

The Role of Public Relations in Increasing Public Service Satisfaction in the Elimination of Dependent Rights (ROYA) and Increasing Rights (PH) at ATR/BPN Mall Bekasi Public Service Trade Center Bekasi City

Wiwin Cahyanti Kumalasari¹, Rr.Dinar Soelistyowati^{2*}

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: Dinar Soelistyowati

dinar.soelistyowati@dsn.ubharajaya.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: The Role of Public Relations, Public Service Mall, Service Quality, ATR/BPN Bekasi City

Received : 4 August

Revised : 17 August

Accepted: 23 September

©2023 Kumalasari, Soelistyowati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Public relations has a role to run an organization. The role of public relations is public relations as a party to find solutions to problems with the public, as a mediator between the organization and the public, as an advisor and decision maker of the problems faced, as a technical communication service. Public services cannot be separated from communication activities because communication acts as a tool in the process of transferring knowledge from a communicator (public relations staff) to a communicant (customer). Good service quality affects satisfaction, without proper service there will be no satisfaction. Therefore, service quality must include five dimensions developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry (in Tjiptono and Chandra, 2011: 133), namely physical evidence (tangibles), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), guarantee (assurance), and empathy (empathy). The types of services that will be discussed by the author are Registration for Elimination of Mortgage Rights (ROYA) and Increase of Rights (PH). Removal of Mortgage Rights is a certificate that must be processed if the applicant has paid off the loan with the Bank so that in the future if you want to make a transaction with the Bank it is easy to process and if this certificate is to be sold to the new owner there will be no obstacles

Peran Humas dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Publik dalam Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH) di Mall ATR/BPN Bekasi Pusat Perdagangan Pelayanan Publik Kota Bekasi

Wiwin Cahyanti Kumalasari¹, Rr.Dinar Soelistyowati^{2*}

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: Dinar Soelistyowati

dinar.soelistyowati@dsn.ubharajaya.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Peran Humas, Mal Pelayanan Publik, Kualitas Pelayanan, ATR/BPN Kota Bekasi

Received : 4 August

Revised : 17 August

Accepted: 23 September

©2023 Kumalasari, Soelistyowati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Humas mempunyai peranan untuk menjalankan suatu organisasi. Peran humas adalah humas sebagai pihak yang mencari solusi permasalahan yang ada pada publik, sebagai mediator antara organisasi dengan publik, sebagai penasehat dan pengambil keputusan atas permasalahan yang dihadapi, sebagai layanan komunikasi teknis. Pelayanan publik tidak dapat dipisahkan dari kegiatan komunikasi karena komunikasi berperan sebagai alat dalam proses transfer pengetahuan dari seorang komunikator (staf humas) kepada komunikan (pelanggan). Kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan, tanpa pelayanan yang baik tidak akan ada kepuasan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mencakup lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011:133) yaitu bukti fisik (tangibles), reliabilitas (keandalan), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) , dan empati (empati).Jenis Pelayanan yang akan dibahas adalah oleh penulis adalah Perlindungan Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH). Penghapusan Hak Tanggungan merupakan sertifikat yang harus di proses jika pemohon telah melunasi pinjaman dengan pihak Bank agar di kemudian hari ingin melakukan transaksi dengan Bank mudah untuk memprosesnya dan jika sertifikat ini mau di jual kepada pemilik yang baru tidak terkena hambatan

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat merupakan ujung tombak dalam suatu organisasi karena humas merupakan sumber informasi yang dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam mencapai tujuan organisasi. Humas merupakan perpaduan antara manajemen organisasi, komunikasi yang dilakukan oleh publik, memahami karakteristik publik, dan bentuk-bentuk publikasi untuk menyebarkan ide atau gagasan. Penyebaran gagasan atau ide dimaksudkan untuk mendapatkan kepercayaan oleh publik. Kepercayaan publik membentuk citra positif sehingga tujuan dalam kegiatan humas dapat tersampaikan dengan baik.

