuai aturan dan selalu mengacu kepada semua peraturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame”. (Evi Triana. Maret 2016). Hal ini senada dengan pandangan dari salah satu staf Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya yang menyatakan bahwa: “ketepatan informasi permohonan pelayanan sudah tepat sudah sesuai aturan namun dalam hal ini persoalannya adalah tingkat pemahaman pengguna layanan terhadap aturan itu berbeda sehingga dapat menimbulkan multitafsir”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Pandangan lain juga disampaikan oleh salah satu staf Satpol PP yang memperkuat pernyataan tersebut di atas menyatakan bahwa:

“penyampaian informasi tentang tatacara permohonan pelayanan sudah tepat sudah mengacu kepada peraturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame. Mengingat kami satpol PP itu sebagai eksekutor terhadap kegiatan penyelenggaraan reklame dalam hal ini Satpol PP harus benar-benar memperhatikan aturan dan tata cara dsri kegiatan penertiban reklame tersebut supaya tidak menimbulkan konflik.” (Henry Kusuma. Maret 2016). Selanjutnya menyatakan bahwa: “ sesuai dengan aturan pun seringkali pengguna layanan tidak sepatutnya dengan tindakan Satpol PP dan seringkali menimbulkan konflik apalagi kalau tidak sesuai dengan aturan pasti akan menimbulkan konflik semakain besar”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara terhadap informan terkait pada ketepatan atau konsistensi dalam penyampaian informasi pelayanan sudah dapat dikatakan tepat dan sesuai aturan, namun dalam hal ini yang perlu ditingkatkan adalah sosialisasi terhadap aturan dan ketentuan yang mengatur tentang kegiatan penyelenggaraan izin reklame dengan harapan banyaknya sosialisasi pengguna layanan akan memahami terhadap isi dari kebijakan tersebut.

Berdasarkan pada dimensi penyampaian informasi dengan indikator kejelasan tentang informasi, kecukupan tentang informasi, kepastian informasi, volume penyebaran informasi dan tingkat ketepatan/ konsistensi informasi dapat dikatakan cukup jelas, tingkat kecukupan informasi sudah cukup, kepastian informasinya sudah berdasarkan pada aturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame dan konsistensi dalam penyampaian pun sudah konsisten. Hanya dalam volume penyebaran yang masih relatif kurang, Bicara volume adalah bicara intensitas sering atau tidaknya informasikan itu disebarkan, dalam hal ini jawaban dari beberapa informasn masih kurang, Untuk itu volume penyebaran informasi harus lebih ditingkatkan.

Penyebaran informasi ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan berbagai media, dengan cara sosialisasi, dengan cara seminar, penulhan, lokakarya, bimtek dan lain sebagainya. Dapat diyakini bahwa dengan banyaknya menggunakan berbagai media untuk dapat mensosialisasikan ttatcara dan mekanisme pelayanan tentang penyelenggaraan reklame maka informasi akan terserap dengan baik oleh pengguna layanan dan dalam hal ini akan tercipta interaksi dan komunikasi yang lebih baik sehingga pelayanan izin reklame akan lebih berkualitas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif menunjukkan hasil yang relevan terhadap dimensi penyampaian informasi yaitu menunjukkan hasil dalam kategori cukup.

5. Suasana Komunikasi.

Suasana komunikasi adalah merupakan suatu keadaan yang dibangun oleh komunikasi untuk dapat menciptakan iklim komunikasi. Iklim komunikasi ini dapat dibangun dan diciptakan melalui beberapa prinsip yaitu : keterbukaan/ transparansi dari pelaksana pelayanan, kejujuran dari pelaksana pelayanan, membangun keakraban diantara pelaksana dan pengguna layanan dan perlakuan adil dari pelaksana layanan terhadap pengguna layanan. Dengan penerapan prinsip tersebut akan menciptakan iklim komunikasi yang baik dan suasana komunikasi yang baik pula.

Hasil penelitian melalui pendekatan kuantitatif terhadap dimensi **Suasana Komunikasi** menunjukkan bahwa:

Tabel 5.23.

Komunikasi Birokrasi melalui Dimensi Suasana Komunikasi

No.	Indikator	Frekuensi dan Proporsi					Skor Total	Kategori
		SB	B	CB	KB	TB		
E.Suasana Komunikasi								
E1.	Tingkat keterbukaan dalam	0 (0%)	6	19	5	0 (0%)	91	Cukup

	mengkomunikasikan proses pelayanan		(20%)	(63,3%)	(16,7%)		(50,8%)	
E2.	Tingkat kejujuran pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan	0 (0%)	5 (16,7%)	22 (73,3%)	3 (10%)	0 (0%)	92 (51,7%)	Cukup
E3.	Tingkat keakraban pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan	0 (0%)	6 (20%)	22 (73,3%)	2 (6,7%)	0 (0%)	94 (53,3%)	Cukup
E4.	Tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan	0 (0%)	7 (23,3%)	22 (73,3%)	1 (3,3%)	0 (0%)	96 (55%)	Cukup

Berdasarkan pada tabel tersebut melalui dimensi suasana komunikasi yang dijabarkan ke dalam 4 (empat) indikator yakni tingkat keterbukaan dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat kejujuran pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat keakraban pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dan tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan bahwa semua jawaban responden menyatakan cukup.

Jawaban responden dari 30 pengguna layanan terhadap 4 (empat) indikator tersebut semua responden menyatakan cukup. Ini dibuktikan dengan perhitungan kategorisasi skor total prosentase tertinggi berada pada indikator tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dengan skor total 96 atau sebesar 55 % yang berdasarkan pada hasil kategorisasi skor total prosentase berada dalam kategori cukup. Sedangkan skor total terendah ada pada indikator indikator tingkat keterbukaan dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dengan skor total 91 atau sebesar 50,8%, yang berdasarkan kepada kategorisasi skor total persentase sama-sama berada dalam kategori cukup.

Hasil kategorisasi skor total persentase tersebut menunjukkan bentuk verifikasi terhadap hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi suasana komunikasi yang dijabarkan ke dalam 4 (empat) indikator

tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang memberi jawaban terhadap setiap indikator cukup.

Hal ini menunjukkan bahwa suasana komunikasi terkait dengan izin penyelenggaraan reklame sudah cukup baik berdasarkan pada semua jawaban dari seluruh informan dan responden yang menyatakan cukup. Namun dalam dimensi suasana komunikasi berdasarkan hasil pada kategorisasi total skor persentase masih menunjukkan relatif lebih rendah karena hanya menunjukkan 50,8 % sampai dengan 55 % saja. Ini artinya bahwa dimensi suasana komunikasi melalui indikator tingkat keterbukaan dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat kejujuran pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat keakraban pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dan tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan masih perlu ditingkatkan lagi dalam rangka menciptakan pelayanan izin penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan lebih berkualitas sebagai bentuk dari upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan pengguna layanan.

Hasil penelitian kualitatif terhadap dimensi suasana komunikasi melalui indikator tingkat keterbukaan dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat kejujuran pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat keakraban pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dan tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dapat digambarkan melalui uraian berikut.

a. Tingkat Keterbukaan pegawai dalam proses pelayanan

Keterbukaan/ transparansi dalam sebuah layanan merupakan salah satu aspek pendukung untuk menciptakan iklim komunikasi yang baik antara pelaksana pelayanan dan pengguna layanan. Transparansi dalam proses pelayanan sangat diperlukan terutama transparan dalam segi waktu dan biaya pelayanan. Dengan adanya keterbukaan dalam proses pelayanan dari segi waktu dan biaya pelayanan maka ini akan

menghindari terjadinya sebuah pelanggaran terhadap proses pelayanan tersebut. Keterbukaan ini juga akan memberikan kesempatan kepada pengguna layanan untuk dapat mengontrol proses pelayanan baik itu dari waktu proses pelayanan maupun dari biaya pelayanan. Pengguna layanan dapat pula mengukur kualitas pelayanan tersebut salah satunya melalui unsur waktu pelayanan dan biaya pelayanan sudah sesuai dengan aturan atau tidak.

Untuk mengetahui tingkat keterbukaan pelaksana pelayanan dari segi waktu dan biaya pelayanan peneliti mewawancarai salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa:

“Berbicara masalah waktu dan biaya pelayanan ini dapat dikatakan sudah transparan apalagi kalau bicara dari segi waktu pelayanan BPPT sudah pasang papan pengumuman di ruang lobi yang memetakan berbagai jenis pelayanan (24 jenis pelayanan) yang dikelola oleh BPPT dengan estimasi waktu proses perizinannya. Kalau masalah biaya ini disesuaikan dengan jenis reklamenya, ukurannya reklamenya dan pemetaan reklamenya, akan tetapi kisaran gambaran tersebut juga sudah diatur, jadi hal ini sudah transparan”.(Evi Triana. Maret 2016).

Pandangan lain dikatakan oleh salah satu staf Dinas Pelayanan Pajak yang menyatakan bahwa: “ sudah transparan bicara dari segi waktu dan biayapelayanan, sekalipun di lapangan menemukan persoalan itu persyaratan belum lengkap sehingga proses pelayanan pasti melebihi waktu yang telah ditentukan. Padahal hitungannya adalah dihitung dari mulai kelengkapan persyaratan, akan tetapi kadangkala pengguna layanan menghitungnya dari proses penjajakan ketika mau memproses izin layanan”. (Cecep Sutisna. April 2016).

Dengan demikian berdasarkan hasil wawancara tersebut terkait dengan transparansi/ keterbukaan pegawai dalam proses pelayanan sudah transparan. Hal ini terbukti dengan adanya informasi yang ditulis besar di ruang loby, adanya aturan tentang biaya reklame, namun

karena kurang sosialisasi dari pihak pelaksana pelayanan tetap saja pengguna layanan pasti mempertanyakan kembali tentang waktu dan biaya pelayanan.

b. Tingkat Kejujuran pegawai dalam proses pelayanan

Kejujuran adalah merupakan salah satu sifat yang dimiliki oleh seseorang. Kejujuran akan membangun iklim komunikasi yang baik, Kejujuran juga merupakan magnet untuk memperoleh kepercayaan orang lain, termasuk kejujuran dalam proses layanan izin penyelenggaraan reklame dapat membangun kepercayaan dari pengguna layanan.

Untuk mengetahui tingkat kejujuran dari pegawai maka peneliti melakukan wawancara ke beberapa informan. Salah satunya staf BPPT yang menyatakan bahwa:

“Berbicara kejujuran itu abstrak, indikator jujur itu banyak intinya dalam kaitannya dengan proses pelayanan pegawai dapat dikatakan jujur apabila pegawai yang bersangkutan bekerja sesuai dengan porsinya, tidak melakukan pelanggaran, sesuai dengan aturan dan bekerja tanpa pamrih singkatnya seperti itu, selanjutnya menyatakan bahwa apabila indikator itu yang dipakai maka dapat dikatakan bahwa pegawai BPPT cukup jujur dalam melakukan proses pelayanan, karena selama ini pegawai BPPT bekerja atas dasar tugas pokok dan fungsi yang berdasarkan kepada aturan yang jelas”. (Evi Triana. Maret 2016).

