

ARTIKEL ORISINAL

Strategi *Institution Image* Bidang Penataan Peraturan Lingkungan DLHK Kabupaten Karawang

Saras Desca Lestari^a, Fajar Hariyanto^b, dan Yanti Tayo^c

^{abc}Universitas Singaperbangsa Karawang

This study examines the Institution Image strategy carried out in Department of Environment and Sanitation or Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) of Karawang Regency. Using descriptive qualitative methods, by conducting interviews with employees who handle services at DLHK Karawang Regency, and the people who receive services, the results show that public service communication provided by the PPL DLHK Karawang Regency has given a pretty good impression. The community and the company have received complete information and good service, because important aspects/dimensions in service communication already exist at the Karawang Regency DLHK. However, there are still some shortcomings, namely, DLHK Karawang Regency does not have brochures, leaflets or films about services. Whereas in the implementation of public service communication one must pay attention to all things that can support the achievement of the goal of providing excellent service.

Keywords: communication, public services, institution image, communication public services.

Studi ini mengkaji strategi Institution Image yang dilakukan bidang Penataan Peraturan Lingkungan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kabupaten Karawang. Melalui metode kualitatif deskriptif, penggalan data dilakukan dengan wawancara pada pegawai yang menangani pelayanan di DLHK Kabupaten Karawang, dan masyarakat yang menerima layanan. Hasil studi ini menyebutkan, komunikasi pelayanan publik yang diberikan oleh bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang sudah memberikan kesan yang cukup baik. Masyarakat maupun perusahaan sudah mendapatkan informasi yang lengkap dan pelayanan yang baik karena aspek/dimensi penting dalam komunikasi pelayanan sudah dijalankan oleh DLHK Kabupaten Karawang. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan, yaitu DLHK Kabupaten Karawang tidak memiliki brosur, leaflet, maupun film tentang pelayanan. Padahal, dalam pelaksanaan komunikasi pelayanan publik haruslah memperhatikan semua hal yang dapat mendukung tercapainya tujuan pemberian pelayanan yang prima.

Kata Kunci: komunikasi, pelayanan publik, institution image, komunikasi pelayanan publik.

Hal baru dalam pemanfaatan teknologi komunikasi yang dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Karawang dalam sektor pelayanan kepada masyarakat adalah dengan menciptakan sebuah aplikasi. Saat ini, pelayanan kepada masyarakat untuk melakukan pengaduan kepada pihak Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kabupaten Karawang, dapat dilakukan melalui aplikasi yang di-*install* pada gawai. Aplikasi tersebut bernama “Tanggap Karawang” atau yang lebih sering disebut Tangkar. Aplikasi ini dapat diunduh pada *play store* atau *appstore* pada *smartphone*. Tangkar sendiri muncul pada pertengahan bulan Februari 2019. Aplikasi ini merupakan terobosan baru yang dibuat oleh

Corresponding author: Saras Desca Lestari; e-mail: sdllesca@gmail.com

pemerintah Kabupaten Karawang dalam memaksimalkan pelayanan publik. Semakin majunya teknologi di era yang serba modern ini menjadi tantangan yang dihadapi oleh DLHK Kabupaten Karawang. Digitalisasi pada unsur-unsur pelayanan diharapkan mempermudah aparaturnya untuk melakukan komunikasi pelayanan pada pengguna layanan. Sebelumnya, pelayanan dilakukan secara manual dan mengharuskan pengguna layanan datang ke Kantor DLHK Kabupaten Karawang.

Kemampuan melakukan interaksi dan keterampilan komunikasi wajib dimiliki oleh seorang aparaturnya pelayanan publik (Saleh, 2010). Hal tersebut merupakan aspek penting yang mempengaruhi pelaksanaan pelayanan publik, dan penilaian pengguna layanan publik tercermin dari fasilitasi yang dilakukan oleh pemberi layanan. Karenanya, tujuan pelayanan prima hanya akan tercapai jika pelaksanaan pelayanan publik memperhatikan hal-hal yang mendukung komunikasi dengan pengguna layanan. Komunikasi yang baik berperan penting, sebab setiap tindakan berpotensi dan melibatkan komunikasi. Maka, setiap aspek dalam komunikasi pelayanan publik haruslah bersifat komprehensif yang meliputi aspek komunikator serta sarana dan prasarana yang memadai.