Pelayanan publik pada dasarnya menyangkut aspek kehidupan masyarakat yang sangat luas. Indonesia sebagai negara yang berkepulauan dan padat akan penduduk, maka peran pemerintah sangatlah penting yang berfungsi memberikan berbagai pelayanan publik yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan atau pun pelayanan-pelayanan publik lainnya. Dalam rangka memenuhi kebutuhan kehidupan masyarakat baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, utilitas, dan masih banyak lagi bidang lainnya.

Pelayanan Publik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna (Moenir, 2002).

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa (Irawan, 2002). Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan, tanpa adanya pelayanan yang tepat maka tidak akan timbul kepuasan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan harus mencakup lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011:133) yaitu bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Jenis Pelayanan yang akan dibahas adalah oleh penulis adalah Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH). Penghapusan Hak Tanggungan merupakan sertifikat yang harus di proses jika pemohon telah melunasi pinjaman dengan pihak Bank agar di kemudian hari ingin melakukan transaksi dengan Bank mudah untuk diprosesnya dn jika sertifikat ini mau di jual kepada pemilik yang baru tidak terkena hambata karena didalam sertifikat tersebut sudah ada bukti kalau sertifikat itu sudah melunasi pinjaman dengan Bank.

Mengelola Sertifikat ROYA secara tepat waktu dapat meningkatkan kualitas Pelayanan Publik di ATR/BPN Kota Bekasi. Hal lain yang perlu diselidiki meningkatkan pelayanan publik dengan meningkatkan kualitas sumber daya perangkat dan profesionalisma karyawan mengenai masalah sikap atau perilaku, yaitu wajib sikap mental yang baik dari setiap aparat pemerintah yang terlibat langsung dengan pemangku kepentingan dalam penyampaian layanan.

Sikap baik ini tentunya bukanlah seperti yang terjadi selama ini, dimana *stakeholder* dibuat susah dengan adanya pungutan-pungutan liar yang dilakukan oleh pegawai yang melayani. Hal ini perlu diperhatikan, sebab seprofesional apapun aparatur penyelenggara pelayanan publik bila memiliki integritas yang rendah hanya akan menimbulkan ketidakpuasan lain dari *stakeholder*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Hardiyansyah (2016) untuk menilai Pelayanan Publik ada lima indikator yang digunakan sebagai tolak ukur diantara sebagai berikut :

Tangibles (Bukti Fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan fasilitas komunikasi, serta kendaraan operasional. Dengan demikian, bukti langsung/ nyata merupakan indikator yang paling konkrit. Bentuknya berupa semua fasilitas yang sebenarnya bisa dilihat.

Reliability (Kepercayaan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Responsiveness (daya tanggap)

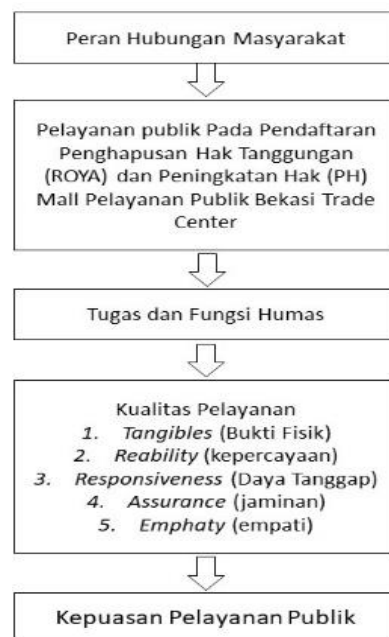
Sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat.

Assurance (Jaminan)

Jaminan adalah upaya untuk memberikan perlindungan masyarakat terhadap warganya apabila terjadi resiko yang dapat menimbulkan gangguan dalam tatanan kehidupan yang normal.