Lain halnya pendapat dari Satpol PP yang mengatakan bahwa:

“Tingkat kejujuran itu sangat sulit diukur ini dikembalikan kepada individu pegawainya, Harapannya kejujuran ditegakkan tapi kenyataannya dengan adanya pelanggaran yang dilakukan oleh salah satu Kasi berinisial AA yang diproses melalui ranah hukum berarti masih ada pegawai yang belum jujur, Ini terbukti adanya pemalsuan surat izin yang bersangkutan mengeluarkan surat izin palsu tentang penyelenggaraan reklame, disebut palsu

itu karena Satpol PP tidak mempunyai kewenangan untuk mengeluarkan surat perizinan, yang mempunyai hak mengeluarkan surat perizinan itu hanya BPPT, dan lebih parahnya lagi membuat tarif yang mahal dan tidak masuk ke kas daerah”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan kejujuran pegawai pada dasarnya sudah dapat dikatakan jujur, namun masih adanya oknum yang dapat dikatakan tidak jujur dengan pembuatan surat izin palsu, menentukan tarif mahal, melakukan pemungutan liar. Untuk itu dalam hal ini Pemerintah Daerah Kota Bandung harus bertindak tegas kepada oknum tersebut karena sudah merusak citra bagi Pemerintah Kota Bandung yang syarat dengan peningkatan kualitas pelayanan publik dan reformasi birokrasi pemerintahan melalui inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Dengan diberikannya sanksi tegas kepada oknum yang melakukan pelanggaran hal ini akan membuat jera bagi para pegawai yang lain untuk melakukan pelanggaran.

c. Tingkat Keakraban pegawai dalam pemberian proses pelayanan

Keakraban merupakan bentuk keharmonisan yang di bangun oleh kedua belah pihak. Keakraban akan membangun iklim komunikasi yang ramah dan dapat menciptakan suasana komunikasi yang nyaman. Keakraban antara pelaksana layanan dengan pengguna layanan dalam sebuah pelayanan sangat diperlukan. Keakraban dalam sebuah pelayanan akan mempercepat pelayanan karena dalam hal ini komunikasi terjalin dengan baik.

Untuk mengetahui tingkat keakraban antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan, peneliti melakukan wawancara dengan staf BPPT yang menyatakan bahwa: “pegawai cukup ramah dalam memproses layanan, petugas melayani dengan baik ini menandakan bahwa pegawai akrab dengan pengguna layanan dan terlihat dekat

dengan pengguna layanan”. (Evi Triana. Maret 2016). Pendapat lain disampaikan oleh salah staf dari Satpol PP yang menyatakan bahwa:

“Tingkat keakraban pegawai dengan pengguna layanan cukup akrab. Bahkan seringkali kami petugas Satpol PP melakukan pendekatan-pendekatan untuk dapat memahami keinginan pengguna layanan untuk menghindari terjadinya konflik dalam melakukan penertiban reklame. Walau keakraban dibangun akan tetapi petugas dalam menjalankan fungsinya tetap berusaha sesuai dengan aturan yang ada, jadi untuk melakukan tindakan itu ada dasar hukum yang memayunginya”. (Henry Kusuma. Maret 2016).

Begitu juga dengan jawaban salah satu staf dari Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya yang menyatakan bahwa senada dengan Satpol PP, dalam hal ini menyatakan bahwa: “dalam menjalankan tugasnya melihat kepada aturan, walau dilapangan membangun kedekatan dengan pengguna layanan, kedekatan ini dilakukan untuk memudahkan memberikan pemahaman kepada pengguna layanan, Karena dengan kedekatan itu dapat menciptakan suasana yang berbeda pengguna layanan akan lebih merasa diperhatikan”. (Dyah Saraswati. April 2016).

Berdasarkan pada hasil wawancara indikator tingkat keakraban pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan relatif cukup akrab, bahkan para pelaksana membuat strategi dan pendekatan kepada para pengguna layanan untuk berusaha memahami keinginan pengguna layanan dan memahami keinginan pelaksana pelayanan. Untuk itu keakraban dalam proses pelayanan perlu dijaga dan ditingkatkan dengan harapan membawa dampak positif terhadap pelaksanaan pelayanan izin penyelenggaraan reklame.

d. Tingkat Keadilan pegawai dalam pemberian pelayanan

Adil merupakan sifat yang dimiliki oleh seseorang. Keadilan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan seseorang. Keadilan

pegawai dalam proses pelayanan sangatlah diperlukan. Ukuran keadilan itu dilaksanakan secara adil apabila pelaksana pelayanan dapat memperlakukan pengguna layanan secara sama, tidak pandang bulu.

Untuk mengetahui tentang tingkat keadilan yang dimiliki oleh pegawai dalam proses pelayanan maka peneliti melakukan wawancara dengan salah satu petugas BPPT yang menyatakan bahwa:

“Setiap pengguna layanan oleh petugas/ pegawai BPPT dilayani dengan cara yang sama, diperhatikan dan diperlakukan dengan cara yang sama tidak ada pengecualian dan tidak ada pengistimewaan, sepanjang persyaratan dan perlengkapan pengguna layanan sudah lengkap maka proses pelayanan iizin penyelenggaraan reklame diproses sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku”. (Evi Triana. Maret 2016).

Jawaban lain dari salah satu staf Dinas Bina Marga dan Pengairan menyatakan bahwa: “bicara tingkat keadilan yang dimiliki oleh para pegawai cukup adil, semua pengguna layanan dilayani dengan cara yang sama dan disesuaikan dengan keinginan dari pengguna layanan sepanjang keinginan itu tidak bertentangan dengan semua aturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame”. (Deni Hendarsyah. April 2016).

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan tingkat keadilan pegawai dalam proses pelayanan izin reklame dapat dikatakan sudah adil. Namun dalam hal ini peneliti masih melihat belum adanya nomor antrian bagi pengguna layanan kadangkala budaya antri tidak dikedepankan, bagi pengguna layanan yang tidak memahami budaya antri ini terjadi kurang tertib untuk mendapatkan pelayanan dari para pelaksana pelayanan. Untuk itu perlu disediakannya mesin penomoran dan diberlakukannya pemanggilan berdasarkan pada nomor urut yang telah dipegang oleh para pengguna layanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi Suasana Komunikasi dengan indikator keterbukaan pegawai, kejujuran pegawai,

keakraban pegawai dan tingkat keadilan pegawai cukup baik, akan tetapi dalam hal ini perlu dibuatnya indikator-indikator kejujuran, keakraban dan keadilan yang dipahami baik oleh pelaksana layanan maupun oleh pengguna layanan, karena kejujuran, keakraban dan keadilan dapat menyebabkan penilaian yang subjektif.

Dalam hal ini peneliti sependapat dengan jawaban dari salah satu staf BPPT yang menyatakan bahwa indikator untuk kejujuran, keakraban dan keadilan salah satu indikatornya adalah sepanjang pegawai menjalankan tugas, pokok dan fungsi berdasarkan kepada peraturan yang jelas dan proses pelayanan berjalan sesuai dengan mekanisme dan tata cara pelayanan serta sepanjang tidak ada keluhan dari pengguna layanan itu artinya adalah semua sudah diterapkan. Untuk itu maka konsistensi terhadap sebuah aturan dalam menjalankan tugasnya sangat diperlukan dalam proses pelayanan tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik hasil penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif menunjukkan hasil yang relevan terhadap dimensi suasana komunikasi melalui indikator tingkat keterbukaan dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat kejujuran pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan, tingkat keakraban pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan dan tingkat keadilan pegawai dalam mengkomunikasikan proses pelayanan menunjukkan hasil dalam kategori cukup.

Berdasarkan pada hasil penelitian kualitatif kualitas komunikasi birokrasi antar indikator tersebut menunjukkan jawaban informan cukup baik terhadap 18 (delapan belas) indikator dari 21 (dua puluh satu) indikator yang tersedia dan sisanya jawaban informan terhadap 3 (tiga) indikator menyatakan kurang yaitu lebih jelasnya pada indikator ketersediaan penggunaan papan pengumuman dan poster tentang informasi prosedur pelayan, penggunaan brosur/ stiker tentang tatacara permohonan dan tentang intensitas pemberian penyuluhan/ penerapan tatacara permohonan pelayanan.

Hal tersebut apabila dikaitkan dengan hasil observasi dan hasil wawancara yang peneliti lakukan memang tidak pernah menggunakan papan pengumuman secara khusus terkait informasi prosedur pelayanan, begitu juga dalam hal ini jarang sekali menggunakan brosur atau poster tentang tatacara permohonan pelayanan, akan tetapi BPPT sudah membuat buku pedoman tentang proses pelayanan dan semua informasi itu dapat diperoleh di *website* nya BPPT, namun diakuinya bahwa buku pedoman itu tidak banyak dikonsumsi oleh pengguna layanan begitu juga informasi pelayanan yang berada pada *website* juga kurang dikonsumsi oleh pengguna layanan sehingga informasi tidak tersampaikan/ tidak terserap dengan baik oleh pengguna layanan.

Terkait dengan intensitas penyuluhan mayoritas jawaban informan masih kurang karena pihak BPPT melakukan sosialisasi dan penyuluhan itu apabila ada peraturan yang baru terkait dengan penyelenggaraan reklame, BPPT tidak mempunyai agenda khusus yang terjadwal untuk melakukan sosialisasi dan penyuluhan tersebut, hal ini berdampak kepada proses pelayanan, karena kurangnya informasi yang diperoleh, tidak jelasnya informasi yang diperoleh serta kurangnya kepastian informasi ini disebabkan karena volume penyebaran informasi kurang dilakukan oleh BPPT. Ini artinya adalah kurang terjalin komunikasi birokrasi yang baik antara pelaksana dan pengguna layanan sehingga tidak dapat membangun komunikasi yang baik akhirnya dapat mengakibatkan masih adanya pelanggaran-pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame tersebut.

5.2.2.3. Hasil Analisis *Partial Least Square - Structural Equation Modeling*

5.2.2.3.1. Hasil Analisis Model PLS

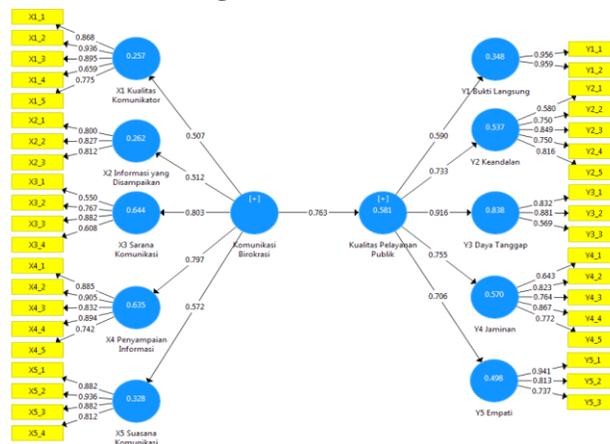
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik. Subjek yang diteliti adalah pengguna

layanan izin penyelenggaraan reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Pemda Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam pengujian model keberpengaruhannya adalah *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan pendekatan model pengukuran tahap kedua (*second order*). Dalam pendekatan model pengukuran ini, dimensi-dimensi dari masing-masing variabel penelitian merupakan variabel laten (*unobservable*) tahap pertama (*first order*) yang diukur secara reflektif dari indikator-indikatornya sebagai variabel-variabel manifes (*observable*). Sedangkan variabel penelitian merupakan variabel laten tahap kedua (*second order*) yang awalnya diukur secara reflektif dari seluruh indikatornya dan selanjutnya diukur secara reflektif dari dimensi-dimensinya.

Hasil analisis PLS-SEM secara keseluruhan dalam bentuk diagram model PLS dapat dilihat pada gambar berikut dan pada gambar lampiran 12.1. halaman 498. Model PLS merupakan model keseluruhan dari model pengukuran (*measurement model* atau *outer model*) dan model pengaruh atau model struktural (*structural model* atau *inner model*).