DLHK merupakan organisasi pemerintah yang bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang lingkungan hidup. Lembaga tersebut menjalankan pelayanan komunikasi publik sesuai visi dan misi organisasi: mampu menyediakan data dan mengembangkan sistem informasi lingkungan hidup yang mudah diakses dan berkualitas. DLHK Kabupaten Karawang memiliki beberapa bidang dalam struktur organisasi, salah satunya ialah bidang Penataan Peraturan Lingkungan (PPL). Dalam melaksanakan komunikasi pelayanan publik, Bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang menyediakan *form* pengaduan pada *website* resminya. Selain melalui *website*, dapat melakukan pengaduan melalui *Facebook Karawang Info*, melalui *instagram* (@dlhkkrwkab dan @cellicanurrachadiana), dan melalui aplikasi *Tanggap Karawang*. Beberapa hal tersebut bertujuan untuk mempermudah Bidang PPL dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan PERBUP Nomor 14 Tahun 2017. Sebagai salah satu komunikasi pelayanan publik yang diberikan oleh DLHK Kabupaten Karawang, serta memberikan wadah kepada masyarakat Karawang untuk melakukan pengaduan yang berkaitan dengan lingkungan hidup dan kebersihan.

Pelaksanaan komunikasi pelayanan publik sebaiknya memperhatikan semua hal yang dapat mendukung tercapainya tujuan memberi layanan prima, karena setiap tindakan berpotensi komunikasi dan komunikasi berada dalam ruang dan waktu. Untuk itu, setiap aspek dalam pelayanan publik haruslah bersifat komprehensif, yang meliputi aspek komunikator, sarana, dan prasarana yang baik dalam memberikan pelayanan terbaik pula pada masyarakat (Purwaning, 2014). Berdasarkan latar belakang di atas, studi ini akan mengkaji strategi *Institution Image* yang dilakukan bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang.

Studi mengenai pelayanan publik di Indonesia mayoritas mengkaji pelayanan berbasis *e-government*, khususnya di tingkat pemerintahan lokal (Hermana & Silfianti, 2011; Prahono, 2015; Aritonang, 2017), dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan masyarakat pada pemerintahan lokal (Lanin & Hermanto, 2019), serta dampak proliferasi pada pemerintahan lokal terhadap akses pendidikan dan akses layanan

infrastruktur (Lewis, 2017). Tapi, belum ada yang yang secara khusus meneliti institusi terkecil, dalam hal ini dinas pada pemerintahan lokal. Karena ketiadaan studi tersebut, maka studi ini bermaksud untuk mengisi celah kekosongan itu.

Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan berfokus pada bagaimana *Institution/Corporate Image* pada bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang. Penelitian ini dilakukan di DLHK Kabupaten Karawang dengan menggunakan *purposive sampling*. Informan yang dipilih dalam studi ini adalah pegawai atau aparatur yang bertugas memberi pelayanan di DLHK Kabupaten Karawang, serta masyarakat penerima layanan. Data yang diperlukan diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Dalam studi ini, analisis dilakukan dengan langkah pengumpulan data, mereduksi data, menyajikan data, dan pengambilan keputusan data atau verifikasi.

