

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebelum tahun 2008, Penanaman Modal merupakan salah satu bidang pada Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Sumatera Selatan. Dalam Pasal 7 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah, Dinas Daerah merupakan unsur pelaksana otonomi daerah yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan. Oleh karena itulah Bidang Penanaman Modal dipisahkan dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Sumatera Selatan menjadi Badan Penanaman Modal Daerah (BPMD).¹

Pelayanan publik menjadi bidang utama dalam mengembangkan berbagai potensi sumber daya yang dimiliki. Pemerintah melalui Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah memberikan wewenang kepada daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri pembangunan daerahnya sebagai wujud upaya percepatan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan dan daya saing daerah. Untuk memperkuat upaya tersebut, pemerintah mengeluarkan Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal sebagai dukungan agar

¹<http://dpmptsp.sumselprov.go.id/dpmptspsumsel/website/index.php>. diakses pada tanggal 08 Maret 2019, pukul 20.15.

potensi ekonomi daerah dapat diolah dengan lebih serius melalui peningkatan penanaman modal baik yang berasal dari dalam negeri maupun asing.

Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 membagi urusan pemerintah pusat dan daerah yang salah satunya mengenai penanaman modal. Dalam suatu pemerintahan tidak akan mencapai suatu tujuan jika tidak memiliki strategi yang baik dalam melaksanakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan pemerintahan. Semua lembaga atau instansi yang ingin mencapai sebuah visi dan misi, harus bisa menciptakan sebuah mutu pelayanan yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga ataupun instansi yang berwenang. Kepercayaan dapat terwujud serta didapat jika pelayanan yang diberikan pemerintah sesuai dengan harapan masyarakat luas.

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena keyakinan merupakan suatu sikap, maka keyakinan seseorang tidak selalu benar atau keyakinan semata bukanlah jaminan kebenaran. Kepercayaan adalah suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap premis benar. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dipercaya dari pada yang kurang dipercaya.

Kepercayaan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam sebuah lembaga pelayanan publik, dimana kepercayaan dapat mempengaruhi masyarakat luas. Dengan adanya kepercayaan yang baik dapat mempengaruhi penanam modal untuk mengambil keputusan untuk melakukan hubungan baik dalam menciptakan

perubahan perekonomian masyarakat. Kepercayaan merupakan aspek yang paling utama dan paling penting dalam membangun sebuah komitmen serta sebuah janji yang di realisasikan jika kedepannya nanti.

Kepercayaan adalah faktor yang sangat diperlukan dalam mengatasi berbagai kritis serta kesulitan diantara rekan bisnis, bukan hanya itu saja kepercayaan juga merupakan aset yang sangat penting dalam mengembangkan suatu hubungan jangka panjang di dalam sebuah lembaga atau instansi. Apabila masyarakat telah mempercayai sebuah instansi maka dengan mudah lembaga pemerintah mempengaruhi masyarakat luas untuk melakukan kegiatan yang mengarah peningkatan perekonomian masyarakat dalam bidang investasi.

Kepercayaan penanam modal terhadap Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu sangat mempengaruhi keberlangsungan kegiatan perizinan di Kota Palembang. Oleh karena itu, DPMPTSP hendaknya menjamin kenyamanan dan memberikan kemudahan kepada publik atau masyarakat dalam mengurus berbagai perizinan. Dengan demikian masyarakat yang pernah mengurus perizinan akan merasa puas dengan jaminan tersebut. Hal ini tentunya dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat luas terhadap DPMPTSP dalam melakukan perizinan berbagai sektor perekonomian.

Sebagai komitmen pemerintah, secara bertahap Dinas Penanam Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM) memberikan penekanan terhadap perizinan investasi dan mempermudah pelayanan bagi masyarakat. Dengan adanya lembaga ini dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan perizinan dalam

berbagai sektor perekonomian, sehingga Dinas penanam Modal dan pelayanan terpadu satu pintu (DPM-PTSP) dipercaya publik untuk mengatur dan mengurus pembangunan daerah serta menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang penanaman modal dan PTSP.