Gambar 5.6. Diagram Model PLS Hasil Analisis

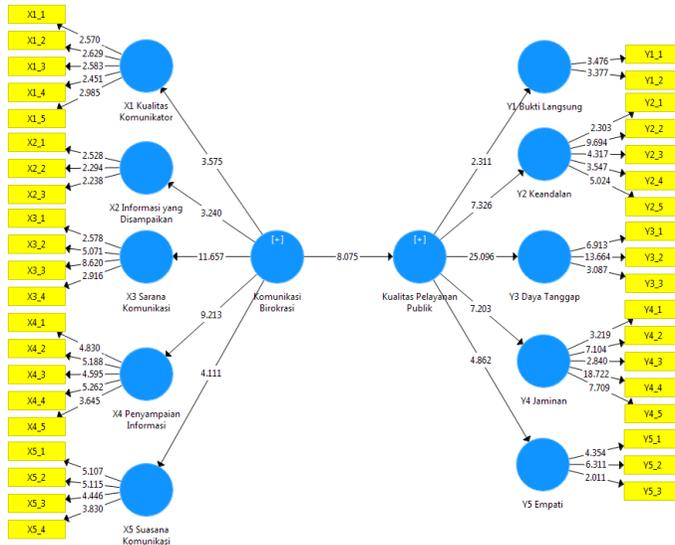


Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016.

Koefisien pengukuran (*loading factor* [λ]) pada diagram di atas tergambar sebagai nilai dengan anak panah dari dimensi ke indikator dan dari variabel ke dimensi. Koefisien pengukuran merupakan koefisien korelasi yang menunjukkan tinggi-rendahnya derajat korelasi antara dimensi dengan indikatornya dan antara variabel dengan dimensinya. Dengan demikian, koefisien pengukuran tahap pertama menunjukkan tinggi-rendahnya validitas konvergen dari setiap indikator dalam mengukur dimensinya. Sedangkan koefisien pengukuran tahap kedua menunjukkan tinggi-rendahnya validitas konvergen dari setiap dimensi dalam mengukur variabelnya. Adapun koefisien struktural atau koefisien jalur (*path coefficient* [γ dan β]) tergambar sebagai nilai dengan anak panah dari suatu variabel laten eksogen ke variabel laten endogen (γ) dan dari variabel laten endogen ke variabel laten endogen lainnya (β). Koefisien struktural menunjukkan kuat-lemahnya pengaruh antar variabel penelitian. Komunikasi Birokrasi merupakan variabel laten eksogen, sedangkan Kualitas Pelayanan Publik merupakan variabel laten endogen.

Berikut ini diagram model hasil uji signifikansi (*bootstrapping*) yang menunjukkan nilai statistik-t untuk koefisien pengukuran pada variabel laten tahap pertama dan tahap kedua serta koefisien jalur antar variabel penelitian. Diagram model hasil uji signifikansi (*bootstrapping*) juga dapat dilihat pada gambar lampiran 12.4. halaman 501.

Gambar 5.7. Diagram Model PLS Hasil Uji Signifikansi Koefisien



Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016.

Hasil uji signifikansi koefisien pengukuran pada model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh indikator valid secara signifikan dalam mengkonstruksi dimensinya, demikian juga seluruh dimensi valid secara signifikan dalam mengkonstruksi variabelnya (secara reflektif). Tampak bahwa $|t \text{ hitung}|$ dari seluruh koefisien pengukuran bernilai lebih besar dari $t \text{ tabel} = 1,96$. Seluruh koefisien pengukuran bernilai positif yang menunjukkan bahwa dimensi berhubungan positif dengan masing-masing indikatornya, demikian pula antara variabel dengan masing-masing dimensinya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya kualitas suatu dimensi digambarkan pula secara reflektif oleh semakin tingginya kualitas indikator-indikator yang menyusunnya. Demikian pula, semakin tingginya kualitas suatu variabel digambarkan pula secara reflektif oleh semakin tingginya kualitas dimensi-dimensi yang menyusunnya.

Hasil uji signifikansi koefisien jalur pada model struktural menunjukkan bahwa Komunikasi Birokrasi berpengaruh secara

signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Publik. Tampak bahwa $|t_{hitung}|$ dari koefisien jalur Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik bernilai lebih besar dari $t_{tabel} = 1,96$.

5.2.2.3.2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran reflektif dilakukan dengan menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan dari masing-masing elemen pengukur serta reliabilitas dari seluruh konstruk pengukuran.

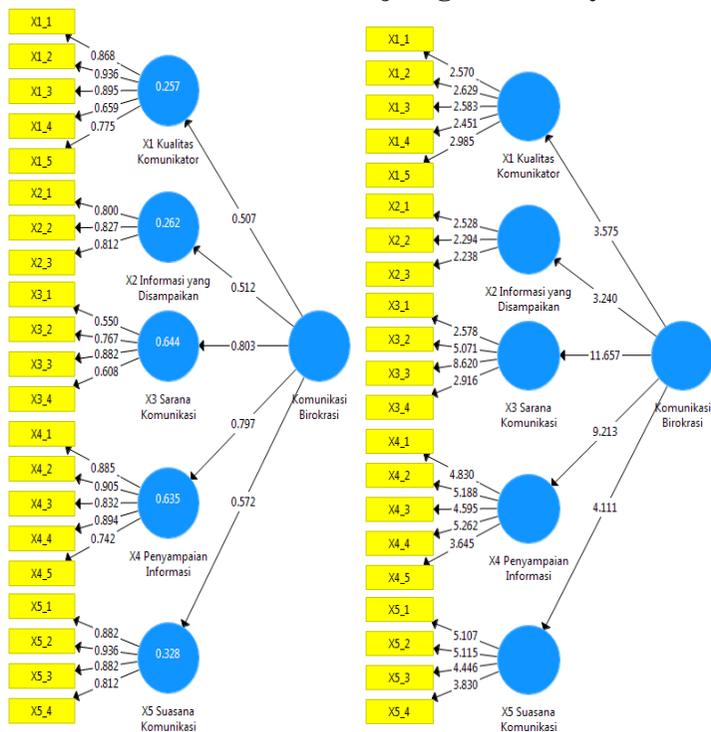
5.2.2.3.2.1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dari masing-masing indikator terhadap dimensinya dan validitas konvergen dari masing-masing dimensi terhadap variabelnya diuji berdasarkan uji signifikansi dari masing-masing koefisien pengukuran secara reflektif. Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa seluruh koefisien pengukuran memiliki validitas konvergen.

5.2.2.3.2.1.1. Validitas Konvergen dalam Pengukuran Komunikasi Birokrasi

Koefisien pengukuran Komunikasi Birokrasi (KOMB) dan hasil uji signifikansinya dapat dilihat pada gambar berikut. Diagram pertama dalam gambar menunjukkan nilai koefisien pengukuran masing-masing elemen pengukur secara reflektif terhadap dimensi atau variabelnya, sedangkan diagram kedua menunjukkan nilai t_{hitung} dari koefisien pengukuran tersebut.

Gambar 5.8. Diagram Model Pengukuran Komunikasi Birokrasi dan Uji Signifikansinya



(a) Koefisien Pengukuran

(b) Hasil Uji Signifikansi

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Dalam bentuk persamaan, model pengukuran Komunikasi Birokrasi yang diperoleh dari hasil analisis dapat dinyatakan dalam persamaan pengukuran di bawah ini. Persamaan pengukuran tahap pertama (dari indikator ke dimensi) diringkas dalam bentuk matriks (ditandai dengan huruf *bold-italic*), dimana nilai koefisien pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada gambar sebelumnya. Sedangkan persamaan pengukuran tahap kedua (dari dimensi ke variabel) diuraikan secara rinci.

$$\text{Kualitas Komunikator} = 0,507 * \text{KOMBI} + \delta_1, R_{X1}^2 = 0,257 (\lambda_1 = 0,507)$$

$$\begin{aligned}
X_1 &= A_{X1} * \text{Kualitas Komunikator} + \delta_{X1}, R_{X1}^2 \\
\text{Informasi yang Disampaikan} &= 0,512 * \text{KOMB} + \delta_2, R_{X2}^2 = 0,262 \\
X_2 &= A_{X2} * \text{Informasi yang Disampaikan} + \delta_{X2}, R_{X2}^2 \\
\text{Sarana Komunikasi} &= 0,803 * \text{KOMB} + \delta_3, R_{X3}^2 = 0,644 \\
X_3 &= A_{X3} * \text{Sarana Komunikasi} + \delta_{X3}, R_{X3}^2 \\
\text{Penyampaian Informasi} &= 0,797 * \text{KOMB} + \delta_4, R_{X4}^2 = 0,635 \\
X_4 &= A_{X4} * \text{Penyampaian Informasi} + \delta_{X4}, R_{X4}^2 \\
\text{Suasana Komunikasi} &= 0,572 * \text{KOMB} + \delta_5, R_{X5}^2 = 0,328 \\
X_5 &= A_{X5} * \text{Suasana Komunikasi} + \delta_{X5}, R_{X5}^2
\end{aligned}$$

Dalam persamaan pengukuran tahap kedua (dari dimensi ke variabel), nilai λ menunjukkan koefisien pengukuran dari suatu dimensi untuk variabelnya secara reflektif. Sebagai contoh, nilai λ_1 adalah nilai koefisien pengukuran dari dimensi Kualitas Komunikator untuk variabel Komunikasi Birokrasi (KOMB) secara reflektif. Nilai $\lambda_1 = 0,507$ berarti terdapat korelasi positif yang cukup kuat (antara 0,40 – 0,599) antara variabel KOMB dengan dimensi Kualitas Komunikator. Nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi dari suatu dimensi untuk variabelnya secara reflektif, dengan nilai sebesar λ^2 . Sebagai contoh, $R_{X1}^2 =$ koefisien determinasi dari dimensi Kualitas Komunikator untuk variabel KOMB secara reflektif, dengan nilai sebesar λ_1^2 . Nilai $R_{X1}^2 = (0,507)^2 = 0,257 = 25,7\%$ berarti bahwa besarnya proporsi variasi dimensi Kualitas Komunikator yang dapat dijelaskan secara reflektif oleh variabel KOMB adalah sebesar 25,7%. Sisa variasi dimensi Kualitas Komunikator yang dijelaskan oleh *error* (faktor-faktor lain) adalah sebesar $(1 - R_{X1}^2) = (1 - 0,257) = 0,743 = 74,3\%$.

X menunjukkan matriks indikator dari suatu dimensi. Sebagai contoh, X_1 = matriks indikator dari dimensi Kualitas Komunikator (terdiri dari 5 indikator). A menunjukkan matriks koefisien pengukuran

dari indikator-indikator untuk suatu dimensi secara reflektif. Sebagai contoh, \mathbf{A}_{XI} = matriks koefisien pengukuran dari indikator-indikator untuk dimensi Kualitas Komunikator secara reflektif (terdiri dari 5 koefisien pengukuran). \mathbf{R}^2 menunjukkan matriks koefisien determinasi dari indikator-indikator untuk suatu dimensi. Sebagai contoh, \mathbf{R}_{XI}^2 = matriks koefisien determinasi dari indikator-indikator untuk dimensi Kualitas Komunikator secara reflektif (terdiri dari 5 koefisien determinasi). δ menunjukkan matriks *error* pengukuran untuk indikator dalam suatu dimensi. Sebagai contoh, δ_{XI} = matriks *error* pengukuran untuk indikator dalam dimensi Kualitas Komunikator (terdiri dari 5 *error* pengukuran).

