

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian yang dilaksanakan di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu Kota Palembang. Pembahasan pada penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal Pada Perekonomian di Kota Palembang. Untuk mendapatkan data-data primer yang diperlukan, maka peneliti melakukan wawancara dan observasi.

Wawancara yang dilakukan yaitu seputar Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal Pada Perekonomian di Kota Palembang. Kemudian, peneliti melakukan analisa dan membahas data-data yang telah diperoleh. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Melalui metode tersebut, peneliti berusaha memaparkan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara melalui daftar pertanyaan dengan mendeskripsikan secara objektif keadaan atau kondisi yang bisa ditangkap dan dilihat dari suatu objek penelitian.

Dalam hal ini objek yang dimaksud adalah Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal Pada Perekonomian di Kota Palembang.

Berikut hasil penelitian yang disajikan peneliti mengenai Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal Pada Perekonomian di Kota Palembang:

1. Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas DPM-PTSP dalam meningkatkan Kepercayaan Penanam modal di Kota Palembang .

Strategi komunikasi *Stimulus Respons* Humas DPM-PTSP di Kota Palembang merupakan suatu perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yaitu mempengaruhi sikap, mengubah sikap, pendapat serta perilaku masyarakat untuk tetap percaya dan ikut terlibat dalam meningkatkan perekonomian kota Palembang.

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

Dalam hal ini, Humas DPM-PTSP sangat berperan aktif dalam menetapkan komunikator dalam menyampaikan berbagai informasi terkait pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

DPM-PTSP bergerak cepat dalam menentukan target serta menganalisis kebutuhan apa saja yang sangat diperlukan mengenai syarat dan ketentuan dalam melakukan investasi.

c. Teknik menyusun pesan

Kepala Dinas, Humas serta pegawai mengupayakan berbagai teknik yang dilakukan dalam menyusun pesan yang akan disampaikan agar pelanggan mudah memahami dengan yang akan disampaikan.

d. Memilih media atau saluran komunikasi

Dalam proses memilih media atau saluran komunikasi yang akan digunakan Humas harus sesuai dengan keadaan zaman sekarang, sehingga media atau saluran bisa efektif untuk digunakan dalam penyampaian pesan kepada pelanggan.

e. Produksi media

Setelah menetapkan media mana yang akan digunakan dalam kampanye, maka tiba saatnya Humas memproduksi media. Memproduksi media sangat tergantung tipe atau bentuk media mana yang akan dibuat, sebab memproduksi media cetak sangat beda dengan media elektronik.

f. Penyebarluasan media komunikasi

Penyebarluasan media sangat menentukan keberhasilan suatu program yang dibuat sebelumnya oleh DPM-PTSP Kota Palembang. Pihak DPM-PTSP harus bisa menentukan cara untuk menyebarluaskan informasi secara cepat dan cermat sehingga dapat menjadi media komunikasi yang efektif.

g. Penetapan jadwal kegiatan (*Time Schedule*)

Menetapkan jadwal kegiatan untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan DPM-PTSP lakukan.

h. Penetapan tim kerja

Untuk melaksanakan suatu program komunikasi diperlukan personil yang handal dan memahami tugas- tugas komunikasi yang akan dilaksanakan. Humas harus berperan aktif dalam menentukan personil untuk menjalankan program yang hendak dicapai.

i. Evaluasi dan audit komunikasi.

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Kepala dinas serta Humas akan melakukan pengkajian yang mendalam mengenai kekurangan serta kelebihan yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan serta meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya.

Dengan adanya perencanaan di atas diharapkan dapat menimbulkan komunikasi yang efektif antara DPM-PTSP dengan pelanggan sehingga timbul perubahan sesuai yang diharapkan. *Stimulus* atau pesan yang akan disampaikan diharapkan dapat meyakinkan pelanggan agar percaya dengan pelayanan yang diberikan sesuai kebutuhan.

Dalam proses komunikasi yang efektif, Humas memberikan pesan yang harus tepat kepada pelanggan. Dibawah ini merupakan *Stimulus* (pesan) yang disampaikan Humas kepada pelanggan antara lain sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi mengenai formulir yang harus di isi mengenai perizinan yang dibutuhkan.
2. Menyampaikan syarat atau persyaratan yang harus dipenuhi sebelum melakukan investasi.
3. Memberikan informasi lanjutan setelah verifikasi dokumen yang telah dibuat.
4. Menyampaikan pesan bahwasannya DPM-PTSP akan bertanggung jawab dalam pengembangan peluang investasi.
5. Meyakinkan pelanggan bahwa dana yang diberikan akan aman untuk dikelola DPM-PTSP agar tidak terjadi kerugian diantara kedua belah pihak.
6. Meyakinkan pelanggan bahwa adanya pengendalian dan pengawasan investasi.
7. Meyakinkan pelanggan melalui sosialisasi langsung atau tidak langsung dan menyelenggarakan seminar mengenai investasi.

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa *Stimulus* atau pesan yang akan disampaikan harus menjadi komunikasi yang efektif. *Stimulus* yang diberikan kepada pelanggan akan diterima dengan baik apabila diantaranya terjalin komunikasi yang baik, jika stimulus yang diterima oleh organisme atau pelanggan berarti adanya

komunikasi dan adanya perhatian dari pelanggan. Dalam hal ini *Stimulus* adalah efektif dan ada reaksi.

Setelah diberikan *Stimulus* (pesan) kepada pelanggan maka apabila *Stimulus* diterima oleh pelanggan berarti adanya komunikasi yang terjalin dengan baik antara keduanya, sehingga menimbulkan adanya perhatian dari organisme atau pelanggan. Dalam hal ini jika *Stimulus* telah mendapat perhatian dari pelanggan, maka dipastikan organisme atau pelanggan mengerti terhadap *Stimulus* (*correctly comprehended*). Yaitu kemampuan organisme atau pelanggan dalam menerima secara baik apa pesan yang telah disampaikan oleh kepala Dinas maupun Humas DPM-PTSP Kota Palembang mengenai investasi.