Emphaty (Empati)

Empati merupakan individual kepada pelanggan. Empati adalah perhatian yang diberikan secara personal atau individual kepada klien dengan cara menempatkan diri pada situasi klien.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survey. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode survey merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis (Idriantoro dan Supomo, 2002). Unit analisis merupakan salah satu komponen dari penelitian kualitatif. Secara fundamental, unit analisis berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan kasus dalam penelitian. Dalam studi kasus klasik, kasus mungkin bisa berkenaan dengan seseorang, sehingga perorangan merupakan kasus yang akan dikaji, dan individu tersebut unit analisis primernya (Yin, 2014). Pada penelitian ini adapun yang menjadi bagian daripada objek yang diteliti yaitu Peran Humas meningkatkan kepuasan pelayanan publik pada Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH).

HASIL PENELITIAN

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, diuraikan mengenai hasil observasi, hasil wawancara, hasil penelitian, dan pembahasan dari penelitian yaitu Peran Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Pada Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH) di ATR/BPN di Mall Pelayanan Publik Bekasi Trade Center Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan di kota Bekasi dengan mencari informan yang memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini.

Dalam mencari dan mengumpulkan informasi mengenai penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan studi pendekatan deskriptif. Pada tahapan Analisa yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan yang digunakan untuk wawancara kepada para informan sebagai pengumpulan data, yang kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana informasi yang diberikan oleh informan, penelitian melakukan beberapa tahapan yaitu wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai Peran Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Pada Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH) di ATR/BPN di Mall Pelayanan Publik Bekasi Trade Center Kota Bekasi mewawancarai 4 informan yaitu Kordinator Humas Ibu Elfrida Yunimaryanti. T., S.SiT, Petugas Humas Mas Ibram Bayu Riyandi, Unikom Broadcasting Unikom TV yaitu Pembina Unikom TV Olih Solihin, M.I.Kom dan Inggar Prayoga, M.I.Kom adapun dari koordinator Unikom TV Fakhri Putra Dermawan dan dari Crew Unikom TV Faqih Mauludin. Serta untuk informan pendukung peneliti mewa wancarai 2 mahasiswa.

Tugas rincian humas adalah melaksanakan pelayanan kehumasan yang berkaitan dengan pembentukan citra ATR/BPN Bekasi Trade Center, menyiapkan bahan kebijakan, bimbingan dan pembinaan, petunjuk teknis dan naskah dinas yang berkaitan dengan hubungan masyarakat. Berdasarkan rincian tugas humas di ATR/BPN Bekasi Trade Center Kota Bekasi dapat dilihat humas memiliki peran sebagai penghubung organisasi dengan publiknya

(communicator) karena tugas humas menyiapkan bahan-bahan dan memberikan informasi yang akan dipublikasikan kepada masyarakat.

Peran humas sebagai pembina hubungan kerjasama antara organisasi yang diwakilinya dengan pihak internal maupun eksternal (Relationship) di ATR/ BPN Bekasi Trade Center Kota Bekasi. Peran humas sebagai pendukung fungsi manajemen organisasi (Back Up Management) dapat dilihat pada tugas humas dalam menyiapkan bahan kebijakan, bimbingan dan pembinaan, petunjuk teknis dan naskah dinas yang berkaitan dengan hubungan masyarakat. Peran humas yang sebagai pembangun dan pencipta citra positif organisasi yang diwakilinya (Good Image Maker) dapat dilihat pada pelaksanaan tugas humas dalam melaksanakan pelayanan kehumasan yang berkaitan dengan pembentukan citra Perusahaan.

Humas memiliki peran sangat luar biasa karena peran itu yang paling dekat dengan masyarakat dan juga pimpinan. Peran Humas ATR/BPN Kota Bekasi Mall Pelayanan Publik Bekasi Trade Center menyosialisasikan seluruh program strategis agar mendapatkan citra positif. Selain itu, Humas juga dituntut untuk melihat, mendengar, dan merasakan, serta harus memiliki respon yang cepat.

Peran Humas di Kantor ATR/BPN Kota Bekasi Mall Pelayanan Publik Bekasi Trade Center sendiri adalah mengoptimalkan jaringan komunikasi dan informasi. Humas MPP BTC bertugas menyampaikan informasi terkait pelayanan Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak (PH), Humas bertugas menyiarkan informasi tersebut melalui beberapa cara, seperti mengunggahnya di media social instagram, twitter dan website BPN Kota Bekasi. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui bahwa ATR/BPN Kota Bekasi menyediakan Mall Pelayanan Publik di Bekasi Trade Center untuk mempermudah masyarakat dalam pengurusan Pendaftaran Penghapusan Hak Tanggungan (ROYA) dan Peningkatan Hak.