Berikut ini rincian hasil analisis koefisien pengukuran Komunikasi Birokrasi dan uji signifikansinya sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut dan pada lampiran tabel 12.1. halaman 498.

Tabel 5.24.
Koefisien Pengukuran Komunikasi Birokrasi
dan Uji Signifikansinya

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1_1 <- X1 Kualitas Komunikator	0,868	0,789	0,338	2,570	0,010
X1_2 <- X1 Kualitas Komunikator	0,936	0,861	0,356	2,629	0,009
X1_3 <- X1 Kualitas Komunikator	0,895	0,821	0,346	2,583	0,010
X1_4 <- X1 Kualitas Komunikator	0,659	0,602	0,269	2,451	0,015
X1_5 <- X1 Kualitas Komunikator	0,775	0,715	0,260	2,985	0,003
X2_1 <- X2 Informasi yang Disampaikan	0,800	0,731	0,317	2,528	0,012
X2_2 <- X2 Informasi yang Disampaikan	0,827	0,733	0,360	2,294	0,022
X2_3 <- X2 Informasi yang Disampaikan	0,812	0,710	0,363	2,238	0,026
X3_1 <- X3 Sarana Komunikasi	0,550	0,522	0,213	2,578	0,010
X3_2 <- X3 Sarana Komunikasi	0,767	0,747	0,151	5,071	0,000
X3_3 <- X3 Sarana Komunikasi	0,882	0,866	0,102	8,620	0,000
X3_4 <- X3 Sarana Komunikasi	0,608	0,604	0,208	2,916	0,004
X4_1 <- X4 Penyampaian Informasi	0,885	0,858	0,183	4,830	0,000
X4_2 <- X4 Penyampaian Informasi	0,905	0,894	0,174	5,188	0,000
X4_3 <- X4 Penyampaian Informasi	0,832	0,805	0,181	4,595	0,000
X4_4 <- X4 Penyampaian Informasi	0,894	0,874	0,170	5,262	0,000
X4_5 <- X4 Penyampaian Informasi	0,742	0,715	0,204	3,645	0,000
X5_1 <- X5 Suasana Komunikasi	0,882	0,862	0,173	5,107	0,000
X5_2 <- X5 Suasana Komunikasi	0,936	0,914	0,183	5,115	0,000
X5_3 <- X5 Suasana Komunikasi	0,882	0,839	0,198	4,446	0,000
X5_4 <- X5 Suasana Komunikasi	0,812	0,775	0,212	3,830	0,000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Komunikasi Birokrasi -> X1 Kualitas Komunikator	0,507	0,552	0,142	3,575	0,000
Komunikasi Birokrasi -> X2 Informasi yang Disampaikan	0,512	0,547	0,158	3,240	0,001
Komunikasi Birokrasi -> X3 Sarana Komunikasi	0,803	0,812	0,069	11,657	0,000
Komunikasi Birokrasi -> X4 Penyampaian Informasi	0,797	0,798	0,086	9,213	0,000
Komunikasi Birokrasi -> X5 Suasana Komunikasi	0,572	0,595	0,139	4,111	0,000

Sumber : Olahan Peneliti dari berbagai sumber Tahun 2016

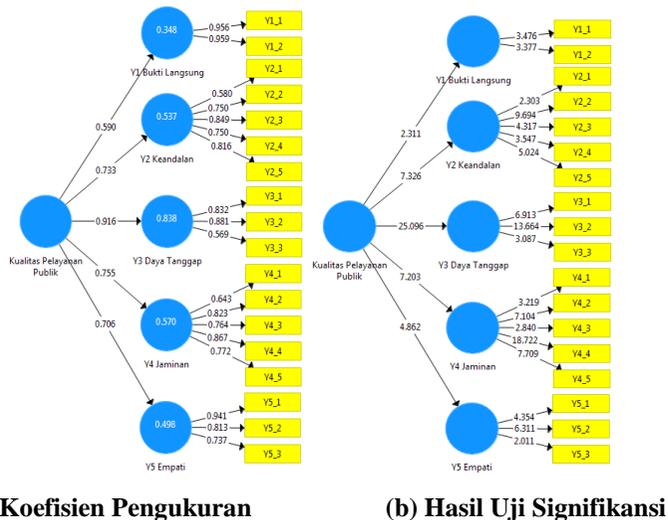
Hasil evaluasi validitas konvergen pada model pengukuran di atas menunjukkan bahwa seluruh koefisien pengukuran bernilai positif dan teruji signifikan ($|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel} = 1,96$). Mayoritas elemen pengukur memiliki nilai koefisien pengukuran di atas 0,70. Walaupun terdapat beberapa elemen pengukur dengan nilai koefisien pengukuran di bawah 0,70; namun elemen pengukur tersebut dapat diterima

validitas konvergenya karena teruji signifikan (*marginal fit*). Tampak bahwa Sarana Komunikasi merupakan karakteristik dominan dari Komunikasi Birokrasi dengan koefisien pengukuran sebesar $\lambda_3 = 0,803$; setelah itu Penyampaian Informasi ($\lambda_4 = 0,797$); Suasana Komunikasi ($\lambda_5 = 0,572$); Informasi yang Disampaikan ($\lambda_2 = 0,512$); dan Kualitas Komunikator ($\lambda_1 = 0,507$).

5.2.2.3.2.1.2. Validitas Konvergen dalam Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik

Koefisien pengukuran Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) dan hasil uji signifikansinya dapat dilihat pada gambar berikut. Diagram pertama dalam gambar menunjukkan nilai koefisien pengukuran masing-masing elemen pengukur secara reflektif terhadap dimensi atau variabelnya, sedangkan diagram kedua menunjukkan nilai t hitung dari koefisien pengukuran tersebut.

Gambar 5.9. Diagram Model Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik dan Uji Signifikansinya



Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Dalam bentuk persamaan, model pengukuran Kualitas Pelayanan Publik yang diperoleh dari hasil analisis dapat dinyatakan dalam persamaan berikut.

$$\text{Bukti Fisik} = 0,590 * \text{KUPP} + \delta_{51}, R_{Y1}^2 = 0,348 (\lambda_6 = 0,590)$$

$$Y_1 = A_{Y1} * \text{Bukti Fisik} + \delta_{Y1}, R_{Y1}^2$$

$$\text{Keandalan} = 0,733 * \text{KUPP} + \delta_{52}, R_{Y2}^2 = 0,537$$

$$Y_2 = A_{Y2} * \text{Keandalan} + \delta_{Y2}, R_{Y2}^2$$

$$\text{Daya Tanggap} = 0,916 * \text{KUPP} + \delta_{53}, R_{Y3}^2 = 0,838$$

$$Y_3 = A_{Y3} * \text{Daya Tanggap} + \delta_{Y3}, R_{Y3}^2$$

$$\text{Jaminan} = 0,755 * \text{KUPP} + \delta_{54}, R_{Y4}^2 = 0,570$$

$$Y_4 = A_{Y4} * \text{Jaminan} + \delta_{Y4}, R_{Y4}^2$$

$$\text{Empati} = 0,706 * \text{KUPP} + \delta_{54}, R_{Y4}^2 = 0,498$$

$$Y_4 = A_{Y4} * \text{Empati} + \delta_{Y4}, R_{Y4}^2$$

Rincian hasil analisis koefisien pengukuran Kualitas Pelayanan Publik dan uji signifikansinya sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut dan pada tabel lampiran 12.1. halaman 498.

Tabel 5.23. Koefisien Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik dan Uji Signifikansinya

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Y1_1 <- Y1 Bukti Langsung	0,956	0,912	0,275	3,476	0,001
Y1_2 <- Y1 Bukti Langsung	0,959	0,913	0,284	3,377	0,001
Y2_1 <- Y2 Keandalan	0,580	0,509	0,252	2,303	0,022
Y2_2 <- Y2 Keandalan	0,750	0,765	0,077	9,694	0,000
Y2_3 <- Y2 Keandalan	0,849	0,802	0,197	4,317	0,000
Y2_4 <- Y2 Keandalan	0,750	0,708	0,211	3,547	0,000
Y2_5 <- Y2 Keandalan	0,816	0,790	0,162	5,024	0,000
Y3_1 <- Y3 Daya Tanggap	0,832	0,819	0,120	6,913	0,000
Y3_2 <- Y3 Daya Tanggap	0,881	0,877	0,064	13,664	0,000
Y3_3 <- Y3 Daya Tanggap	0,569	0,546	0,184	3,087	0,002
Y4_1 <- Y4 Jaminan	0,643	0,627	0,200	3,219	0,001
Y4_2 <- Y4 Jaminan	0,823	0,811	0,116	7,104	0,000
Y4_3 <- Y4 Jaminan	0,764	0,677	0,269	2,840	0,005
Y4_4 <- Y4 Jaminan	0,867	0,876	0,046	18,722	0,000
Y4_5 <- Y4 Jaminan	0,772	0,771	0,100	7,709	0,000
Y5_1 <- Y5 Empati	0,941	0,874	0,216	4,354	0,000
Y5_2 <- Y5 Empati	0,813	0,844	0,129	6,311	0,000
Y5_3 <- Y5 Empati	0,737	0,641	0,366	2,011	0,045

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan Publik > Y1 Bukti Langsung	0,590	0,580	0,255	2,311	0,021
Kualitas Pelayanan Publik > Y2 Keandalan	0,733	0,747	0,100	7,326	0,000
Kualitas Pelayanan Publik > Y3 Daya Tanggap	0,916	0,916	0,036	25,096	0,000
Kualitas Pelayanan Publik > Y4 Jaminan	0,755	0,763	0,105	7,203	0,000
Kualitas Pelayanan Publik > Y5 Empati	0,706	0,716	0,145	4,862	0,000

Sumber : Olahan Peneliti dari berbagai sumber Tahun 2016

Hasil evaluasi validitas konvergen pada model pengukuran di atas menunjukkan bahwa seluruh koefisien pengukuran bernilai positif dan teruji signifikan ($|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel} = 1,96$). Mayoritas elemen pengukur memiliki nilai koefisien pengukuran di atas 0,70. Walaupun terdapat beberapa elemen pengukur dengan nilai koefisien pengukuran di bawah 0,70; namun elemen pengukur tersebut dapat diterima validitas konvergenya karena teruji signifikan (*marginal fit*). Tampak bahwa Daya Tanggap merupakan karakteristik dominan dari Kualitas Pelayanan Publik dengan koefisien pengukuran sebesar $\lambda_8 = 0,916$; setelah itu Jaminan ($\lambda_9 = 0,755$); Keandalan ($\lambda_7 = 0,733$); Empati ($\lambda_{10} = 0,706$); dan Bukti Langsung ($\lambda_6 = 0,590$).

5.2.2.3.3. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dari masing-masing indikator terhadap dimensinya dievaluasi berdasarkan perbandingan nilai akar kuadrat AVE (*square root of Average Variance Extractred*) dari suatu konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk. Jika akar kuadrat AVE suatu konstruk lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk, maka indikator-indikator dalam blok dimensi tersebut memiliki validitas diskriminan. Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa berdasarkan akar kuadrat AVE, indikator-indikator dalam masing-masing blok dimensi memiliki validitas diskriminan.

5.2.2.3.3.1. Validitas Diskriminan dalam Pengukuran Komunikasi Birokrasi

Nilai akar kuadrat AVE dari masing-masing konstruk dimensi dan nilai korelasi antar konstruk pada model pengukuran Komunikasi Birokrasi dapat dilihat pada tabel berikut dan pada tabel lampiran 12.2. dan tabel lampiran 12.3. halaman 499 dan halaman 500. Tampak bahwa nilai akar kuadrat AVE dalam masing-masing blok dimensi secara komposit cenderung lebih besar daripada nilai korelasi antar blok dimensi lainnya.