Tabel 4.1
Stimulus atau pesan terhadap pelanggan

Subjek	Hasil Wawancara
AF	“Kami memiliki strategi layanan, salah satu strategi layanan kami yang terdapat di front office adalah kami senantiasa berprinsip pada motto “SERVICE”. Dan “tentunya dengan tangan terbuka menerima serta memberikan komunikasi yang jelas, berdasarkan standar pelayanan dan SOP layanan”. ¹
RO	“Dengan memberikan informasi yang konstruktif mengenai pelayanan perizinan melalui Customer service”

¹ Arif, Bidang Pengaduan Kebijakan dan Pelaporan Layanan, wawancara pada tanggal 11 April 2019.

	dan tentunya dengan Standar pelayanan yang ada di DPM-PTSP”. ²
--	---

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Pada hasil wawancara dapat dipahami bahwasannya Humas DPM-PTSP kota Palembang sebagai wadah untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat kota Palembang. Dengan adanya berbagai macam layanan di DPM-PTSP diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan perizinan dalam berbagai sektor yang berhubungan dengan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat kota Palembang. Hal yang dilakukan DPM-PTSP kota Palembang adalah memberikan pelayanan yang terbaik dimana DPM-PTSP kota Palembang memiliki strategi layanan tersendiri yaitu “SERVICE”.

Segala bentuk strategi yang diterapkan di front office telah tercakup dalam motto “SERVICE” dimana uraian dari kata tersebut adalah:

1. *Smile to everyone* maksudnya selalu tersenyum kepada semua pelanggan yang datang.
2. *Everything we do is the best* maksudnya apapun pelayanan yang ditugaskan bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.
3. *Reach for the hand customer with hospitality* maksudnya ketika pelanggan datang kita harus sambut dengan meraih tangannya untuk disalami sekaligus diberikan pelayanan dengan keramahan serta tanyakan maksud dan tujuannya.

² Reno, Pegawai Non PNSD, wawancara pada tanggal 11 April 2019.

4. *View the eyes customer with home atmosphere* artinya tatap mata pelanggan dengan kehangatan dan dengan keramahan, tidak melayani pelanggan dengan menoleh kekanan dan kekiri yang dapat membuat pemohon bingung serta merasa tidak dihargai.
5. *Infite Customer to return* maksudnya mengusahakan bahwa pelanggan dapat kembali lagi karena layanan yang baik dan merasa puas dengan layanan yang diberikan.
6. *Creating situations with home atmosphere* merupakan usaha yang dilakukan pihak DPM-PTSP dalam menciptakan suasana serta fasilitas yang nyaman dan menyenangkan,
7. *Excellent* maksudnya mereka berusaha memberikan pelayanan yang prima dan luar biasa.

Tabel 4.2
Pesan *Stimulus* dari Humas DPM-PTSP kepada Pelanggan

Subjek	Hasil Wawancara
AF	“ Selalu siap dan bersedia untuk menerima kedatangan tamu dan kunjungan baik secara perorangan maupun instansi. Baik melalui bertemu langsung, telpon, maupun dari surat tertulis. Kami menyiapkan loket pelayanan pengaduan. Kami siapkan formulir. Disamping secara lisan, pengaduan juga bisa disampaikan secara tertulis

	dan disampaikan langsung kepada yang bersangkutan. Dan kami menyediakan website, agar CS dapat mengatakannya langsung ke media tersebut”.
RO	“Kami menerima seluruh kedatangan pelaku izin usaha tanpa pandang bulu. Dan kami akan mencari solusi dari setiap kebutuhan para pelaku izin usaha”.

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari pemaparan di atas bahwasannya, stimulus awal < stimulus kedua diharapkan dapat meyakinkan organisme atau pelanggan dan secara aktif dapat merubah sikap pelanggan yang perhatian menjadi pengertian terhadap pesan yang telah disampaikan oleh pihak DPM-PTSP mengenai pelayanan investasi serta persyaratan yang harus dipahami.

Tabel 4.3
Pesan atau stimulus dari DPM-PTSP

Subjek	Hasil Wawancara
AF	“Kita berikan layanan, informasi persyaratan perizinan baik secara tatap muka melalui costumer service maupun layanan informasi melalui website DPM-PTSP untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan costumer atau pelanggan”. Dan “ kita selalu siap sedia (<i>Open Menu</i>) komunikasi, termasuk ketika masyarakat ingin melakukan pengaduan mengenai kelanjutan dokumen,

	sehingga DPM-PTSP menyediakan loket yang melayani pengaduan customer”. ³
RO	“Kami meyakinkan kepada pelaku usaha bahwa kami siap membantu dengan sepenuh hati. Dan kami akan melakukan uraian/ presentasi sesuai dengan izin yang diajukan”. Dan kami akan meyakinkan pelanggan bahwasannya dana yang di investasikan akan aman dan kami bertanggung jawab untuk pengembangan peluang investasi.

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari pemaparan di atas bahwasannya, stimulus awal < stimulus kedua serta adanya perubahan sikap pelanggan untuk menerima pesan yang telah disampaikan secara keseluruhan mengenai investasi agar tidak terjadi kesalahpahaman antara kedua belah pihak, sehingga terjalin komunikasi yang efektif dalam pencapaian tujuan bersama.

Dalam penyampaian pesan kepada pelanggan faktor komunikasi yang baik dan efektif sangat menentukan dalam meyakinkan dan memberi suatu “*reinforcement*” (penguatan) terhadap organism, dan komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap pesan yang telah disampaikan.

³ *Ibid*, wawancara pada tanggal 11 April 2019.

Di bawah ini penjelasan mengenai tanggapan organisme atau pelanggan setelah diberikan Stimulus:

Ketika pelanggan mengerti dengan pesan yang telah disampaikan sehingga menimbulkan penerimaan (*correctly comprehended*), Yaitu kemampuan organisme atau pelanggan dalam menerima secara baik apa pesan yang telah disampaikan oleh kepala Dinas maupun Humas DPM-PTSP Kota Palembang mengenai investasi. Di bawah ini beberapa penjabaran mengenai proses penerimaan *Stimulus* atau pesan:

a. Perhatian dari organisme atau pelanggan

Stimulus atau pesan yang telah disampaikan oleh pihak DPM-PTSP pada pelanggan diharapkan dapat diterima dengan baik, sehingga terjalin komunikasi yang efektif maka ini berarti *Stimulus* tersebut mendapat perhatian oleh organisme. Dalam hal ini *Stimulus* adalah efektif dan ada reaksi yang ditimbulkan oleh pelanggan.