Kaitan Peran Humas dengan Kualitas Pelayanan adalah karena humas merupakan komunikator atau penghubung langsung antaran perusahaan dengan public. Selain itu, humas memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan citra perusahaan. Kualitas Pelayanan yang baik berdampak pada kepuasan pelanggan dan memberikan efek positif pada citra perusahaan.

Untuk mengetahui kualitas layanan publik di ATR/BPN Kota Bekasi BTC saat ini, peneliti memilih menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Hardiyansyah (2011:46-47), yaitu Tangibel (Berwujud), Reability (Kehandalan), Responsiviness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), dan Empaty (Empati).

PEMBAHASAN

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Zeithaml dkk. Bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi, yaitu *Tangible*, *Reability*, *Responsiviness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Dimensi Tangibel (Berwujud) Pada penelitian ini, tangibel mencakup hal-hal sebagai berikut: penampilan fisik dari aparatur, fasilitas, peralatan dan sarana pada Kantor ATR/BPN Kota Bekasi yang dimanfaatkan dalam pelaksanaan pelayanan public kepada seluruh pelanggan kantor. Dimensi tangibel ditentukan oleh indikator-indikator yaitu penampilan aparatur saat melaksanakan tugas pelayanan, kenyamanan sarana pelayanan, kemudahan persyaratan pelayanan Pendaftaran Sertifikat Penghapusan Hak Tnaggunna (ROYA) dan Peningkatan HAK (PH), kedisiplinan petugas jaga loket pelayanan, kemudahan akses jangkauan ke lokasi MPP Bekasi Trade Center, dan penggunaan alat bantu komputer dalam melakukan pelayanan kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan publik di Mall Pelayanan Publik ada dimensi tangibel berdasarkan data dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian bisa dikatakan baik karena dari indikator yang ada dalam dimensi Tingabel ini hampir semuanya baik. Hal yang baik dalam dimensi ini antara lain kerapian pegawai, kemudahan proses pelayanan, kedisiplinan petugas, kemudahan akses dan penggunaan teknologi dalam pelayanan. Tapi pada indikator tempat pelayanan ini kurang karena pelayanan yang tersedia hanya dua, tidak ada pelayanan lain seperti balik nama, ganti blangko, penurunan hak dll. Pada dimensi tangibel ini menunjukkan hal yang baik. Meski bobot dari dimensi tangibel ini tak seberat bobot dari manusia atau aktor pemberi pelayanan. Apabila dipersiapkan dengan baik ibarat buku maka covernya langsung kelihatan cantik dan menarik, sehingga mampu membuat pelanggan atau calon pelanggan datang dan menikmatinya selama transaksi terjadi. Banyak faktor yang bisa menyebabkan dimensi tangibel pada layanan di kantor pos ini baik. Pertama, tangibel itu mudah di atur dan dikondisikan dengan baik, sehingga tak serumit mengatur orang atau karyawan. Selain itu mudahnya dalam mengatur produk-produk dalam dimensi ini membuat MPP bisa lebih leluasa mengkonsentrasikan waktu dan pemikirannya untuk hal yang lebih krusial tanpa meninggalkan tampilannya. Kedua, tingginya komitmen MPP untuk merevitalisasi semua asset tangibel yang mereka miliki. Perbaikan kondisi asset dari MPP itu ditunjukkan untuk para pelanggan.. Selain itu asset tangibel itu berdampak langsung pada hasil yang didapatkan. Apabila ada seorang pelanggan ATR/BPN Kota Bekasi yang melihat Mall Pelayanan Publik di Bekasi Trade Center yang baru nyaman dia pasti langsung memilih melakukan transaksi pelayanan di MPP dibanding dengan tempat pelayanan yang lain tapi sama jenis pelayanannya.
- 2) Dimensi Realibility (Kehandalan) Realibility merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cermat, sesuai standar, kemampuan dan keahlian penggunaan alat bantu dalam pelayanan publik yang dilakukan oleh MPP. Dimensi realibility ditentukan oleh