Tabel 5.26.
Akar Kuadrat AVE dan Korelasi Antar Konstruk pada Model Pengukuran Komunikasi Birokrasi

	Square Root of AVE				
X1 Kualitas Komunikator	0,832				
X2 Informasi yang Disampaikan	0,813				
X3 Sarana Komunikasi	0,713				
X4 Penyampaian Informasi	0,854				
X5 Suasana Komunikasi	0,879				

Correlations	X1	X2	X3	X4	X5
X1 Kualitas Komunikator	1,000				
X2 Informasi yang Disampaikan	0,110	1,000			
X3 Sarana Komunikasi	0,271	0,220	1,000		
X4 Penyampaian Informasi	0,046	0,426	0,741	1,000	
X5 Suasana Komunikasi	0,228	0,146	0,263	0,212	1,000

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Hasil evaluasi validitas diskriminan melalui akar kuadrat AVE di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam masing-masing blok dimensi dari variabel Komunikasi Birokrasi secara komposit dapat diterima validitas diskriminannya. Khusus untuk indikator-indikator dalam blok dimensi Sarana Komunikasi masih tergolong *marginal fit*, karena walaupun nilai akar kuadrat AVE-nya (0,713) lebih kecil dari nilai korelasi antara blok dimensi Penyampaian Informasi dan Sarana

Komunikasi (0,741), namun masih lebih besar dibandingkan korelasi antar blok dimensi lainnya.

5.2.2.3.3.2. Validitas Diskriminan dalam Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik

Nilai akar kuadrat AVE dari masing-masing konstruk dimensi dan nilai korelasi antar konstruk pada model pengukuran Kualitas Pelayanan Publik dapat dilihat pada tabel berikut dan pada tabel lampiran 12.2. dan tabel lampiran 12.3. halaman 499 dan halaman 500. Tampak bahwa nilai akar kuadrat AVE dalam masing-masing blok dimensi secara komposit lebih besar daripada nilai korelasi antar blok dimensi lainnya.

Tabel 5.27.
Akar Kuadrat AVE dan Korelasi Antar Konstruk pada Model Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik

	Square Root of AVE	
Y1 Bukti Langsung	0,958	
Y2 Keandalan	0,755	
Y3 Daya Tanggap	0,773	
Y4 Jaminan	0,777	
Y5 Empati	0,834	

Correlations	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1 Bukti Langsung	1,000				
Y2 Keandalan	0,532	1,000			
Y3 Daya Tanggap	0,504	0,729	1,000		
Y4 Jaminan	0,182	0,225	0,579	1,000	
Y5 Empati	0,174	0,173	0,569	0,727	1,000

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Hasil evaluasi validitas diskriminan melalui akar kuadrat AVE di atas menunjukkan bahwa seluruh 407variable407 dalam masing-masing blok dimensi dari 407variable Kualitas Pelayanan Publik secara komposit dapat diterima validitas diskriminannya.

5.2.2.3.4. Reliabilitas

Reliabilitas dari masing-masing konstruk dalam model pengukuran dievaluasi berdasarkan nilai AVE (*Average Variance Extractred*), *Composit Reliability*, dan *Cronbachs Alpha*. Nilai yang diharapkan untuk AVE adalah $> 0,5$; *Composit Reliability* $> 0,60$; dan Cronbachs Alpha $> 0,60$. Jika seluruh nilai koefisien reliabilitas ini terpenuhi maka suatu konstruk diputuskan memiliki tingkat reliabilitas yang memuaskan (*fit*). Sedangkan jika terpenuhi untuk salah satu koefisien reliabilitas maka suatu konstruk diputuskan memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diterima (*marginal fit*). Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa seluruh konstruk pengukuran memiliki tingkat reliabilitas yang memuaskan (*fit*), dimana seluruh nilai koefisien reliabilitas terpenuhi. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut dan pada tabel lampiran 12.2. halaman 499.

Tabel 5.28.

**AVE, *Composit Reliability*, dan *Cronbachs Alpha*
pada Seluruh Model Pengukuran**

	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
X1 Kualitas Komunikator	0,693	0,918	0,886
X2 Informasi yang Disampaikan	0,661	0,854	0,744
X3 Sarana Komunikasi	0,509	0,800	0,662
X4 Penyampaian Informasi	0,729	0,930	0,906
X5 Suasana Komunikasi	0,773	0,931	0,902
Y1 Bukti Langsung	0,917	0,957	0,909
Y2 Keandalan	0,570	0,867	0,810
Y3 Daya Tanggap	0,597	0,812	0,641
Y4 Jaminan	0,604	0,883	0,837
Y5 Empati	0,696	0,872	0,782

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

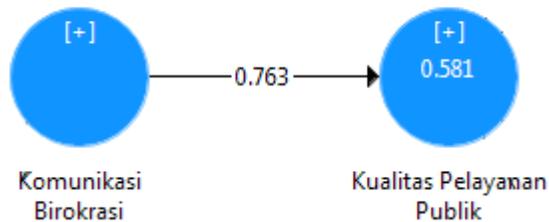
5.2.2.3.5. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural dilakukan dengan menguji signifikansi dari koefisien jalur yang menunjukkan kuatnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Koefisien jalur pengaruh Komunikasi

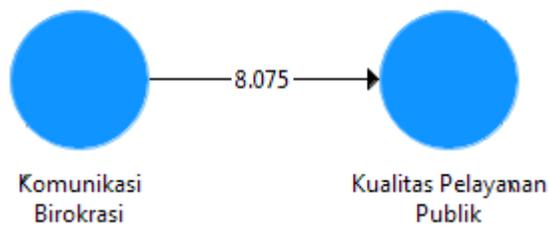
Birokrasi (KOMB) terhadap Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) dan hasil uji signifikansinya dapat dilihat pada gambar berikut. Diagram pertama dalam gambar menunjukkan nilai koefisien jalur, sedangkan diagram kedua menunjukkan nilai t hitung dari koefisien jalur tersebut.

Gambar 5.10.

Diagram Model Struktural Pengaruh Antar Variabel dan Uji Signifikansinya



(a) Koefisien Jalur



(b) Hasil Uji Signifikansi

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Dalam bentuk persamaan, model struktural pengaruh Komunikasi Birokrasi (KOMB) terhadap Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) yang diperoleh dari hasil analisis dapat dinyatakan dalam persamaan berikut.

$$\mathbf{KUPP = 0,763 * KOMB + \zeta, R^2 = 0,581}$$

$$(\gamma = 0,763)$$

Nilai γ menunjukkan koefisien jalur dari variabel Komunikasi Birokrasi (KOMB) terhadap variabel Kualitas Pelayanan Publik (KUPP). Nilai $\gamma = 0,763$ menunjukkan adanya pengaruh positif yang kuat dari Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik. Arah pengaruh positif merujuk pada nilai γ yang positif. Hal ini berarti semakin baik Komunikasi Birokrasi, semakin baik Kualitas Pelayanan Publik. Sedangkan derajat pengaruh yang kuat merujuk pada nilai γ yang terletak antara 0,60 – 0,799. Adapun nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi dari model struktural. Nilai $R^2 = 0,581 = 58,1\%$ berarti bahwa besarnya proporsi variasi Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) yang dapat dijelaskan oleh Komunikasi Birokrasi (KOMB) dalam model struktural adalah sebesar 58,1%. Sisa variasi KUPP yang dijelaskan oleh *error* (faktor-faktor lain) adalah sebesar $(1-R^2) = (1 - 0,581) = 0,419 = 41,9\%$.

Berikut ini rincian hasil analisis koefisien jalur antar variabel dan uji signifikansinya sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.29.
Koefisien Jalur dan Uji Signifikansinya

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Komunikasi Birokrasi → Kualitas Pelayanan Publik	0,763	0,756	0,094	8,075	0,000

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2016

Hasil uji signifikansi pada model struktural menunjukkan bahwa koefisien jalur dari Komunikasi Birokrasi (KOMB) terhadap Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) teruji signifikan ($|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel} = 1,96$). Berdasarkan hasil uji signifikansi ini beserta temuan tentang dominannya pengaruh dari Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas

Pelayanan Publik ($R^2 = 58,1\%$) dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Birokrasi merupakan faktor dominan yang berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Publik dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Pemda Kota Bandung.

5.3. Pembahasan Penelitian Penyelenggaraan Pelayanan Publik Dalam Izin Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung.

1). Kualitas Pelayanan Publik (Pelayanan Izin Penyelenggaraan Reklame).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa informan terkait dengan kualitas pelayanan publik (pelayanan Izin Penyelenggaraan Reklame) pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Pemerintah Daerah Kota Bandung melalui dimensi *tangibles/* bukti langsung, *reliability/* keandalan, *responsiveness/* daya tanggap, *Assurance/* jaminan dan *emphaty/* empati.

Dari ke 5 (lima) dimensi tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan izin penyelenggaraan reklame di BPPT Pemerintah Daerah Kota Bandung dapat dikatakan belum optimal. Hal ini terbukti dari jawaban informan menyatakan rata-rata pada setiap pertanyaan yang diberikan peneliti menjawab cukup baik, bahkan ada beberapa informan menyatakan bahwa pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame dalam beberapa indikator masih kurang. Perbedaan jawaban para informan ini diakibatkan dengan banyaknya keterlibatan SKPD dalam izin penyelenggaraan reklame. Walaupun dengan adanya perbedaan jawaban tersebut tetap menunjukkan bahwa pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame cukup baik. Akan tetapi masih perlu ditingkatkan agar lebih berkualitas dan mampu memenuhi harapan, tuntutan dan kebutuhan masyarakat pengguna layanan secara umum. Apabila melihat hasil data primer yang diperoleh dari beberapa

informan maka terlihat bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam izin penyelenggaraan reklame harus lebih diberi penekanan ke 5 dimensi tersebut yaitu *tangibles*/ bukti langsung, *reliability*/ keandalan, *responsiveness*/ daya tanggap, *Assurance*/ jaminan dan *emphaty*/ empati.

a. *Tangibles*/ bukti langsung

Aspek pertama yang perlu diberi penekanan adalah aspek *tangibles*/ bukti langsung. Aspek ini berkaitan dengan ruang pelayanan izin penyelenggaraan reklame, peralatan dan perlengkapan kerja, sarana informasi. Dalam hal ini diperlukan adanya ruang pelayanan yang memadai dalam hal ini dibutuhkan ruang pelayanan yang terpisah dari setiap clasternya yang disediakan oleh BPPT yang selama ini dari setiap claster masih berada dalam 1 ruangan besar yang tentunya dapat mengganggu proses pelayanan. Peralatan dan Perlengkapan kerja yang memadai serta sarana informasi yang memadai sehingga tercipta rasa aman dan nyaman serta keinginan masyarakat dapat terpenuhi dan terlayani secara cepat. Terlebih pada aspek peralatan dan perlengkapan dibutuhkan peralatan dan perlengkapan yang dapat menunjang terhadap sistem berbasis *online* dalam pemberian pelayanan tersebut, mengingat masih adanya keluhan dari informan perihal komputer dan sarana *wifi* tidak memadai untuk mendukung sistem berbasis *online* sehingga akan berdampak kepada proses pelayanan.