Humas menyampaikan pesan seperti informasi mengenai formulir, persyaratan serta mengenai kelanjutan dokumen yang dimasukkan ke DPM-PTSP mengenai investai. Dengan adanya proses penyampaian pesan oleh Humas dengan cara langsung ke pelanggan maupun melalui sosialisasi yang dilakukan. Humas meyakinkan dan memberi pesan terhadap pelanggan dengan cara mensosialisasikan melalui seminar maupun sebagainya, dalam mensosialisasikan pesan mengenai investasi yang dilakukan Humas terhadap pelanggan akan lebih mendapat perhatian dari pelanggan ini dibuktikan bahwa, pelanggan lebih mudah memahami pesan yang disampaikan melalui sosialisasi dan sminar yang diadakan oleh DPM-PTSP.

Tabel 4.4
Perhatian pelanggan terhadap informasi yang disampaikan

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“Saya selalu mencoba perhatian dengan apapun pesan yang akan disampaikan, karena kebutuhan informasi mengenai investasi bagi saya masih minim, jadi dengan ikut seminar saya lebih mudah memahami yang saya butuhkan”. ⁴
Revhalino	“saya antusias untuk memahami informasi secara baik dan jelas mengenai syarat masalah perizinan di Palembang”. Kemudian Pro aktif terhadap arahan/ imbauan dari DPM-PTSP selaku satuan kerja dari pemerintahan kota Palembang, Serta menjalin komunikasi yang bersinergi”. ⁵
Felino Rino	Dengan cara mendengarkan dengan baik mengenai kebutuhan yang diperlukan, tidak mengabaikan pesan yang diberikan DPM-PTSP tersebut, kemudian menanyakan apa saja syarat yang harus dipenuhi sesuai izin yang dilakukan”. ⁶
Alfen Pranata	“ya, kalo saya pastinya dengan cara datang langsung ke

⁴ Hendra, Pengusaha alat telekomunikasi dan Chef Di Chi Fan, wawancara tanggal 04 Mei 2019.

⁵ Revhalino, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

⁶ Felino Rino, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

	DPM-PTSP Kota Palembang dan menemui Costumer service untuk menanyakan syarat dan ketentuan perizinan”. ⁷
Syarifuddin	“ya, dengan cara datang langsung dan mencari informasi mengenai perizinan yang dibutuhkan, kemudian selalu aktif melihat perkembangan DPM-PTSP dengan cara langsung ataupun melalui media website”. ⁸
Adi Candra	“ya kalo saya dengan cara menghargai segala bentuk pelayanan yang diberikan, serta berkomunikasi secara Fleksibel tidak memilih-milih, kemudian mengikuti arahan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang”. ⁹
Ruslan	“ ya saya selalu mendukung setiap perkembangan yang terjadi di DPM-PTSP, melakukan komunikasi yang baik sesuai kebutuhan saya, dan menerima arahan yang diberikan mengenai syarat perizinan”. ¹⁰
Agung	“ya, dengan perhatian terhadap informasi yang diberikan secara seksama dan baik mengenai kebutuhan,

⁷ Alfen Pranata, Pengusaha elektrikal, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

⁸ Syarifuddin, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

⁹ Adi Candra, wiraswasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

¹⁰ Ruslan, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

	menjalankan dan menerima syarat serta ketentuan yang diberikan”. ¹¹
Lisa Febriana	“ya, caranya dengan saling berbagi informasi yang dibutuhkan mengenai perizinan. Kemudian melengkapi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan”. ¹²
Lidia Oktavia	“Dengan membangun komunikasi yang jelas dan to the point dan tentunya mengikuti semua pemberitahuan atau himbauan yang diberikan, saya selalu memperhatikan orang yang memberikan informasi mengenai investasi”. ¹³

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasannya, pelanggan selalu sigap dalam memperhatikan pesan yang disampaikan oleh pihak DPM-PTSP mengenai berbagai persoalan yang dibutuhkan pelanggan terutama bidang investasi. Setelah diberikan *Stimulus* (pesan) kepada pelanggan maka apabila *Stimulus* diterima oleh pelanggan berarti adanya komunikasi yang terjalin dengan baik antara keduanya, sehingga menimbulkan adanya perhatian dari organisme atau pelanggan. Dalam hal ini jika *Stimulus* telah mendapat perhatian dari pelanggan, maka dipastikan organisme atau pelanggan memberikan pengertian atau mengerti terhadap *Stimulus* atau pesan yang telah disampaikan sebelumnya.

¹¹ Agung, Pengusaha kelontong, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

¹² Lisa Febriana, Pengusaha makanan ringan, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

¹³ Lidia Oktavia, Wiraswasta, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

b. Pengertian organisme atau pelanggan

Apabila *Stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada organisme telah mendapat perhatian dari pelanggan, maka dipastikan bahwa pelanggan mengerti terhadap *Stimulus (correctly comprehended)*. Yaitu kemampuan organisme atau pelanggan dalam menerima secara baik apa pesan yang telah disampaikan oleh kepala Dinas maupun Humas DPM-PTSP Kota Palembang mengenai investasi. Kemampuan inilah yang akan menjadi proses perubahan sikap pelanggan terhadap pesan yang telah diterima .

Tabel 4.5
. pengertian dalam memahami pesan oleh peanggan

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“Saya sering mengikuti seminar dan mengikuti sosialisasi yang diadakan DPM-PTSP dalam mensosialisasikan program pengembangan investasi, dengan begitu saya lebih mudah mengerti dengan pesan yang disampaikan, karena komunikasi lebih jelas didapat”. ¹⁴
Revhalino	“saya antusias untuk memahami informasi secara baik dan jelas mengenai syarat masalah perizinan di Palembang”. Saya mengerti dengan informasi yang disampaikan ketika bertatap muka langsung dengan

¹⁴ Hendra, Pengusaha alat telekomunikasi dan Chef Di Chi Fan, wawancara tanggal 04 Mei 2019.

	kepala dinas maupun Humas, sehingga terjalin komunikasi yang bersinergi”. ¹⁵
Felino Rino	“saya mendengarkan dengan baik mengenai kebutuhan informasi yang diperlukan, tidak mengabaikan pesan yang diberikan DPM-PTSP tersebut”. ¹⁶
Alfen Pranata	“Pastinya dengan cara datang langsung ke DPM-PTSP Kota Palembang dan menemui Humas untuk menanyakan syarat dan ketentuan perizinan serta bagaimana perkembangan investasi”. ¹⁷
Syarifuddin	“ya, dengan cara datang langsung dan mencari informasi mengenai perizinan yang dibutuhkan, kemudian selalu aktif melihat perkembangan DPM-PTSP dengan cara langsung ataupun melalui media website”. ¹⁸
Adi Candra	“ya kalo saya dengan cara menghargai segala bentuk pelayanan yang diberikan, serta berkomunikasi secara Fleksibel tidak memilih-milih, kemudian mengikuti arahan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang”. ¹⁹
Ruslan	“ ya saya selalu mendukung setiap perkembangan yang