indikator-indikator kecermatan, standar pelayanan, kemampuan menggunakan alat bantu, dan keahlian menggunakan alat bantu. Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi realibility kualitas pelayanan publik di MPP baik. Karena indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini terpenuhi dengan sangat baik. Indikator tersebut antara lain kecermatan petugas dalam melayani pelanggan ini dimana sistem pelayanan sudah menggunakan teknologi, standar pelayanan menggunakan Service Excellent, dan kemampuan dan keahlian petugas dalam mengoperasikan alat bantu pelayanan tidak diragukan lagi. Dimana para pelayan yang didepan itu muda dan minimal lulusan D3 yang direkrut oleh ATR/BPN Kota Bekasi layani pelanggan. Sehingga kemampuan petugas untuk mengoperasikan dan menguasai teknologi dalam sistem pelayanan publik sangat cepat. Pada dimensi realibility menunjukkan hasil yang baik juga. Dalam dimensi ini memiliki 2 hal penting yakni pertama, kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan secara akurat atau tanpa kesalahan. Hal tersebut tak akan ada gunanya tanpa di dukung oleh sarana dan prasaran yang memadai dan juga sumber daya manusia yang kompeten. Untuk sarana dan prasara yang ada sudah baik, sebagaimana yang diungkapkan pada dimensi tangible. Sedangkan untuk sumber daya manusia yang kompeten MPP sudah memasukan kualifikasi yang dibutuhkan dalam proses rekrutmen pegawai MPP.

- 3) Dimensi Responsiviness (Respon/ Ketanggapan) Responsiiviness merupakan kesediaan dan kesadaran untuk merespon setiap pemohon pelayanan dengan cepat, tepat, cermat, dan merespon setiap keluhan yang disampaikan oleh pemohon pelayanan. Dimensi responsiviness dalam penelitian ini ditentukan oleh indikator-indikator merespon setiap pelanggan dengan cepat, tepat, cermat, tepat waktu dan merespon keluhan-keluhan pelanggan. Pegawai MPP yang memberikan sapaan pada setiap pelangganya merupakan hal baik dalam sistem pelayanan publik. Sapaan itu dapat membuat para setiap pelangga itu merasa lebih dihargai oleh pegawai. Kemampuan yang dimiliki oleh para pegawai yang berada didepan guna melayani pelanggan mempunyai kemampuan yang lebih dibanding pegawai yang berada dibelakang layar MPP. Selain berpendidikan minimal D3 setiap pegawai yang didepan haruslah melewati pendidikan dari kantor ATR/BPN Kota Bekasi yang bermateri Service Excellent yang diadakan oleh ATR/BPN Kota Bekasi. Namun dari indikator respon keluhan pelanggan itu kurang maksimal. Hal ini terlihat dari minimnya partisipasi pelanggan dalam mengkritik pelayanan yang ada dikantor. Ada beberapa hal yang menyebabkan kurangnya minimnya partisipasi masyarakat antara lain; penempatan lokasi kotak kritik dan saran yang kurang strategis, kelengkapan yang mendukung partisipasi pelanggan tidak ada karena cuma ada kota tanpa ada form yang disediakan untuk para pelanggan. Selain itu saluran penyampain kritik dan saran yang masih manual, juga menjadi hal yang membuat kurangnya kritik atau saran bagi MPP. Rangkaian analisis kualitatif yang