Dalam sebuah instansi khususnya di lingkup pemerintahan harus memiliki pegawai yang ahli di bidangnya agar dapat menyelenggarakan program yang di buat salah satunya adalah Humas. Humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis. Selain itu sebagai sebuah kegiatan komunikasi, humas juga berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana kondusif antar berbagai *stake holders* instansi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun *image* atau citra dari instansi itu sendiri. Humas adalah kajian yang berkaitan dengan lembaga/organisasi dalam masyarakat yang bergerak melakukan pelayanannya kepada masyarakat. Pelayanan disini mengandung maksud untuk mempererat hubungan dengan masyarakat secara timbal balik, agar masyarakat diuntungkan dengan jasa-jasa yang ditawarkan lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dirinya.²

Bidang atau seseorang Humas Pemerintah mempunyai fungsi yang sangat penting bagi sebuah pemerintah yaitu membentuk citra suatu lembaga dan juga humas biasanya memiliki relasi yang luas.³ Salah satu fungsinya adalah mengiring

² Drs. Syahir Badruddin, M.Si, *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*, (Palembang: Noerfikri Offset, 2017), h. 1.

³Rudi Satria dan Herru Prasetya Widodo, *Strategi Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Sambas Dalam Meningkatkan Citra Kabupaten*, (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), h.8.

pandangan publik terhadap organisasi atau perusahaan yang mewakilinya untuk memperoleh identitas dan citra organisasi yang baik (*corporate identity and good image*). Citra disini merupakan salah satu aset penting bagi sebuah pemerintah yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang sangat penting untuk memperbaiki sikap kepuasan publik akan citra di sebuah pemerintahan. Karena citra di bangun pemerintah untuk meningkatkan pemerintah itu sendiri. Dengan adanya citra pemerintah mampu memberikan kontribusi yang baik kepada masyarakat.

Humas pemerintah Kota Palembang merupakan salah satu bagian yang mengemban fungsi sebagai pelaku dalam membangun citra positif di suatu pemerintahan. Citra positif bagi pemerintah kota Palembang sangatlah penting karena dengan citra positif akan lebih didukung oleh berbagai pihak yang menentukan keberhasilan pemerintahan Kota Palembang dalam menuju tujuan yang diinginkan. Humas perlu menyadari pentingnya citra bagi sebuah pemerintah karena dengan citra dapat berpengaruh positif bagi pemerintah yang dinilai oleh masyarakat atau publik.⁴

Dari studi lapangan awal, didapat hasil bahwa kepercayaan penanam modal pada Dinas penanam modal di Kota Palembang masih rendah. Hal itu dibuktikan dengan menurunnya jumlah penanam modal pada Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu sehingga menimbulkan dampak yang sangat mempengaruhi penurunan perekonomian masyarakat Kota Palembang. Penurunan

⁴*Ibid*, h.9.

tingkat penanam modal tersebut mengakibatkan perekonomian di Kota Palembang menurun drastis dari sebelumnya.

Dalam hal ini citra pemerintahan kota Palembang dinilai memiliki citra yang kurang baik dimata masyarakat. Penurunan tingkat penanam modal tersebut mengakibatkan perekonomian di Kota Palembang menurun drastis dari sebelumnya. Persepsi investor dalam menentukan pilihan untuk menanamkan modal menjadi menurun karena tidak adanya gerakan ataupun inovasi yang dapat membangkitkan perekonomian masyarakat kota Palembang. Sehingga banyak masyarakat yang enggan menanamkan modalnya kepada Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu (DPM-PTSP). Dalam perekonomian, investasi atau menanam modal merupakan sesuatu yang sangat penting bagi keberlangsungan kegiatan ekonomi, bagaimana tidak investasi atau merupakan salah satu sumber modal yang dapat menggerakkan kegiatan ekonomi. Setiap kota berusaha meyakinkan para penanam modal agar mau berinvestasi di Kotanya, agar investor dan pemerintah saling memperoleh keuntungan di masa mendatang.

Salah satu cara yang dilakukan oleh Pemerintahan agar menjadi pemerintah terbaik adalah dengan peningkatan mutu pelayanan. Ketika masyarakat mendatangi lembaga, hal yang pertama mereka lihat adalah standar pelayanan yang terdapat di lembaga tersebut. Oleh karena itu, pelayanan jangan dinggap tidak penting karena etalase dari suatu lembaga ialah mutu pelayanan di lembaga itu sendiri. Pelayanan yang baik dapat mempengaruhi banyak orang untuk tetap melakukan kegiatan investasi atau tanam modal terhadap lembaga tersebut. Semua lembaga atau instansi

yang ingin mencapai sebuah visi dan misi, menciptakan sebuah mutu pelayanan yang baik agar meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga tentunya tidak terlepas dari peran Humas. Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang berkualitas serta komunikasi yang baik antara lembaga dan masyarakat sehingga dapat menciptakan hubungan baik dan menciptakan perubahan pada perekonomian masyarakat.

Strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan atau maksud.⁵ Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁶ Menurut Arifin, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis pemerintahan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari pemerintahan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Strategi komunikasi yang diterapkan adalah model Stimulus respon, yaitu model komunikasi paling dasar yang menunjukkan komunikasi sebagai suatu proses “aksi-reaksi” yang sangat sederhana. Jadi model ini dilakukan agar program yang dilakukan pemerintahan sampai dengan baik. Model ini mengasumsikan bahwa kata-

⁵ J.S Badudu, *Kamus Kata-Kata Serapan Asing*, cet.ke-1 (Jakarta: Buku Kompas, 2003) h. 333.

⁶ Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi*, cet.ke-1 (Bandung: Mandar Maju, 1989) h.65.

kata verbal, isyarat, non verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Pertukaran informasi ini bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek dan setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi.

Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan sesuatu atau dapat memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni (a) pesan (*stimulus*); (b) penerima (*receiver*); dan (c) efek (*respons*).⁷

Berdasarkan pada latar belakang fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal Pada Perekonomian di Kota Palembang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Apa strategi yang dilakukan Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam meningkatkan kepercayaan Penanam Modal pada Perekonomian di Kota Palembang?

⁷ Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, cet.ke-3 (Jakarta: Kencana, 2010) h.22.

2. Bagaimana gambaran kepercayaan penanam modal terhadap Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam meningkatkan kepercayaan Penanam Modal pada Perekonomian di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yakni sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apa strategi yang dilakukan Humas di dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam meningkatkan kepercayaan Penanam Modal pada Perekonomian di Kota Palembang.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana gambaran kepercayaan penanam modal terhadap Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi 2 yakni, manfaat teoritis dan praktis.

- a. Secara Teoritis

Dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Komunikasi penyiaran Islam.
- b. Secara Praktis
 - 1) Secara praktik bagi humas dapat digunakan sebagai solusi untuk meningkatkan kepercayaan penanam modal dengan *study* Strategi Komunikasi Stimulus respons Humas Dinas Penanaman modal dan

pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di kota Palembang.

2) Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai acuan dalam meneliti mengenai Strategi Komunikasi Stimulus respons Humas Dinas Penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di kota Palembang dalam ranah yang lebih luas.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan skripsi ini penulis meneliti tentang strategi Humas Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang.

Ada beberapa penelitian terlebih dahulu yang dilakukan tentang strategi humas dengan sudut pandang yang berbeda-beda dari beberapa peneliti.

Pertama, Citra Wulandari, (2017) meneliti tentang “Strategi Humas Pemprov Jambi dalam Mensosialisasikan Program TUNTAS (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil, Dan Sejahtera). Inti dari tema yang diangkat Citra Wulandari adalah bagaimana strategi Humas Pemprov Jambi dapat mensosialisasikan Program terbarunya yaitu TUNTAS, dikarenakan pemerintah yang terpilih baru saja menjabat selama kurang lebih satu tahun.⁸

⁸ Citra Wulandari, “*Strategi Humas Pemprov Jambi Dalam Mensosialisasikan Program TUNTAS (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil, dan Sejahtera)*”, Skripsi, (jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, 2017).

Hasil penelitian dari keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menilai secara umum kegiatan sosialisasi yang dilakukan sudah baik. Hal ini terlihat dari strategi sosialisasi yang dipilih sudah tepat, terutama untuk program-program sosialisasi yang dibuat oleh Biro Humas dan Protokol yang penulis rasa sudah sangat baik karena program sosialisasi seperti informades, pertemuan desa informasi dan bakohumas lebih tepat sasaran dan langsung menjamah publik kunci dari sosialisasi Jambi TUNTAS sendiri, seperti yang telah penulis tuliskan sebelumnya mengenai tanggapan camat dari desa yang telah di laksanakan program sosialisasi ini. Selanjutnya, untuk kegiatan sosialisasi melalui media massa yang digunakan oleh Biro Humas dan Protokol sudah cukup baik, bila terus dilakukan sosialisasi melalui media massa maka tujuan sosialisasi lebih cepat tercapainya karena media massa memiliki pengaruh yang besar bagi masyarakat.