Dalam hal sarana atau media informasi juga harus lebih ditingkatkan untuk dapat membangun komunikasi yang lebih baik dan untuk tersampainya informasi yang lebih tepat dan akurat selain melalui iklan, website, yang bisa diakses oleh kalangan tertentu diharapkan pemerintah dapat memfasilitasi sarana atau media informasi baik melalui media elektronik maupun melalui media cetak bahkan harus didukung dengan menggunakan alat peraga sarana informasi misalnya seperti brosur, spanduk, poster, stiker, pamflet dan dalam bentuk lain yang sekiranya informasi lebih mudah diserap oleh

masyarakat pengguna pelayanan, mengingat tidak semua masyarakat pengguna layanan dapat mengakses internet sebagai sumber informasi, sehingga inti dari informasi itu tersampaikan dengan baik. Dengan terserapnya informasi oleh masyarakat pengguna layanan secara mudah, cepat, tepat dan akurat maka syarat-syarat pelayanan dalam proses pelayanan izin penyelenggaraan reklame dapat diterapkan yakni pelayanan dapat dilakukan secara mudah, cepat dan berkualitas.

b. *Reliability/ Keandalan*

Aspek ke dua yang diberi penekanan adalah aspek *reliability/ keandalan*. Aspek ini berkaitan dengan keberadaan dan kesiapan pegawai di tempat-tempat pelayanan dalam memberikan pelayanan izin penyelenggaraan reklame, sehingga masyarakat yang membutuhkan pelayanan bisa langsung dilayani. Selain itu berkaitan dengan kreativitas pegawai dalam memberikan pelayanan, keihklasan pegawai dalam memberikan pelayanan, tepat waktu dalam memproses izin penyelenggaraan reklame.

Dalam rangka merangsang dan menumbuhkan kreativitas pegawai sebagai pelaksana pelayanan maka pendekatan yang legalistik formal perlu ditingkatkan dengan pendekatan-pendekatan yang lebih berorientasi kepada kepuasan pengguna layanan. Untuk itu diperlukan kebebasan dan otonomi yang cukup kepada setiap pegawai sebagai pelaksana pelayanan, sehingga para aparat pelaksana dapat mengembangkan kreatifitas untuk mencari dan mengembangkan cara-cara kerja baru yang lebih mampu memuaskan harapan dan tuntutan dari penggunaan layanan bukan sekedar hanya menjalankan tugas pokok dan fungsinya saja. Kreatifitas dengan cara mengembangkan cara-cara kerja baru dalam organisasi pemerintahan itu hal yang sangat penting, karena dengan mengembangkan cara-cara kerja baru termasuk dalam konsep pelayanan ini akan menciptakan inovasi-inovasi dalam sistem pemerintahan ketika menjalankan roda pemerintahan. Inovasi sangat dibutuhkan karena dengan inovasi dapat melakukan pembaharuan dan

bahkan dapat menemukan sesuatu yang baru yang dapat dijadikan sebuah ciri dari organisasi pemerintahan termasuk ciri di dalam memberikan pelayanan dalam penyelenggaraan izin reklame.

Selain itu juga untuk merangsang dan memotivasi keikhlasan dalam memberikan layanan dan ketepatan waktu dalam memproses pelayanan maka diperlukan adanya kesadaran yang tinggi dari pihak aparat, bahwa hal itu sudah merupakan suatu tugas dan tanggungjawabnya untuk dapat memberikan pelayanan yang baik serta tepat waktu kepada masyarakat pengguna pelayanan yang akhirnya pengguna layanan merasa terlayani dan terealisasinya penerapan pelayanan yang unggul salah satu cirinya yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat dan berkualitas. Tanpa adanya keikhlasan dari pelaksana pelayanan dalam proses pemberian pelayanan maka akan memungkinkan terciptanya pelanggaran dalam proses pelayanan yang akan menodai terhadap kualitas pelayanan tersebut.

c. *Responsiveness/ daya tanggap.*

Aspek ketiga yang perlu mendapat penekanan perhatian adalah *responsiveness/ daya tanggap*. Dalam hal ini berkaitan dengan ketanggapan pegawai sebagai pelaksana dari pelayanan terhadap kesulitan, keinginan dan masalah masyarakat pengguna layanan. Pihak aparat sebagai pelaksana pelayanan perlu cepat tanggap dan peka serta adanya rasa peduli terhadap pengguna layanan, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh masyarakat pengguna layanan, dalam hal ini juga perlu mengadakan pendekatan dengan pihak pengguna layanan, dalam hal ini bahwa pengguna layanan jangan pernah dianggap beban akan tetapi bahwa masyarakat pengguna layanan dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame dianggap merupakan suatu potensi bagi Pemerintah Daerah Kota Bandung dan dapat diyakini bahwa kegiatan penyelenggaraan reklame ini dapat meningkatkan sumber Pendapatan Asli Daerah melalui pajak reklame, sehingga dengan dijadikannya pengguna layanan sebagai potensi bagi pemerintah daerah sehingga

akan tercipta suasana yang harmonis antara pihak aparat sebagai pemberi pelayanan dengan masyarakat sebagai pengguna pelayanan dan nantinya pihak aparat dan pengguna layanan adanya saling pengertian dan saling memahami satu sama lain sehingga permasalahan dalam penyelenggaraan reklame akan teratasi dengan baik. Dengan teratasinya kegiatan penyelenggaraan reklame yang baik ini akan dapat meminimalisir pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame dan ini akan menciptakan kota menjadi tertib, kota menjadi indah dan tata kota sesuai dengan rencana Tata Ruang dan Tata Wilayah Kota Bandung.

d. Assurance/ jaminan.

Aspek ke empat yang perlu mendapat penekanan perhatian adalah *assurance/ jaminan*. Dalam hal ini berkaitan dengan kejelasan informasi, kesederhanaan prosedur, kepastian waktu dan biaya pelayanan serta adanya kepastian hukum. Diharapkan tercipta rasa aman, nyaman dalam mengurus pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Yang terjadi selama ini pengguna layanan seringkali merasa tidak nyaman di awal melakukan proses pelayanan karena keterbatasan informasi yang dimiliki oleh pengguna layanan, sementara pengguna layanan untuk mencari informasi awal merasa kesulitan karena petugas di BPPT sangat terbatas dalam hal ini hanya tersedia 1 *scurity* yang harus melayani pengguna layanan dari setiap jenis pelayanan yang ada di BPPT sehingga pengguna layanan belum cukup informasi petugas dari BPPT sudah harus melayani pengguna layanan yang lainnya. Dengan minimnya informasi awal ini banyak dari pengguna layanan yang merasa kebingungan dan akhirnya merasa tidak terlayani sepenuhnya dengan baik.

Begitu juga dengan adanya proses pembuatan pelayanan perizinan yang cukup lama dan dengan adanya simpang siur masalah biaya pelayanan dan untuk menghindari adanya pemalsuan perizinan dan pemungutan liar dengan tarif yang mahal maka diharapkan dengan adanya kepastian biaya dan kepastian waktu serta kepastian hukum

dalam proses pelayanan penyelenggaraan reklame diharapkan proses pelayan berjalan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Pengguna layanan seringkali tidak mengetahui izin pelayanan itu kapan selesai padahal waktu sudah ditentukan akan tetapi dalam realitanya masih terjadi keterlambatan dalam proses pelayanan.

Disamping itu prosedur pelayanan yang dialami oleh pengguna layanan, dengan kurangnya sosialisasi dari pihak aparat sebagai pelaksana layanan tentang kebijakan penyelenggaraan reklame salah satunya misalnya adalah standar operasional prosedur sehingga masyarakat tidak mengetahui prosedur pelayanan tersebut, tidak memahaminya Peraturan Daerah yang mengatur penyelenggaraan reklame. Oleh karena itu pihak aparat pelaksana pelayanan harus dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi dan harus bersifat rutin untuk mensosialisasikan kebijakan atau aturan-aturan yang mengatur kegiatan reklame tersebut, sehingga dengan adanya sosialisasi dari pihak aparat pemerintah informasi akan terserap oleh pengguna layanan secara baik. Dengan adanya informasi yang terserap dengan baik otomatis masyarakat pengguna pelayanan akan mengetahui dan memahami isi dari kebijakan penyelenggaraan reklame. Begitu juga dengan standar operasional prosedur perlu di buat yang sederhana dan mudah dipahami sehingga akan membantu terhadap proses pelayanan yang lebih mudah, cepat, tepat dan berkualitas.

e. *Emphaty*/ empati

Aspek ke lima yang perlu mendapat penekanan adalah aspek *emphaty*/ empati. Aspek ini berkaitan dengan perhatian pegawai dan kesabaran aparat dalam menjalankan proses penyelenggaraan pemerintahan. Diperlukan adanya perhatian besar dari aparat pemerintah sebagai pelaksana pelayanan kepada masyarakat sebagai pengguna pelayanan, karena masyarakat sendiri akan merasa lebih diperhatikan dan akan merasa diberi pelayanan yang baik serta perlu adanya kesabaran yang tinggi dari pihak aparat untuk memberikan

pelayanan yang baik, hal ini adalah sudah merupakan kewajiban utama dari pemerintah sebagai bentuk implementasi atau perwujudan implementasi dari fungsi hakiki pemerintahan yaitu fungsi pelayanan, fungsi pembangunan dan fungsi pemberdayaan masyarakat.

Belum optimalnya kualitas pelayanan publik dalam penyelenggaraan izin reklame di Kota Bandung, temuan hasil penelitian yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif menunjukkan bahwa faktor penyebabnya adalah disebabkan **oleh faktor komunikasi birokrasi**, dalam hal ini belum belum terbangunnya komunikasi birokrasi yang baik atau dapat dikatakan masih rendahnya komunikasi birokrasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak, baik pihak pemerintah sebagai pelaksana pelayanan maupun masyarakat sebagai pengguna pelayanan.

Hal ini terlihat dari masih kurangnya pemahaman terhadap peraturan yang ada yang mengatur tentang pelayanan izin penyelenggaraan reklame, kurangnya sosialisasi terhadap prosedur dan mekanisme pelayanan sehingga volume penyebaran informasi kurang, informasi kurang terserap dengan baik oleh pengguna layanan, kejelasan dan kepastian informasi juga masih kurang. Begitu juga minimnya media informasi dan sarana komunikasi baik melalui media elektronik maupun media cetak terkait informasi prosedur dan mekanisme pelayanan serta kurangnya volume penyebaran informasi pelayanan izin penyelenggaraan reklame sehingga informasi tidak dapat terserap dengan baik dan ditunjukkan dengan beberapa hal lain yang mengarah terhadap kurang komunikasi birokrasi antara pelaksanaan pelayanan dengan pengguna pelayanan sehingga tidak terbangun komunikasi birokrasi dengan baik.

Selanjutnya hasil penelitian kualitatif ini peneliti **verifikasi** melalui penelitian **pendekatan kuantitatif** untuk mengetahui berapa besar pengaruh faktor komunikasi birokrasi terhadap kualitas pelayanan publik dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame di Kota

Bandung. Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa hasil uji signifikansi pada model struktural menunjukkan bahwa koefisien jalur dari Komunikasi Birokrasi (KOMB) terhadap Kualitas Pelayanan Publik (KUPP) teruji secara signifikan ($|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel} = 1,96$). Berdasarkan hasil uji signifikansi tersebut beserta temuan tentang dominannya pengaruh dari Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik ($R^2 = 58,1\%$) dapat disimpulkan bahwa **Komunikasi Birokrasi merupakan faktor dominan yang berpengaruh positif** secara signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Publik dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Pemda Kota Bandung. (Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 5.29. Koefisien Jalur dan Uji Signifikansinya pada halaman 410 serta dapat dilihat pada gambar 5.10. Diagram Model Struktural Pengaruh Antar Variabel dan Uji Signifikansinya pada halaman 409).