¹⁵ Revhalino, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

¹⁶ Felino Rino, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

¹⁷ Alfen Pranata, Pengusaha elektrikal, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

¹⁸ Syarifuddin, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

¹⁹ Adi Candra, wiraswasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

	terjadi di DPM-PTSP, melakukan komunikasi yang baik sesuai kebutuhan saya, dan menerima arahan yang diberikan mengenai syarat perizinan”. ²⁰
Agung	“ya, dengan perhatian terhadap informasi yang diberikan secara seksama dan baik mengenai kebutuhan, menjalankan dan menerima syarat serta ketentuan yang diberikan”. ²¹
Lisa Febriana	“Caranya dengan memahami informasi yang dibutuhkan mengenai perizinan investasi. Kemudian melengkapi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan”. ²²
Lidia Oktavia	“Dengan senang mengikuti sosialisasi dan seminar yang diadakan DPM-PTSP, sehingga saya mengikuti perkembangan investasi di Palembang dan saya selalu memperhatikan orang yang memberikan informasi mengenai investasi”. ²³

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari pemaparan di atas dapat diketahui, Humas akan memberikan pesan kepada pelanggan secara langsung atau tatap muka, serta dengan mensosialisasikan kepada para pelanggan yang ingin berinvestasi mengenai berbagai hal seperti

²⁰ Ruslan, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

²¹ Agung, Pengusaha kelontong, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

²² Lisa Febriana, Pengusaha makanan ringan, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

²³ Lidia Oktavia, Wiraswasta, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

formulir, persyaratan, meyakinkan pelanggan mengenai perkembangan investasi, serta meyakinkan pelanggan bahwasannya dana yang masuk akan dikelola dengan baik oleh DPM-PTSP. Dengan penyampaian pesan oleh Humas kepada pelanggan menimbulkan pengertian. Humas meyakinkan pelanggan dengan melakukan sosialisasi seperti mengadakan seminar yang dapat membantu pelanggan lebih tertarik dengan pesan yang disampaikan serta mudah memahami dengan apa yang telah disampaikan. Dengan mensosialisasikan tentang investasi secara langsung lebih mudah dimengerti oleh pelanggan karena komunikasi lebih terarah dan efektif.

c. Penerimaan yang baik dari pelanggan (*organism*)

Dalam hal ini jika *Stimulus* telah mendapat perhatian dari pelanggan, maka dipastikan organisme atau pelanggan mengerti terhadap *Stimulus (correctly comprehended)*. Yaitu kemampuan organisme atau pelanggan dalam menerima secara baik apa pesan yang telah disampaikan oleh kepala Dinas maupun Humas DPM-PTSP Kota Palembang mengenai investasi. Proses penerimaan pesan oleh pelanggan bergantung pada Stimulus atau pesan yang disampaikan oleh Humas, sehingga dengan adanya komunikasi yang baik dapat meningkatkan pemahaman pelanggan untuk menerima apa yang telah disampaikan.

Tabel 4.6
Penerimaan dari pelanggan

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“Saya selalu mencoba menerima dengan baik apapun pesan yang disampaikan, karena kebutuhan informasi

	mengenai investasi bagi saya masih minim, jadi dengan ikut seminar saya lebih mudah memahami yang saya butuhkan, saya lebih mudah menerima pesan jika menemui langsung ke DPM-PTSP”. ²⁴
Revhalino	“saya antusias untuk menerima informasi secara baik dan jelas mengenai syarat masalah perizinan di Palembang, terlebih saya sering mengikuti sosialisasi yang diadakan, bagi saya lebih enak karena lebih mudah diserap informasi jika ada seminar”. ²⁵
Felino Rino	Caranya mendengarkan dengan baik mengenai kebutuhan informasi yang diperlukan, tidak mengabaikan pesan yang diberikan DPM-PTSP tersebut, kemudian mengikuti perkembangan investasi”. ²⁶
Alfen Pranata	“ya, kalo saya pastinya dengan cara datang langsung ke DPM-PTSP Kota Palembang dan tatap muka dengan Humas, agar informasi yang didapat lebih banyak”. ²⁷
Syarifuddin	“ya, dengan cara datang langsung dan mencari informasi mengenai perizinan yang dibutuhkan, kemudian selalu

²⁴ Hendra, Pengusaha alat telekomunikasi dan Chef Di Chi Fan, wawancara tanggal 04 Mei 2019.

²⁵ Revhalino, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

²⁶ Felino Rino, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

²⁷ Alfen Pranata, Pengusaha elektrikal, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

	aktif melihat perkembangan DPM-PTSP dengan cara langsung ataupun melalui media website”. ²⁸
Adi Candra	“ya kalo saya orangnya Fleksibel tidak memilih-milih, kemudian mengikuti arahan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang”. ²⁹
Ruslan	“ ya saya selalu mendukung setiap perkembangan yang terjadi di DPM-PTSP, informasi mengenai investasi selalu saya dapatkan langsung dari humas ketika ada pertemuan”. ³⁰
Agung	“ya, dengan memperhatikan arahan yang diberikan, saya mengikuti sosialisasi dan melihat perkembangan investasi melalui website”. ³¹
Lisa Febriana	“ya, dengan saling mencari informasi yang dibutuhkan mengenai perizinan investasi secara langsung. Kemudian melengkapi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan”. ³²
Lidia Oktavia	“Dengan mendengarkan informasi yang disampaikan secara seksama agae tidak ada lagi keliruan mengenai

²⁸ Syarifuddin, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

²⁹ Adi Candra, wiraswasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

³⁰ Ruslan, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

³¹ Agung, Pengusaha kelontong, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

³² Lisa Febriana, Pengusaha makanan ringan, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

	himbauan yang diberikan, saya selalu memperhatikan orang yang memberikan informasi mengenai investasi”. ³³
--	---