Kedua, oleh Irfa Nurina Jati (2007) meneliti tentang “Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis “ Strategi Perum BULOG Drive Jateng untuk meningkatkan kinerja karyawan” adalah melalui pemberian motivasi kerja kepada karyawan. Salah satunya melalui pelatihan, dan pengembangan berupa diklat (pendidikan dan pelatihan) yang meliputi *diklat on the job, diklat off the job*.⁹ Hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kasi SDM dan Hukum pada hari jum’at 24 Agustus 2007 maka diperoleh informasi bahwa strategi perum BULOG Drive Jateng dalam meningkatkan kinerja karyawan

⁹Irfa Nurina Jati, “*Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan dan Pengembangan di Perum Bulog Drive Jateng*” Skripsi, Palembang, tidak diterbitkan, UNNES, 2007.

ada tiga, yaitu melalui pemberian Motivasi, pemberian diklat, diberikan promosi jabatan.

Ketiga, Wartini (2016) meneliti tentang “Strategi Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Media Relations Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali). Berdasarkan hasil wawancara serta observasi, penelititelah menemukan jawaban terkait dengan strategi humas Pemkab Boyolali yang telah dilakukan. Berdasarkan kegiatan media *relations* menurut Komarudin (2014) mengenai sebelas kegiatan media relations, humas Pemkab Boyolali hanya melakukan enam kegiatan saja. Kegiatan *media relations* yang dijalankan ialah :

1. *Press Conference* adalah kegiatan yang dilakukan oleh humas dengan pihak pers yang sengaja dilakukan untuk menyampaikan sesuatu yang penting kepada masyarakat dengan humas sebagai narasumbernya.
2. *Press Release* ialah sebuah naskah berita yang dibuat oleh humas untuk disebarkan kepada masyarakat Boyolali agar bisa dimuat di media massa.
3. *Press interview* ialah kegiatan yang dilakukan oleh wartawan untuk menanyakan suatu informasi kepada seorang narasumber atau sebaliknya.
4. *Press tour* ini ialah kegiatan yang dilakukan oleh pihak humas dengan wartawan untuk diajak melakukan suatu liputan diluar kota atau luar negeri bersama dengan para pejabat yang bersangkutan.
5. *Press gathering* ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak wartawan dari media masaa dengan humas untuk melakukan suatu kegiatan bersama.

6. *Media pitching* atau pelemparan isu, ini adalah kegiatan humas untuk melemparkan informasi penting ke media agar nantinya di informasikan oleh berbagai media.¹⁰

F. Kerangka Teori

Untuk mempermudah dalam penelitian dan dalam penyusunan serta penyesuaian dengan konsep dilapangan dan teori yang ada dan agar tidak terjadi kesimpang siuran pada saat pembuatan laporan, maka perlu adanya suatu teori (kerangka pikir) sebagai acuan dan pedoman penyusunan kerangka pikir yang dapat dimuat disini.

Dalam hal yang berkaitan dengan persoalan yang akan diteliti, penulis akan mengungkapkan kerangka teori ini sebagai landasan penelitian, penulis mengambil dari beberapa buku literature yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang penulis teliti.

1. Strategi Komunikasi

Dalam mewujudkan saling pengertian dan dukungan dalam mencapai suatu tujuan organisasi diperlukan strategi. Dimana strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari

¹⁰ Wartini, “Strategi Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Media Relations Humas Pemkab Boyolali Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali), Skripsi, Ilmu Komunikasi, 2016.

proses manajemen.¹¹ Strategi merupakan hal terkait “apa dan bagaimana” yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai tujuan organisasi/lembaga.

Strategi menyangkut pemikiran yang sarat dengan maupun cara-cara (taktik) untuk memenangkan pertandingan atau mencapai tujuan tertentu, serta tindakan-tindakan. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia strategi berarti rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau sasaran.¹²

Strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai suatu maksud. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Arifin, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan.

Komunikasi adalah salah satu aktifitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Komunikasi ialah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia; melalui pertukaran informasi; untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Strategi Komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektifitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai

¹¹ Rosady Ruslan,SH,MM, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2014,h.133.