dilakukan terhadap dimensi responsiveness dapat dijelaskan sebagai berikut; hasil kualitas pelayanan publik di MPP pada dimensi responsiveness baik juga karena dari tiga indikator yang ada dalam dimensi ini dua positif. Dua hal positif dalam dimensi ini adalah respon petugas terhadap pelanggan, petugas menyapa setiap pelanggan dan petugas MPP sangat cepat, tepat dan dan cermat seperti tidak adanya penumpukan antrian pelanggan yang meminta pelayanan. Tapi pada respon keluhan pelanggan terhadap pelayanan MPP ini kurang karena kurang adanya partisipasi pelanggan dalam mengisi kotak yang disediakan oleh pihak MPP. Pada dimensi responsiveness ini sebuah pelayanan sesuai yang diharapkan masyarakat dan selalu meningkat dalam waktu ke waktu. Selain itu ada partisipasi ide dari masyarakat dalam memberikan masukan pada MPP menciptakan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dari pada masyarakat. Hasil yang baik pada dimensi ini ditunjukkan oleh MPP. Hal itu terjadi karena sikap dari pelayan yang berada didepan yang berhadapan langsung dengan para pelanggan. Sikap yang kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan. Selain itu jawaban dari customer service melalui telepon pada para pelanggan yang jelas memberikan hal lebih pada para pelanggan yang berhalangan datang ke MPP BTC. Dan semua itu tidak cukup tanpa ada dukungan ruang pelayanan yang nyaman, bersih dan rapi akan membuat pelanggan lebih toleran terhadap waktu dan lebih sabar menunggu waktu untuk dilayani.

- 4) Dimensi Assurance (Jaminan) Assurance merupakan kemampuan aparatur dalam memberikan jaminan, jaminan dari segi ketepatan waktu, biaya, legalitas, serta kepastian biaya dalam proses pelayanan publik di MPP. Dimensi assurance ini ditentukan oleh indikator-indikator; yaitu jaminan kepada para pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan. Pada dimensi assurance pada penelitian ini menunjukkan hasil yang baik. Dimensi assurance itu berisi antara lain memberikan keyakinan dan membangun rasa percaya dalam diri pelanggan untuk tetap menggunakan jasa dari MPP. Hal yang menyebabkan baiknya dimensi ini antara lain adalah. Pertama, pegawai yang kompetitif. Petugas yang melayani dengan ramah dan dapat menciptakan kesan pertama yang baik bagi para pelanggan. Menciptakan kesan pertama yang baik itu dapat membangun rasa kepercayaan antar pelanggan dengan MPP, sehingga hal itu menjadi hal penting dalam sebuah pelayanan. Kedua, kredibilitas dalam setiap pelayanan. Dalam setiap pelayanan di MPP itu pasti ada secarik kertas atau tanda terima yang berisi tentang catatan transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Dengan tanda terima itu, pelanggan diyakinkan bahwa mereka akan dapat melakukan klaim apabila suatu saat terjadi sesuatu. Dan yang terakhir adalah keamanan dalam pelayanan. Mall Pelayanan Publik mampu memberikan keamanan dalam setiap pelayanannya. Aman karena MPP jujur dalam bertransaksi dan tidak ada pungutan liar.

- 5) Dimensi Emphaty (Empati) Emphaty yaitu perhatian yang diberikan kepada pelanggan pelayanan publik . Kesiediaan mendahulukan kepentingan pemohon pelayanan, sikap ramah, sopan, santun, tidak diskriminatif, dan sangat mnghargai setiap pemohon pelayanan di MPP. Dimensi emphaty ditentukan oleh indikator-indikator: mendahulukan kepentingan pelanggan, sikap pelayanan yang ramah, sopan, santun dan tidak diskriminatif (membedabedakan). Pegawai MPP melihat pelanggan sebagai seorang penggunaan yang mendukung dengan keberadaan Mall Pelayanan Publik dan harus mendapat pelayanan yang memuaskan. Hal ini terlihat dari prioritas pelayanan yang diberikan pada setiap pelanggan yang sesuai dengan misi dari MPP pada para pelanggan yang berkomitmen untuk menyediakan pelayanan yang tepat waktu dan bernilai baik. Sikap petugas pelayanan yang ada didepan loket pelayanan MPP juga baik. Dimana setiap para pegawai memberi sapaan pada setiap para pelanggan dan menerima para pelanggan dengan berdiri.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Badan Pertanahan Nasional (BPN) kota Bekasi merupakan salah satu daerah yang menjalankan program Mall Pelayanan Publik (MPP). Lokasi Mall Pelayanan Publik (MPP) Kota Bekasi saat ini berada di pusat perbelanjaan BTC MAL lantai Ground Floor yang beralamat di Jl. HM. Joyo martono No. 42 DE, RT. 003/021, Margahayu Bekasi Timur Kota Bekasi.