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Humas menyampaikan pesan mengenai formulir, persyaratan atau ketentuan tentang investasi secara langsung maupun tidak, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menerima pesan. Humas juga melakukan sosialisasi kepada pelanggan melalui seminar yang diadakan agar lebih meyakinkan pelanggan dalam pengembangan investasi. Dengan mensosialisasikan program investasi kepada pelanggan, dapat lebih mudah dimengerti serta dipahami oleh pelanggan, sehingga pesan yang disampaikan oleh Humas lebih cepat diterima oleh pelanggan dibandingkan dengan tatp muka saja.

d. Respon dari pelanggan

Humas DPM-PTSP meyakinkan pelanggan melalui sosialisasi langsung melalui seminar dan sebagainya agar lebih menarik perhatian pelanggan, penyampaian pesan mengenai formulir, persyaratan, kelanjutan dokumen serta meyakinkan pelanggan bahwasannya dana yang dikelola akan aman dan mendapatkan keuntungan sesuai dengan harapan. Dengan sosialisasi yang dilakukan Humas kepada pelanggan, lebih mudah dimengerti sehingga pelanggan lebih cepat merespon pesan yang disampaikan melalui sosialisasi ataupun seminar. Sosialisasi yang diselenggarakan DPM-PTSP bertujuan untuk lebih meyakinkan pelanggan yang ingin melakukan investasi.

³³ Lidia Oktavia, Wiraswasta, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

Respon pelanggan terhadap pesan yang disampaikan oleh Humas bahwa organisme menangkap berita informasi atau pesan yang telah disampaikan sebelumnya mengenai formulir, syarat atau ketentuan serta kelanjutan dokumen yang masuk, bukan hanya syarat dan formulir, humas juga meyakinkan pelanggan mengenai keamanan dana, pengembangan investasi, dan meyakinkan pelanggan akan tanggung jawab DPM-PTSP dalam mengelola dana investasi sehingga pelanggan yang awalnya tidak mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan hingga mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan.

Sosialisasi juga sangat efisien dalam menimbulkan sikap positif pelanggan karena dengan adanya perhatian, pengertian serta penerimaan yang baik terhadap pesan yang telah disampaikan menimbulkan komunikasi yang baik dalam kelanjutan pencapaian tujuan bersama mengenai investasi sehingga tidak adanya keraguan dan kesalahpahaman antar kedua belah pihak. Respon yang ditimbulkan bahwasannya pelanggan yang sebelumnya tidak mengetahui mengenai formulir, persyaratan, layanan, serta keuntungan yang didapat menjadi lebih mengetahui dan memahami setelah mendapatkan pesan atau *Stimulus* yang diberikan oleh pihak DPM-PTSP.

2. Gambaran Kepercayaan Penanam Modal terhadap DPM-PTSP Kota Palembang

Dengan adanya Strategi Komunikasi yang diberikan humas DPM-PTSP para penanam modal di Kota Palembang, mereka sangat mengapresiasi adanya kemudahan yang diberikan dalam mengurus perizinan di berbagai sektor. Dalam 5 tahun terakhir DPM-PTSP mendapatkan kepercayaan yang sangat tinggi dari

customer, customer selalu merasa sangat puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak DPM-PTSP. Sehingga memberikan pengaruh terhadap peningkatan perekonomian masyarakat terutama di bidang investasi.

Setelah adanya Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* yang diberikan Humas DPM-PTSP kota Palembang. Di bawah ini beberapa aspek kepercayaan penanam modal pada perekonomian di Kota Palembang sebagai berikut:

a. Mampu menjalin hubungan yang baik antara penanam modal dan DPM-PTSP di Kota Palembang.

Menjalin hubungan baik harus dikuasai oleh semua orang yang ingin tujuannya sukses dan berjalan sesuai keinginan. Dalam menjalin hubungan baik temuilah setiap orang dengan sikap positif dan harapkan agar setiap pertemuan menghasilkan sesuatu yang positif. Layanilah setiap orang sama pentingnya, maka suatu instansi tidak akan pernah menganggap rendah siapapun.

Dengan adanya hubungan yang baik dapat memudahkan seseorang mempengaruhi orang lainnya melalui berkomunikasi yang baik dan sesuai keadaan orang lain sehingga penjelasan informasi yang diberikan dapat dengan mudah dipahami dan dimengerti customer yang datang untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan yang diharapkan pelanggan harus sesuai dengan ruang lingkup DPM-PTSP Kota Palembang.

Adapun cara yang dilakukan penanam modal terhadap Humas DPM-PTSP dalam meningkatkan kepercayaan di Kota Palembang:

Tabel 4.7
Mampu menjalin hubungan baik, mampu bersikap akrab dan adanya kelembutan terhadap DPM-PTSP oleh Pemohon

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“ya mampu, dengan berkomunikasi dengan baik dengan pihak DPM-PTSP ketika ingin melakukan pembuatan perizinan, kemudian ngobrol seperti biasa mengenai syarat atau ketentuan perizinan. Bersikap terbuka untuk berkomunikasi sesuai kebutuhan”. ³⁴
Revhalino	“ya mampu. Dengan cara membangun hubungan terhadap DPM-PTSP, memberikan informasi secara baik dan jelas mengenai syarat masalah perizinan di Palembang”. Kemudian Pro aktif terhadap arahan/ imbauan dari DPM-PTSP selaku satuan kerja dari pemerintahan kota Palembang, Serta menjalin komunikasi yang bersinergi”. ³⁵
Felino Rino	“ya, mampu, dengan cara berkomunikasi dengan baik mengenai kebutuhan yang diperlukan, tidak mengabaikan pelayanan yang diberikan DPM-PTSP tersebut, kemudian

³⁴ Hendra, Pengusaha alat telekomunikasi dan Chef Di Chi Fan, wawancara tanggal 04 Mei 2019.

³⁵ Revhalino, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

	menanyakan apa saja syarat yang harus dipenuhi sesuai izin yang dilakukan”. ³⁶
Alfen Pranata	“ya tentu mampu, kalo saya pastinya dengan cara datang langsung ke DPM-PTSP Kota Palembang dan menemui Costumer service untuk menanyakan syarat dan ketentuan perizinan”. ³⁷
Syarifuddin	“ya mampu, dengan cara datang langsung dan mencari informasi mengenai perizinan yang dibutuhkan, kemudian selalu aktif melihat perkembangan DPM-PTSP dengan cara langsung ataupun melalui media website”. ³⁸
Adi Candra	“ya mampu, dengan cara menghargai segala bentuk pelayanan yang diberikan, serta berkomunikasi secara Fleksibel tidak memilih-milih, kemudian mengikuti arahan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang”. ³⁹
Ruslan	“ ya mampu, mendukung setiap perkembangan yang terjadi di DPM-PTSP, melakukan komunikasi yang baik sesuai kebutuhan saya, dan menerima arahan yang diberikan mengenai syarat perizinan”. ⁴⁰

³⁶ Felino Rino, Pegawai Swasta ,wawancara tanggal 05 Mei 2019.