Oleh karena itu upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dalam penyelenggaraan izin reklame dengan cara membangun dan meningkatkan komunikasi birokrasi antara aparatur pemerintah sebagai pelaksana pelayanan dengan masyarakat sebagai pengguna pelayanan sangatlah diperlukan untuk memperoleh hasil pelayanan yang berkualitas.

Tujuan dari komunikasi birokrasi ini adalah dapat menjembatani jurang pemisah yang terjadi dalam organisasi pemerintahan antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan sehingga keuntungan dari membangun komunikasi birokrasi dengan baik adalah proses dapat berjalan dengan baik sesuai dengan harapan secara cepat dan tepat dapat diselesaikan, serta dapat mencapai tujuan/ sasaran dari organisasi pemerintah tersebut yakni terjalin komunikasi birokrasi sehingga dapat membangun interaksi diantara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan yang nantinya dapat terwujud proses pelayanan yang berkualitas.

Strategi pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan yang selama ini lebih berorientasi pada target dan tanggungjawab formal, sedikit banyak telah mempengaruhi kualitas pelaksanaan tugas dan fungsi pemerintahan, termasuk dalam fungsi pelayanan umum. Akibatnya pelaksanaan pelayanan selama ini kurang menekankan kepada upaya untuk memuaskan masyarakat sebagai pengguna layanan, akan tetapi lebih menekankan untuk mencapai target dan secara formal dapat dipertanggungjawabkan. Namun dengan terbangunnya komunikasi yang baik antara pelaksana pelayanan dengan pengguna pelayanan dapat diyakini membawa dampak positif terhadap pelayanan publik, dalam hal ini dapat menciptakan pelayanan publik yang berkualitas khususnya pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung.

2). Kualitas Komunikasi Birokrasi

Berdasarkan kepada hasil wawancara dengan beberapa informan terhadap kualitas komunikasi birokrasi melalui 5 dimensi yakni : Kualitas komunikator, proses penyampaian informasi, sarana atau media, informasi yang disampaikan dan suasana komunikasi.

Dari ke 5 (lima) dimensi tersebut dapat dikatakan masih kurangnya komunikasi antara aparatur pemerintah sebagai pelaksana pelayanan dengan masyarakat sebagai pengguna pelayanan. Oleh karena itu komunikasi masih perlu ditingkatkan dan komunikasi perlu dibangun antara pelaksana pelayanan dengan pengguna layanan agar lebih memuaskan dan mampu memenuhi harapan dan keinginan dari pengguna layanan. Apabil melihat data hasil penelitian maka terlihat bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame perlu penerapan komunikasi birokrasi atau perlu membangun komunikasi birokrasi antara penyedia layanan dengan pengguna layanan. Dengan demikian dalam upaya penerapan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik (pelayanan izin reklame) harus lebih diberi penekanan kepada 5 dimensi dari kualitas

komunikasi birokrasi tersebut yaitu : Kualitas komunikator, proses penyampaian informasi, sarana atau media, informasi yang disampaikan serta suasana komunikasi.

a. Kualitas Komunikator

Aspek pertama yang perlu diberi penekanan adalah aspek kualitas komunikator. Aspek ini berkaitan dengan pemahaman pegawai terhadap peraturan, ketentuan dan informasi izin penyelenggaraan reklame, tingkat kemampuan pegawai dalam menyampaikan pikiran, ide dan gagasan, tingkat kemampuan pegawai dalam menyerap atau memahami keinginan masyarakat, tingkat kemampuan pegawai dalam menjawab persoalan dan tingkat kemampuan pegawai dalam hal mendapat kepercayaan dari pengguna layanan.

Kemampuan merupakan syarat mutlak bagi setiap orang termasuk bagi aparatur Pemerintah Kota Bandung dalam proses pelayanan, baik itu kemampuan dalam pemahaman terhadap suatu aturan. Karena aturan merupakan sebuah kebijakan yang harus dilaksanakan. Pemahaman terhadap suatu aturan ini akan dapat meminimalisir terjadinya penyimpangan atau pelanggaran dalam menjalankan tugas dan sebaliknya apabila pemahaman terhadap suatu aturan kurang maka akan menimbulkan potensi terjadinya pelanggaran. Untuk itu pemahaman terhadap suatu aturan perlu ditingkatkan dan aturan itu bukan hanya dipahami dan dilaksanakan oleh pegawainya saja akan tetapi harus disosialisasikan kepada pengguna layanan agar terselenggaranya kegiatan reklame yang baik dan dalam hal ini juga dapat membangun komunikasi dan berinteraksi dengan pengguna layanan.

Begitu juga kemampuan dalam menyampaikan ide/ gagasan sangat diperlukan karena kalau tidak mempunyai kemampuan dalam menyampaikan ide/ gagasan, ini akan terjadi kesalah pahaman yang nantinya akan menimbulkan permasalahan yang terjadi. Ide atau gagasan merupakan bentuk inovasi seseorang yang mempunyai peran

besar terhadap kemajuan suatu daerah, maka ide dan gagasan baru itu sangat diperlukan. Selain itu kemampuan untuk memahami keinginan pengguna layanan juga sangat diperlukan. Intinya dalam hal ini pegawai harus mempunyai kemampuan dalam berbagai aspek termasuk harus mempunyai kemampuan untuk memperoleh kepercayaan dari pengguna layanan. Untuk itu semua tidak mudah tentunya untuk meningkatkan kemampuan yang dimiliki oleh pegawai kiranya pemerintah harus memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengikuti pelatihan-pelatihan baik pelatihan yang sifatnya untuk memperbaiki kinerja maupun pelatihan yang sifatnya mendukung dalam menjalankan tugas, pokok dan fungsinya. Misalnya juga perlu difasilitasi hal-hal yang terkait dengan peningkatan kualitas kepemimpinan pegawai. Pegawai dengan memiliki kepemimpinan yang bagus yang diimbangi dengan kemampuan maka akan dapat mempercepat proses pelayanan dan dengan memberikan pelayanan yang baik ini juga akan dapat membangun komunikasi dengan baik dengan para pengguna layanan karena terjadi komunikasi yang baik sehingga kepercayaan dari pengguna layanan juga akan meningkat.

b. Informasi yang disampaikan

Informasi merupakan sarana yang penting dalam proses pelayanan termasuk dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Dengan adanya Informasi yang benar maka akan membawa dampak positif dan dapat membantu proses pelayanan lebih cepat, dalam hal ini pegawai harus mampu memberikan informasi yang benar yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan terkait dengan pelayanan izin penyelenggaraan reklame. Aspek-aspek toleransi terhadap pelanggaran yang terjadi pada aturan/ regulasi/ kebijakan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame harus dihindari, sehingga dalam hal ini diperlukan kebenaran dalam penyampaian informasi tersebut baik kebenaran informasi terkait dengan aturan/ kebijakan, kebenaran tentang syarat pelayanan izin penyelenggaraan reklame, kebenaran

informasi tentang mekanisme pelayanan, kebenaran tentang waktu dan biaya pelayanan dan sebagainya.

Begitu juga tentang keterkaitan antara informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna layanan. Dalam hal ini pegawai harus dapat menyampaikan informasi yang benar-benar relevan. Informasi yang disampaikan ini dengan harapan dapat membantu proses pelayanan yang lebih cepat. Dengan demikian informasi yang disampaikan dapat terserap dengan baik oleh pengguna layanan sehingga tidak terjadi salah pengertian.

c. Sarana komunikasi atau Media

Media merupakan suatu alat bantu yang dijadikan sarana untuk membangun komunikasi dua arah. Media ini banyak macamnya, seperti saluran telepon, media cetak (brosur, stiker, poster, spanduk dan lain-lain), media elektronik (televisi, radio dan sebagainya), bahkan termasuk media sosial saat ini yang sedang marak yang lebih banyak dilakukan oleh semua pihak. Dengan adanya berbagai media ini diharapkan dapat menjembatani dua arah tersebut. Media juga diharapkan dapat menyampaikan pesan kepada pihak lain. Penggunaan media saat ini sudah banyak dilakukan artinya adalah bahwa media diyakini merupakan sarana yang paling tepat untuk menyampaikan informasi.

Dalam kaitannya dengan pelayanan izin penyelenggaraan reklame di BPPT Kota Bandung belum banyak menggunakan media baik itu media cetak maupun media elektronik. Misalnya saja minimnya informasi yang disampaikan lewat brosur, tidak adanya poster, stiker untuk menyampaikan informasi, minimnya penggunaan telepon untuk menyampaikan informasi. BPPT memang sudah menyampaikan informasi layanan lewat website BPPT akan tetapi dalam hal ini permasalahan timbul yakni pengguna layanan masih banyak yang belum dapat mengoperasikan internet. Untuk itu pemanfaatan media dalam bentuk lainya seperti brosur, poster,

spanduk, stiker dan yang lainnya perlu ditingkatkan dan begitu juga perlunya peningkatan volume penyuluhan terkait dengan informasi pelayanan.

d. Penyampaian informasi

Informasi yang jelas dapat membantu proses pelayanan dengan cepat begitu juga dengan informasi yang cukup ini akan mempermudah proses pelayanan karena unsur yang terlibat dalam proses pelayanan sudah memahami ketentuan, mekanisme dan unsur lain yang terkait dengan proses pelayanan tersebut. Untuk itu kejelasan dan kecukupan informasi sangat dibutuhkan karena ini juga secara tidak langsung terjadinya interaksi dari pihak-pihak terkait yang tentunya bisa membangun komunikasi dengan baik. Untuk kejelasan informasi ini perlu diawali dengan adanya pemahaman yang baik.

Selain kejelasan informasi yang diberikan kepada pengguna layanan, kepastian informasi dalam pelayanan pun perlu disampaikan. Kepastian informasi ini terkait dengan waktu, biaya pelayanan, tatacara pelayanan, syarat pelayanan dan lain sebagainya. Dalam hal ini pengguna layanan harus benar-benar memahaminya. Tentunya pemahaman terhadap kepastian waktu dan kepastian biaya, tatacara pelayanan, syarat pelayanan ini sebelumnya perlu adanya penyampaian informasi dari pelaksana pelayanan. Penyampaian informasi ini volumenya perlu ditingkatkan dan harus bersifat rutin, dengan adanya kegiatan sosialisasi yang rutin maka kejelasan dan kepastian informasi akan tersampaikan dengan baik dan masyarakat akan dapat menyerap informasi dengan baik juga sehingga kegiatan pelayanan akan berkualitas.

Berkualitasnya sebuah pelayanan ini juga harus didukung oleh adanya konsistensi/ keajegan dalam penyampaian informasi. Penyampaian informasi jangan dilakukan secara tidak konsisten karena akan menimbulkan kesulitan pemahaman bagi para pengguna layanan dan dalam hal ini dengan tidak konsistennya dalam penyampaian

informasi maka akan berpengaruh kepada kualitas pelayanan. Untuk tetap menjaga konsistensi penyampaian informasi tatacara pelayanan maka penyampaian informasi itu harus dilakukan oleh pegawai yang benar-benar memahami terhadap hal tersebut.

e. Suasana Komunikasi

Komunikasi merupakan proses terjadinya interaksi antara dua belah pihak atau lebih. Suasana komunikasi dapat mempengaruhi terhadap baik buruknya interaksi. Suasana komunikasi juga dapat membangun baik buruknya komunikasi yang terjadi. Beberapa faktor yang dapat menciptakan suasana komunikasi antara lain adanya transparansi dari pelaku komunikasi, kejujuran, keakraban antara pelaksana dan pengguna layanan serta adanya keadilan dari pelaksana layanan. Faktor ini semua dapat mempengaruhi terjadinya suasana komunikasi yang baik apabila diterapkan dan sebaliknya akan membuat suasana komunikasi yang kurang baik apabila hal tersebut tidak diterapkannya.