Tujuan kehadiran Mal Pelayanan Publik adalah memberi kemudahan, kecepatan , keterjangkauan kemanan dan kenyamanan kepada masyarakat dalam mendapatkan pelayanan. Selain itu untuk meningkatkan daya saing global dalam memberikan kemudahan berusaha di Indonesia. Prinsip yang dianut dalam Mall Pelayanan Publik yaitu keterpaduan, berdayaguna, koordinasi, akuntabilitas, akseibilitas dan Kenyamanan.

Untuk mengetahui kualitas layanan publik di ATR/BPN Kota Bekasi BTC saat ini, peneliti memilih menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Hardiyansyah (2011:46-47), yaitu Tangibel (Berwujud), Reability (Kehandalan), Responsiviness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), dan Emphaty (Empati).

PENELITIAN LANJUTAN

Peneliti memiliki saran yang diharapkan dapat membangun dan bertujuan memperbaiki kekurangan yang ada. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti secara mendalam mengenai peran *public humas* dalam meningkatkan pelayatan public dengan menggunakan teori pelayanan publik sebagai komunikator dalam menjembatani tujuan dan maksud perusahaan/intansi kepada pemohon .

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sempurnanya Skripsi ini. Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca. Pada umumnya, sehingga dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Devito, Joseph. 1997. Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: *Professional Books*.
- A.S. Moenir. (2002). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, E & Soemirat. (2010). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bambang, S & Indriantoro. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Penerbit BFEE UGM
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center dan Glen M.Broom. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Hardiyansyah, 2015, Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi, Yogyakarta : Gava Media
- Iriantara, Yosol. (2004). Manajemen Strategis. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Irawan, Handi. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kriyantono. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Kencana
- Nofrion. (2016). Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran. Jakarta: Prenada Media
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2004). Pengembangan Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Onong Uchjana Effendy. (1993). *Human Relations dan Public Relations*, Bandung: Mandar Maju
- Ruslan, Rosady. (2012), Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- A. Devito, Joseph. 1997. Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: *Professional Books*.
- A.S. Moenir. (2002). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, E & Soemirat. (2010). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bambang, S & Indriantoro. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Penerbit BFEE UGM

- Cutlip, Scott M, Allen H. Center dan Glen M.Broom. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Hardiyansyah, 2015, *Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta : Gava Media
- Iriantara, Yosol. (2004). *Manajemen Strategis*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kriyantono. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Kencana
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2004). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Onong Uchjana Effendy. (1993). *Human Relations dan Public Relations*, Bandung: Mandar Maju
- Ruslan, Rosady. (2012), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset
- Alfi, I. & Dedi, R. S. (2018). Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan komunikasi*, 3 (2), 193-210
- Erdudi. (2018). Strategi *Public Relation* dalam Membangun Hubungan dengan Media Massa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 15, (2), 35-41
- Hidayah, Rochma. (2015). Kajian Tugas dan Fungsi Hubungan Masyarakat di Kantor Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. *E-Journal "Acta Diurna"*, 4 (3), 1-8
- Kurniawan, Dani. (2018). Komunikasi Model Laswell dan *Stimulus-Organism-Response* dalam Mewujudkan Pembelajaran yang Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2 (1), 67-68
- Mardhiah, Ainol. (2008). Eksistensi *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) Pada Suatu Perusahaan (Suatu Tinjauan *Public Relations* dalam Perspektif Komunikasi). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6 (2), 91-98
- Satlita, L. (2015). Resposisi Peran dan Fungsi Strategis *Public Relations* dalam Organisasi. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 4(1), 1-20