³⁷ Alfen Pranata, Pengusaha elektrikal, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

³⁸ Syarifuddin, Pengusaha, wawancara tanggal 05 Mei 2019.

³⁹ Adi Candra, wiraswasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

⁴⁰ Ruslan, Pegawai Swasta, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

Agung	“ya mampu, dengan membangun komunikasi yang baik mengenai kebutuhan, menjalankan dan menerima syarat serta ketentuan yang diberikan”. ⁴¹
Lisa Febriana	“ya mampu, caranya dengan saling berbagi informasi yang dibutuhkan mengenai perizinan. Kemudian melengkapi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan”. ⁴²
Lidia Oktavia	“ ya mampu, dengan membangun komunikasi yang jelas dan to the point dan tentunya mengikuti semua pemberitahuan atau himbauan yang diberikan”. ⁴³

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari pernyataan diatas bahwasannya Costumer atau pelanggan mampu memberikan hubungan yang hangat terhadap DPM-PTSP yang melayani. Hubungan yang baik dapat berdampak baik juga terhadap Dinas perizinan, kepercayaan yang diberikan costumer sangat dibutuhkan dalam peningkatan perekonomian Kota Palembang. Costumer menjalin hubungan baik dengan cara berkomunikasi langsung berkenaan dengan kebutuhan yang diperlukan dalam hal perizinan. Komunikasi yang terjalin juga membuat mereka mematuhi aturan dan ketentuan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang.

⁴¹ Agung, Pengusaha kelontong, wawancara tanggal 06 Mei 2019.

⁴² Lisa Febriana, Pengusaha makanan ringan, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

⁴³ Lidia Oktavia, Wiraswasta, wawancara tanggal 08 Mei 2019.

Costumer berusaha pro aktif terhadap arahan dari DPM-PTSP selaku satuan kerja pemerintahan Kota Palembang, sehingga memudahkan proses pelayanan perizinan yang dibutuhkan. Arahan yang diberikan harus sesuai dengan Undang-undang yang berlaku agar dapat menjamin costumer. Dengan adanya hubungan yang baik, sikap akrab dan kelembutan dapat meningkatkan kepercayaan costumer terhadap DPM-PTSP sehingga tujuan bersama dapat terealisasikan dengan baik sesuai keinginan.

b. Bersikap positif

Seseorang harus bisa terus menerus memilih untuk tetap pada pikiran dan sikap yang positif karena sikap positif yang diberikan dapat berdampak positif pula terhadap seseorang yang mendapatkan informasi. Sikap positif yang dilakukan dapat meningkatkan atau memperbaiki sistem pelayanan yang ada.

Bersikap positif merupakan langkah awal untuk seseorang bisa menilai sesuatu seperti lembaga atau instansi, berbagai cara dapat dilakukan seperti berkomunikasi secara efektif kepada seseorang yang diajak komunikasi baik secara langsung maupun melalui media elektronik. Jika seseorang bersikap positif pasti akan mudah bagi dirinya untuk menerima segala yang diberikan oleh DPM-PTSP. Sikap positif terhadap layanan yang diberikan dapat memberikan kesan yang baik sehingga membuat seseorang senang dan merasa dihargai.

Tabel 4.8
Bersikap positif terhadap orang yang diajak berkomunikasi

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“ya mampu, bila cara kerja mereka baik dan sesuai, maka kami pasti melihat kinerja mereka dan pasti selalu bersikap positif”.
Revhalino	“ya mampu. kami yakin bahwa DPM-PTSP akan menjadi mitra bagi pelaku usaha yang mampu memberikan ruang yang fleksibel”.
Felino Rino	“ya, mampu, dengan meyakinkan diri bahwa DPM-PTSP pasti akan memberikan pelayanan terbaik bagi Pelanggannya dan selalu berusaha bersikap positif dengan pelayanan yang diberikan”.
Alfen Pranata	“ya tentu mampu, kalo saya pastinya dengan cara berusaha meningkatkan diri dan ilmu pengetahuan mengenai berbagai perizinan yang ada sehingga saya selalu bersikap positif dengan layanan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang”.
Syarifuddin	“ya mampu, kami selalu berusaha bersikap positif agar tujuan bersama dapat berjalan sesuai keinginan”.
Adi Candra	“ya mampu, saya yakin dan selalu bersikap positif,

	karena DPM-PTSP selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggannya”.
Ruslan	“ya sangat mampu, karena saya selalu bersikap positif demi kelancaran proses perizinan yang saya butuhkan”.
Agung	“ya mampu, selagi kinerja mereka sesuai dengan undang-undang yang berlaku saya yakin dan bersikap positif terhadap DPM-PTSP Kota Palembang”.
Lisa Febriana	“ya mampu, melakukan komunikasi yang jelas dan baik agar kebutuhan mengenai perizinan dapat cepat diproses”.
Lidia Oktavia	“ya mampu, saya yakin dengan kinerja DPM-PTSP akan selalu berusaha dan berinovasi untuk memberikan layanan terbaik bagi setiap pelanggan”.