¹² Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka).

komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.¹³ Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi.

Dalam melakukan pencapaian strategi komunikasi sebuah perusahaan, lembaga atau instansi harus melakukan penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi, di bawah ini beberapa langkah- langkah strategi yang dijalankan dalam perencanaan Komunikasi sebagai berikut:

- a. Memilih dan menetapkan komunikator
- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak
- c. Teknik menyusun pesan
- d. Memilih media atau saluran komunikasi
- e. Produksi media
- f. Penyebarluasan media komunikasi
- g. Penetapan jadwal kegiatan (*Time Schedule*)
- h. Penetapan tim kerja
- i. Evaluasi dan audit komunikasi.¹⁴

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh sebuah lembaga untuk mencapai tujuan bersama. Untuk mencapai sebuah tujuan

¹³Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT. RemajaRosda karya, 2018), Cet, Ke-1, h.5-6.

¹⁴ Cangara, Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Lomunikasi*, (jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 133-174.

tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

2. Teori Stimulus-Respons

Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan sesuatu atau dapat memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni (a) pesan (*stimulus*); (b) penerima (*receiver*); dan (c) efek (*respons*).¹⁵

Prinsip teori stimulus respons memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang luas. Pesan, karenanya, tidak ditunjukkan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.

Kesimpulan dari berbagai pendapat adalah, teori stimulus respons merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audien. Elemen utama dari stimulus respon antara lain; stimulus (pesan), penerima, dan efek (respon). Asumsi dasar yang dapat dilihat dari stimulus

¹⁵ Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, cet.ke-3 (Jakarta: Kencana, 2010) h.22.

respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal dapat menimbulkan respons. Jika kualitas rangsangan stimulus yang diberikan baik akan sangat besar mempengaruhi munculnya respon juga.

3. Kepercayaan

Kepercayaan memegang peranan penting dalam sebuah hubungan. Individu memiliki kecenderungan menilai orang lain dan memutuskan apakah akan mempercayai orang tersebut atau tidak saat menjalin interaksi. Solomon dan Flores (2003) menyatakan bahwa hubungan seseorang dengan orang lain memerlukan keberadaan kepercayaan. Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa yang lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting untuk trustor, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengontrol pihak lain. Kepercayaan refleksi sebuah harapan, asumsi atau keyakinan seseorang tentang kemungkinan bahwa tindakan seseorang dimasa mendatang akan bermanfaat baik, dan tidak merusak kepentingannya.

Kepercayaan sebagai keyakinan individu dan kemauan untuk bertindak atas dasar kata-kata, tindakan, dan keputusan orang lain. Hal-hal yang dapat menyebabkan seseorang mempercayai orang lain yaitu berkembangnya sistem kepercayaan melalui pengalaman hidup seseorang, aturan atau norma yang ada pada lembaga atau masyarakat dan adanya pengalaman saat menjalin hubungan.

Kepercayaan dapat muncul dalam bidang profesional yang berorientasi tugas dan ditujukan untuk mencapai tujuan dan pribadi yang berkaitan pada interaksi sosial

atau emosional dan fokus pada hubungan itu sendiri. Kepercayaan yang berkaitan pribadi akan menetap lebih lama dibandingkan dengan bidang profesional. Individu yang memiliki rasa percaya dalam hal pribadi akan menyerahkan segala aktivitasnya kepada orang lain karena yakin bahwa orang tersebut seperti apa yang diharapkan.

Menurut Mowen dan Minor menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah “Semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap”. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan relationship. Tanpa adanya kepercayaan, suatu relationship tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang.¹⁶

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu harapan positif, asumsi, atau keyakinan dari proses kognitif seseorang yang dipegang dan ditujukan pada orang lain ataupun instansi bahwa orang tersebut akan berperilaku seperti yang diharapkan dan dibutuhkan. Ketika seseorang memutuskan untuk mempercayai orang lain ataupun suatu lembaga maka harapannya terhadap orang dan lembaga tersebut adalah dapat mewujudkan harapan-harapan yang ada pada suatu lembaga pemerintahan.

¹⁶ Nurul, Widyawati, “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan”, Jurnal Ekitas, Vol. 12, 2008, h. 74-96.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Sedangkan deskriptif adalah bagian dari penelitian kualitatif yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.

1. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.¹⁷

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti menggunakan wawancara dan observasi kepada humas dan pegawai di Dinas Penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota Palembang. Serta wawancara dengan para pelanggan DPM-PTSP. Dengan menggunakan metode Non probability sampling dengan teknik *Purposive Sampling* peneliti menentukan 10 informan, dimana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

¹⁷ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2017) , Cet ke-7, h.138.

Adapun kriteria (karakteristik) informan yang ditunjukkan atau dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penanam modal yang merupakan pemilik saham sendiri (pribadi) yang menjadi investor tetap di DPM-PTSP Kota Palembang.
 2. Subyek paham mengenai persyaratan serta peraturan yang ada di DPM-PTSP Kota Palembang
 3. Sering mengunjungi serta melihat perkembangan jumlah investor DPM-PTSP secara langsung maupun melalui website resmi.
 4. Menjadikan DPM-PTSP sebagai wadah pelayanan publik terutama di bidang investasi.
 5. Informan selalu tepat dalam memperpanjang masa izin setiap 5 tahun sekali.
- b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung sebuah penelitian. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat orang lain yang tidak langsung memberikan informasi ke pengumpul data, misalnya lewat orang lain dan dokumen seperti buku atau arsip lainnya. Dokumen tersebut dilihat dari internet atau buku dan arsip lainnya yang bersangkutan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu :

a. *Interview* (wawancara)

Salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.¹⁸ Wawancara digunakan untuk mengungkap pelaksanaan strategi humas Dinas Penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa bagian yang terlibat dalam pelayanan terpadu satu pintu Kota Palembang.

b. Observasi

Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.¹⁹ Observasi digunakan untuk mengamati secara dekat bagaimana strategi Humas Dinas Penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu mengenai cara meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang.

188. ¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta,2014), h.

¹⁹ *Ibid*, h.197.

c. Dokumentasi

Teknik lain yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumentasi yang ada pada responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya.²⁰ Penulis menggunakan dokumentasi dari beberapa sumber seperti melihat arsi-arsip, foto, buku, dan lainnya sebagainya di Biro Humas dan Protokol DPM-PTSP Kota Palembang.

3. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari, memilah hal-hal pokok dan merangkum secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan keadaan ke unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian dilakukan berdasarkan prosedur yang dikemukakan Miles dan Huberman (1992) bahwa ada tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema serta polanya.

²⁰ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 81.

Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.²¹

b. Paparan Data

Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pemaparan data digunakan untuk meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.²² Penarikan kesimpulan sementara, masih dapat diuji kembali dengan data di lapangan, dengan cara merefleksi kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat, triangulasi, sehingga kebenaran ilmiah dapat tercapai. Bila proses siklus interaktif ini berjalan dengan kontinu dan baik, maka keilmiahannya hasil penelitian dapat diterima. Setelah hasil

²¹Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*,(Jakarta: BumiAksara, 2015), h.211.

²²Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.212.

penelitian telah diuji kebenarannya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.²³

Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan format desain deskriptif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan serta pengaruh dari suatu fenomena.²⁴

Dalam hal ini, peneliti mengolah data dan mengorganisasikan hasil temuan data serta informasi dari pengamatan, hasil wawancara, serta dokumentasi terkait dengan strategi komunikasi stimulus respons humas Dinas Penanaman Modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal pada perekonomian Kota Palembang.

H. Sistematika Penulisan

Mengenai sistematika penulisan dalam penelitian yang ingin disusun mempunyai lima bab :

BAB I Adalah Pendahuluan. Pada bab ini akan dijelaskan secara rinci pokok pemikiran yang melatarbelakangi timbulnya suatu masalah, pengertian judul, tujuan dan kegunaan, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

²³Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada,2009), Cet ke-1,h.140-142.

²⁴Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 55.

BAB II Adalah Landasan Teori. Yang terdiri dari kajian tentang pengertian Strategi komunikasi, Teori *Stimulus Respons*, dan kepercayaan.

BAB III pada bab ini ditulis tentang sejarah umum Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu, Visi, Misi, Logo DPM-PTSP, Struktur Organisasi DPM-PTSP, serta Fungsi dan Tugas DPM-PTSP Kota Palembang.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V Penutup dan Saran.