Transparansi terhadap waktu, biaya dan tatacara dalam proses pelayanan sangat diperlukan untuk menghindari adanya penyimpangan dalam sebuah proses pelayanan, dalam hal ini perlu juga adanya kejujuran dari pelaksana pelayanan terutama dalam masalah waktu dan biaya pelayanan untuk menghindari adanya pungutan di luar ketentuan yang telah ditentukan dan untuk menghindari keterlambatan dalam memproses layanan tersebut. Kejujuran merupakan sifat seseorang yang saat ini sudah sulit ditemukan. Kejujuran pegawai ini akan membawa dampak positif terhadap proses pelayanan dan akan menimbulkan suasana keakraban antara dua belah pihak, akan tetapi sebaliknya apabila didasari dengan ketidakjujuran dalam melaksanakan tugas pokoknya maka kepercayaan dari pengguna layanan tidak akan terwujud dan tidak akan terbangun komunikasi yang baik. Untuk itu untuk membangun komunikasi yang baik, untuk dapat menciptakan kualitas dalam pelayanan khususnya pelayanan izin reklame

dibutuhkan adanya sifat transparansi dari pegawai, diperlukan adanya kejujuran dari pegawai, perlu membangun harmonisasi antara pegawai dengan pengguna layanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas komunikasi dapat ditentukan oleh kualitas komunikator dengan cara mempunyai kemampuan dalam berbagai aspek, kebenaran, ketepatan informasi yang disampaikan, sarana komunikasi yang memadai, penyampaian informasi yang jelas, cukup, pasti serta volume penyebaran informasi serta perlu menerapkan prinsip transparansi dan keadilan.

3). Pengaruh Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif, hasil uji pengaruh Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik menunjukkan bahwa Komunikasi Birokrasi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Publik. Arah pengaruh Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik adalah positif. Hal ini berarti bahwa Komunikasi Birokrasi yang lebih baik mempunyai kecenderungan untuk mendorong Kualitas Pelayanan Publik yang lebih tinggi. Derajat pengaruh Komunikasi Birokrasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik tergolong kuat dengan pengaruh sebesar 58,1% (>50%). Temuan ini membuktikan bahwa Komunikasi Birokrasi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik.

Temuan lain dari penelitian ini adalah karakteristik dari Komunikasi Birokrasi dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. Berdasarkan analisis karakteristiknya, Sarana Komunikasi merupakan karakteristik dominan dari Komunikasi Birokrasi dengan koefisien pengukuran sebesar $\lambda_3 = 0,803$; setelah itu Penyampaian Informasi ($\lambda_4 = 0,797$); Suasana Komunikasi ($\lambda_5 = 0,572$); Informasi yang Disampaikan ($\lambda_2 = 0,512$); dan Kualitas Komunikator ($\lambda_1 = 0,507$). Sedangkan Daya Tanggap merupakan karakteristik dominan dari

Kualitas Pelayanan Publik dengan koefisien pengukuran sebesar $\lambda_8 = 0,916$; setelah itu Jaminan ($\lambda_9 = 0,755$); Keandalan ($\lambda_7 = 0,733$); Empati ($\lambda_{10} = 0,706$); dan Bukti Langsung ($\lambda_6 = 0,590$).

Hasil penelitian kuantitatif di atas menunjukkan bahwa penguatan komunikasi birokrasi; yang ditandai dengan makin membaiknya sarana komunikasi, penyampaian informasi, suasana komunikasi, informasi yang disampaikan, dan kualitas komunikator; akan meningkatkan kualitas pelayanan publik. Terungkap bahwa sarana komunikasi merupakan karakteristik yang dominan dari komunikasi birokrasi dan daya tanggap merupakan karakteristik dominan dari kualitas pelayanan publik. Sebagai implikasi teoritis, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi birokrasi merupakan determinan dominan bagi kualitas pelayanan publik. Sebagai implikasi praktis, temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik dalam pelayanan izin penyelenggaraan reklame pada BPPT Pemda Kota Bandung secara strategik dapat ditingkatkan melalui perbaikan komunikasi birokrasi dengan prioritas perbaikan pada sarana komunikasi, penyampaian informasi, suasana komunikasi, informasi yang disampaikan, dan kualitas komunikator. Sesuai karakteristiknya, upaya peningkatan kualitas pelayanan publik juga perlu diprioritaskan pada perbaikan daya tanggap, jaminan, keandalan, empati, dan bukti langsung.

Atas dasar hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa temuan hasil penelitian menemukan bahwa faktor “**Komunikasi Birokrasi**” merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Faktor Komunikasi Birokrasi ini merupakan temuan hasil penelitian peneliti yang membedakan dengan temuan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti lain sebelumnya bahwa berbagai faktor penyebab belum optimalnya pelayanan publik tersebut.

Dengan ditemukannya faktor “Komunikasi Birokrasi” sebagai faktor dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame tidak terlepas dengan teori yang peneliti gunakan sebagai tolak ukur atau indikator untuk mengetahui faktor penyebab belum berkualitasnya pelayanan dalam izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung yakni dengan menggunakan teori kualitas pelayanan publik dari Zeithaml, Parasuraman dan Berry yang dikenal dengan teori TERRA melalui dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Teori ini digunakan dengan beberapa pertimbangan yaitu :

1. Dilihat dari sisi pendekatan pelayanan publik dari Zeithaml, Parasuraman dan Bery tersebut terlihat sangat *inherent* (melekat) dengan pelayanan yang diberikan oleh sektor publik khususnya Pemerintah Daerah termasuk Pemerintah Kota Bandung.
2. Esensi teori Zeithaml, Parasuraman dan Bery lebih terfokus pada pelayanan publik yang diberikan oleh Pemerintah Daerah Kota Bandung
3. Fenomena pelayanan publik pada pemerintahan Kota Bandung ada kecenderungan masih lamban, in-efisiensi, berbelit-belit bahkan kadang-kadang bersifat *unpredictable*. Oleh karena itu dalam rangka untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan publik di Pemerintah Kota Bandung dibutuhkan pergeseran pola pikir dalam mengubah paradigma pelayanan publik pada sektor pemerintahan dalam hal ini penyelenggaraan pelayanan perizinan yang selama ini berbasis *online* dianggap masih kurang optimal dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat diubah melalui membangun komunikasi birokrasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

Melalui dimensi kualitas pelayanan publik ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan parameter kualitas pelayanan publik melalui 5 dimensi (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) yang dijabarkan ke dalam 18 indikator menunjukkan bahwa faktor penyebabnya adalah disebabkan **oleh faktor komunikasi birokrasi**. Ini terlihat dari hasil penelitian yang menggambarkan bahwa

dimensi *tangibles* ditandai dengan masih minimnya informasi awal dalam proses pelayanan yang disampaikan oleh pelaksana, kurangnya sosialisasi proses pelayanan apalagi sosialisasi proses pelayanan yang bersifat online, kurangnya kejelasan informasi yang disampaikan sehingga tidak terbangun komunikasi yang baik, terbatasnya peralatan dan perlengkapan yang dimiliki khususnya oleh Satpol PP dan keterbatasan media informasi baik cetak maupun elektronik sehingga kejelasan, kepastian informasi kurang terserap dengan baik ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun lemah.

Untuk dimensi *Reliability* menunjukkan adanya keterbatasan SDM baik secara kuantitas dan kualitas khususnya pada Satpol PP sehingga ini mengganggu proses penyelenggaraan reklame, dengan adanya SDM yang memadai diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik, lemahnya mental oknum aparatur memalsukan surat izin sehingga menurunnya citra aparat dan kepercayaan masyarakat, sulit membangun komunikasi dan sulit membentuk sinergisitas antara pelaksana dan pengguna layanan, hal ini terlihat dari lemahnya koordinasi antar instansi terkait. Lemahnya pemahaman terhadap peraturan dan kurang kemampuan dalam menjawab persoalan pengguna layanan sehingga relatif memakan waktu yang lebih lama, seandainya terjadi komunikasi yang intensif antara pelaksana dan pengguna layanan tidak akan terjadi demikian. Hal lain terlihat dari belum bisa menciptakan suasana keakraban/ keharmonisan sehingga menimbulkan tidak bisa membangun komunikasi yang baik. Minimnya informasi yang disampaikan sehingga kejelasan informasi, kepastian informasi kurang diserap dengan baik oleh pengguna layanan, informasi sering berubah cenderung tidak konsisten, tidak membangun komunikasi yang optimal ditandai dengan minimnya sosialisasi atau volume penyebaran informasi masih dirasakan sangat kurang.

Pada dimensi *Responsiveness* terlihat dari kurang memiliki kemampuan dalam menyelesaikan persoalan pengguna layanan, masih

banyak aparat yang belum memahami peraturan, kurang memahaminya besaran dana/ biaya pelayanan, aparat belum bisa memenuhi sepenuhnya keinginan masyarakat ini menandakan bahwa lemahnya komunikasi yang dilakukan, dapat dipahami apabila terjadi komunikasi yang baik antara pelaksana dan pengguna layanan maka hal tersebut tidak akan terjadi karena setiap persoalan pasti ada solusinya

Pada dimensi *Assurance* juga masih menunjukkan bahwa lemahnya sosialisasi atau volume penyebaran informasi, kejelasan informasi, kebenaran informasi, kepastian informasi, media sarana, alat peraga informasi tentang jaminan dari kepastian biaya, waktu, proses dan mekanisme pelayanan hal ini menunjukkan bahwa komunikasi belum dilakukan secara baik atau komunikasi belum dibangun secara optimal.

Dimensi *emphaty* menunjukkan bahwa kemudahan berkomunikasi atau berinteraksi masih kurang ini ditandai dengan jarangya komunikasi yang dilakukan sehingga tidak membangun keakraban dan keharmonisan antara pelaksana dan pengguna layanan sehingga mengakibatkan informasi kurang terserap dengan baik dan diperlemah oleh sarana media informasi dan komunikasi masih belum memadai.

Atas dasar temuan tersebut yang menunjukkan bahwa tercapainya kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh faktor komunikasi maka peneliti berupaya mengkomunikasikan dengan teori faktor-faktor efektivitas Komunikasi dari Yuwono melalui dimensi kualitas komunikator, informasi yang disampaikan, sarana komunikasi atau media, Penyampaian Informasi dan suasana komunikasi. Terbukti hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor komunikasi birokrasi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Komunikasi birokrasi dikatakan sebagai faktor yang dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan publik karena faktor komunikasi

birokrasi hasilnya di atas 50 % yakni sebesar 58,1 %, sekalipun ada faktor lain yang dapat menyebabkan belum optimalnya pelayanan izin penyelenggaraan reklame di Kota Bandung dipastikan akan berada di bawah 50 %.

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa temuan hasil penelitian peneliti **mendukung** dan **memperkuat** terhadap teori kualitas pelayanan publik yaitu teori TERRA dari Zeithaml, Parasuraman dan Berry serta **mendukung** dan **memperkuat** terhadap teori faktor-faktor efektivitas komunikasi dari Yuwono.