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari tanggapan di atas dapat disimpulkan bahwa pihak pemohon sangat mampu memberikan sikap positif kepada DPM-PTSP Kota Palembang, karena setiap layanan yang baik diberikan kepada pemohon, pasti mereka berfikir positif dengan segala informasi, syarat serta tindakan yang diberikan. Ketika pemohon datang langsung kemudian melihat cara kerja dan pelayanan mereka sesuai pasti pemohon akan selalu bersikap positif terhadap DPM-PTSP Kota Palembang.⁴⁴

⁴⁴ *Ibid.*

Pemohon yakin bahwa DPM-PTSP akan menjadi mitra bagi pelaku usaha yang mampu memberikan ruang yang fleksibel sehingga sikap positif akan selalu diberikan pemohon terhadap pelayanan yang diberikan oleh DPM-PTSP kota Palembang. Keyakinan yang diberikan oleh pemohon dapat mempengaruhi perkembangan perekonomian, karena keyakinan dapat memberikan kesempatan bagi DPM-PTSP untuk terus berinovasi dan memmberikan pelayanan yang terbaik kepada costumernya.

c. Adanya kesediaan dalam menerima keputusan

kesediaan seseorang dalam menerima keputusan yang telah ditetapkan merupakan hal yang sangat lumrah terjadi, karena segala bentuk keputusan yang telah ditetapkan pasti telah memiliki standard dan sesuai dengan undang-undang dan hukum yang jelas. Dengan adanya kesediaan seseorang dalam menerima keputusan dapat meningkatkan kelangsungan komunikasi yang berjalan dan tidak terjadi keraguan terhadap pelanggan atau costumer.

Lembaga atau instansi harus bisa memberikan pelayanan sesuai dengan undang-undang dan hukum yang jelas kepada pemohon mengenai syarat dan ketentuan untuk melakukan perizinan, sehingga dapat mempengaruhi semua lapisan masyarakat untuk tetap bersedia patuh dan menerima keputusan yang ditetapkan oleh DPM-PTSP Kota Palembang.

Tabel 4.9
Adanya kesediaan dalam menerima keputusan dari DPM-PTSP

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“ya mampu, bisa diikuti jika sesuai pelayanan yang dibutuhkan”.
Revhalino	“ya mampu. Kami patuh terhadap keputusan yang diberikan DPM-PTSP”.
Felino Rino	“ya, mampu, dengan cara mematuhi setiap syarat dan ketentuan jika sesuai undang-undang yang berlaku”.
Alfen Pranata	“ya tentu mampu, kalo saya pastinya dengan cara
Syarifuddin	“ya mampu, saya menerima keputusan dengan senang hati jika sesuai kebutuhan saya mengenai perizinan”.
Adi Candra	“ya mampu, saya yakin DPM-PTSP akan memberikan pelayanan terbaik sesuai peraturan yang berlaku”.
Ruslan	“ya mampu, selalu bisa diterima jika sesuai SOP (tata urutan) yang berlaku”.
Agung	“ya mampu, dan saya bersedia menerima keputusan sesuai kebutuhan”.
Lisa Febriana	“ya mampu, bisa diterima jika pelayanan yang diberikan tidak melenceng”.
Lidia Oktavia	“ya mampu, saya berusaha patuh akan keputusan yang

	ditetapkan DPM-PTSP selagi bisa mempercepat proses perizinan yang dibutuhkan”.
--	--

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Berdasarkan pernyataan pada tabel bahwa pelanggan mampu menerima keputusan yang diberikan DPM-PTSP Kota Palembang mengenai berbagai perizinan sehingga memudahkan proses berlangsungnya pembuatan perizinan sesuai kebutuhan konsumen yang datang langsung maupun melalui website yang disediakan.

Dengan adanya hukum yang jelas yang diatur dalam undang- undang, pihak pelanggan harus bisa menerima dan menjalankan segala bentuk keputusan yang telah ada sebelumnya sehingga tujuan bersama akan terwujud sesuai keinginan masing-masing pihak. Selagi masih dalam ruang lingkup layanan DPM-PTSP, customer akan mendapatkan layanan yang dibutuhkan. Peraturan yang baik akan memberikan efek yang baik pula bagi keberlangsungan sebuah pemerintahan di Kota Palembang.

d. Tidak adanya keraguan

Keraguan merupakan ketidakpercayaan seseorang terhadap sesuatu yang tidak masuk akal, sehingga membuat orang menjadi bimbang untuk menerima apa adanya. Setiap keraguan yang ada dapat menurunkan standar pelayanan yang diterapkan. Dengan demikian DPM-PTSP berusaha menjamin customer terhadap perizinan agar tidak adanya keraguan di hati sehingga dapat memudahkan proses perizinan yang dibutuhkan.

Tabel 4.10
Tidak adanya keraguan dari penanam modal terhadap bentuk pelayanan DPM-PTSP

Informan	Hasil Wawancara
Hendra	“ya mampu, jika pelayanan dan cara kerja mereka baik pasti saya bisa dengan mudah menerima segala bentuk pelayanan yang ada”.
Revhalino	“ya mampu. Kami dengan mudah menerima segala bentuk pelayanan dari DPM-PTSP karena bersifat mobile dan online sehingga memudahkan kami selaku pelaku usaha”.
Felino Rino	“ya, mampu, dengan cara meyakinkan diri saya bahwa DPM-PTSP akan melayani dengan baik”.
Alfen Pranata	“ya tentu mampu, kalo saya pastinya dengan cara mematuhi segala keputusan yang diberikan karena telah sesuai dengan standar pelayanan”.
Syarifuddin	“ya mampu, kami patuh dan menerima segala pelayanan yang diberikan DPM-PTSP sesuai kebutuhan”.
Adi Candra	“ya mampu, saya selalu bersikap terbuka untuk bersedia menerima segala pelayanan yang diberikan sesuai kebutuhan mengenai perizinan”.
Ruslan	“ya tentu, saya menerina semua bentuk pelayanan yang

	diberikan karena layanan yang diberikan pasti telah sesuai standar operasional pegawai”.
Agung	“ya mampu, kami bersedia dan selalu menerima pelayanan yang diberikan jika telah memenuhi syarat dan ketentuan”.
Lisa Febriana	“ya mampu, saya yakin bahwa DPM-PTSP memberikan layanan sesuai peraturan yang ada”.
Lidia Oktavia	“ya mampu, saya menerima segala bentuk layanan yang ada selagi bisa mempercepat proses perizinan yang saya butuhkan”.

(Sumber: Data Diolah Penulis)

Dari tabel diatas bahwa pelanggan selalu berusaha dan bersedia meyakinkan diri mereka terhadap berbagai bentuk pelayanan yang ada dengan cara mencari informasi sesuai kebutuhan mengenai perizinan, penerimaan yang diberikan Pemohon diharapkan dapat mempercepat proses perizinan yang dilakukan.

Dengan adanya standar pelayanan yang telah dibakukan atau telah di atur berdasarkan undang-undang dan hukum yang jelas. Ketika seseorang merasa tidak puas akan layanan yang diberikan DPM-PTSP, penanam modal boleh mengajukan complain ke loket pengaduan yang telah disediakan oleh DPM-PTSP. Pegawai yang bertugas di DPM-PTSP merupakan orang-orang yang berkompeten dibidangnya

karena mereka memiliki standar operasional pegawai sehingga mereka tidak bisa memberikan layanan yang sembarangan kepada customer.

Pelayanan yang ada di DPM-PTSP telah sesuai dengan SOP (tata urutan) yang berlaku hingga saat ini. Dengan adanya SOP pegawai telah terampil memberikan layanan kepada customer agar dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan masyarakat luas sehingga pelayanan yang diberikan dapat memberikan kenyamanan dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai berbagai perizinan yang ada di DPM-PTSP kota Palembang selagi masih dalam ruang lingkup layanannya.

B. Pembahasan

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dibahas mengenai Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* Humas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanam Modal pada Perekonomian di Kota Palembang sebagai berikut:

Tujuan dari Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* adalah untuk memudahkan seseorang, lembaga ataupun instansi dalam melakukan komunikasi. Banyak tahapan yang dilakukan oleh humas dalam melakukan perencanaan Strategi Komunikasi *Stimulus Respons* diantaranya adalah, Memilih dan menetapkan komunikator, Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, Teknik menyusun pesan, Memilih media atau saluran komunikasi, Produksi media, Penyebarluasan media komunikasi, Penetapan jadwal kegiatan (*Time Schedule*), Penetapan tim kerja, Evaluasi dan audit komunikasi.

Dalam melakukan Komunikasi Humas DPM-PTSP memberikan pesan atau *stimulus* sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta memberikan penguatan dalam menyampaikan berbagai pesan kepada para pelanggan agar terjalin komunikasi yang efektif mengenai investasi. Dengan adanya pesan (*stimulus*) yang disampaikan kepada pelanggan yang menimbulkan perhatian, pengertian serta penerimaan oleh pelanggan bahwa organisme telah dapat memberikan kesediaan untuk perubahan sikap. Perubahan sikap yang dimaksudkan adalah respon yang terjadi oleh pelanggan terhadap pesan yang telah disampaikan.

Respon pelanggan terhadap pesan yang disampaikan bahwa organisme menangkap berita informasi atau pesan yang telah disampaikan sebelumnya, sehingga pelanggan yang awalnya tidak mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan hingga mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan. Respon yang ditimbulkan oleh pelanggan sangat positif karena dengan adanya perhatian, pengertian serta penerimaan yang baik terhadap pesan yang telah disampaikan menimbulkan komunikasi yang baik dalam kelanjutan pencapaian tujuan bersama mengenai investasi sehingga tidak adanya keraguan dan kesalahpahaman antar kedua belah pihak.

Segala bentuk strategi ataupun taktik yang diterapkan di front office DPM-PTSP telah terdapat dalam motto “SERVICE” dimana uraian dari kata tersebut adalah yang pertama adalah : *Smile to everyone, Everything we do is the best, Reach for the hand customer with, View the eyes customer with home atmosphere, Infite Customer to return, Creating situations with home atmosphere, Excellent.* Strategi layanan

lainnya adalah mereka juga menyiapkan Costumer Service untuk memenuhi kebutuhan apa yang diharapkan pelanggan mengenai informasi layanan, dan mereka juga menyiapkan loket pelayanan pengaduan, kemudian di DPM-PTSP juga disiapkan formulir.

Dalam meningkatkan kepercayaan, penanam modal juga sangat berpengaruh dalam perkembangan DPM-PTSP di Kota Palembang. Pelanggan berusaha membangun dan menjalin hubungan baik, bersikap akrab dan memberikan kelembutan dalam berkomunikasi terhadap DPM-PTSP sehingga dapat memperlancar proses perizinan yang dibutuhkan pemohon.

Penanam modal harus mampu bersikap akrab, memberikan kehangatan dalam berbicara, kelembutan serta memberikan sikap positif kepada DPM-PTSP agar komunikasi yang berlangsung menjadi efektif dan jelas sesuai kebutuhan pemohon. Dengan demikian DPM-PTSP dengan mudah dan efektif dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal karena pegawai yang ada telah memiliki kemampuan tersendiri dalam menghadapi berbagai jenis karakter pelanggan. Informasi yang diberikan kepada masyarakat harus to the point atau langsung kepada inti permasalahan, jangan memberikan jawaban yang ambigu atau memiliki makna ganda agar tidak membuat bingung customer yang akan melakukan perizinan. Pelayanan di DPM-PTSP telah memiliki dasar hukum yang jelas dan berdasarkan undang-undang sehingga apapun keputusan yang disediakan di DPM-PTSP harus diterima oleh pihak penanam modal.

Pemohon selalu berusaha menerima segala bentuk pelayanan yang diberikan DPM-PTSP selagi masih sesuai dengan ruang lingkup perizinan. Dalam menjamin dan meyakinkan customer agar tidak meragukan segala bentuk pelayanan yang ada DPM-PTSP memiliki kode etik dari pada pegawai yang telah diatur oleh kepala Dinas, kemudian DPM-PTSP memiliki standar pelayanan yang telah dibakukan, standar operasional pegawai (SOP). Jika ada customer yang kurang puas akan layanan yang diberikan, Customer boleh melakukan complain di loket khusus pengaduan yang telah disediakan. Pengaduan yang sesuai akan direspon atau dijawab secara langsung maupun melalui website yang tersedia.

Humas DPM-PTSP telah banyak menyiapkan dan menjalankan strategi dan taktik dalam melakukan komunikasi kepada customer agar tujuan pemerintahan dalam meningkatkan perekonomian kota Palembang dapat terealisasi sebaik mungkin dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap customer, dan tidak membandingkan serta memilih- milih dalam melayani pelanggan yang datang untuk mengurus perizinan yang mereka butuhkan. Dengan begitu customer merasa sangat puas dan merasa dihargai jika diberikan layanan yang terbaik, DPM-PTSP berharap customer nantinya akan datang kembali untuk mengurus perizinan lainnya.

DPM-PTSP Kota Palembang merupakan Dinas perizinan yang sangat membantu masyarakat dalam mengurus berbagai perizinan yang dibutuhkan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian di Kota Palembang. Dengan motto SERVICE yang diterapkan DPM-PTSP sangat efisien dalam melakukan komunikasi kepada berbagai jenis karakter masyarakat yang datang.