Komunikasi dalam Pelayanan Publik

Institution/Corporate Image merupakan aspek penting dalam komunikasi pelayanan publik. Saleh (2010) menjelaskan bahwa yang memengaruhi pencitraan dalam komunikasi pelayanan publik adalah kesan atas lembaga itu sendiri yang dihasilkan dari informasi yang diproduksi oleh lembaga melalui brosur, leaflet, maupun film tentang pelayanan. Dalam informasi yang disuguhkan pada publik, maka hal yang harus diperhatikan adalah dengan desain dan *layout* publikasi tersebut harus mampu memberikan kesan elegan dan profesional. Dalam produk komunikasi itu perlu dijelaskan pula kualitas pelayanan, program unggulan, dan kemudahan dari pelayanan yang diberikan. Dalam pelaksanaan komunikasi pelayanan publik haruslah memerhatikan semua hal yang dapat mendukung tercapainya tujuan pemberian pelayanan yang prima, karena setiap tindakan berpotensi komunikasi dan komunikasi berada dalam ruang dan waktu. Untuk itu, setiap aspek dalam komunikasi pelayanan publik haruslah bersifat kompresensif yang meliputi aspek komunikator, tata ruang kantor, hingga penyediaan beberapa sarana dan prasarana yang memadai.

Laswell (dalam Fiske, 2010) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses yang melibatkan siapa mengatakan apa, dengan saluran macam apa, kepada siapa, dan apa efeknya. Sementara Carl I. Hoveland melihat komunikasi dipahami sebagai proses yang memungkinkan komunikator menyampaikan pesan dengan tujuan mengubah perilaku orang lain. Di sisi lain, Jhon R. Schemerhorn dalam bukunya berjudul *Managing Organizational Behavior* menyatakan bahwa “komunikasi diartikan sebagai proses antarpribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka”.

Sementara, komunikasi antarpribadi, dalam pandangan Onong (2002) merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Sifat komunikasi antarpribadi yang dialogis dan berupa percakapan timbal-balik dianggap sebagai jenis komunikasi yang efektif untuk mengubah pendapat ataupun perilaku seseorang. Umumnya, komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan memungkinkan kontak secara pribadi (*personal contact*), umpan balik seketika (*immediate feedback*), dan tanggapan komunikan atas pesan yang ia terima. Jika umpan balik bernada positif, maka komunikator dapat mempertahankan cara komunikasinya, begitu pula sebaliknya (Onong, 1986). Oleh

karena itu, jenis komunikasi ini kerap digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif yang berguna untuk membujuk atau mengajak.

Definisi *Public Relations* yang beragam didasari oleh perbedaan sudut pandang mereka terhadap penerapan *Public Relations*. Hal ini menunjukkan keluasan ruang lingkup *public relations*. DeFleur dan Dennis (1988), mengutip Scott Cutlip dan Allan Center, mendefinisikan *public relations* sebagai “upaya terencana guna memengaruhi opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak”. Mereka juga mengutip pengertian Edward L. Bernays, yang mengatakan bahwa *public relations* merupakan “sebuah profesi yang berkenaan dengan relasi-relasi sebuah unit dengan publik yang mencerminkan relasi dan dasar berlangsungnya kehidupan”. Bagi DeFleur dan Dennis (1988), “*public relations* merupakan proses komunikasi, yang mana individu atau unit-unit masyarakat berupaya untuk menjalin relasi yang terorganisir dengan beragam kelompok atau publik tujuan”.

Sebagaimana komunikasi, pengertian pelayanan juga berbeda-beda. Donald (dalam Hardiyansyah, 2011) melihat bahwa pelayanan dapat dipahami sebagai kegiatan yang dilakukan oleh pihak tertentu kepada pihak lain, dalam wujud tertentu, tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, dan proses produksinya tidak terikat dengan munculnya produk fisik. Gronroos (1990) melihat “pelayanan ialah kegiatan atau serangkaian kegiatan yang tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pengguna layanan atau konsumen dengan fasilitas yang disediakan oleh lembaga pemberi pelayanan dengan tujuan untuk mengatasi persoalan pelanggan atau konsumen”. Adapun karakteristik yang dimiliki pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2008), yakni *Intangibility*, *Heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability*.

Di sisi lain, publik dipahami sebagai sejumlah manusia yang memiliki kesamaan pandangan terhadap hal-hal umum. Bahasa Indonesia menyerap istilah ini untuk mengilustrasikan sesuatu yang umum, atau orang banyak, atau ramai. Sementara Inu et. al. (dalam Sinambela, 2006) menerangkan bahwa publik adalah sejumlah manusia yang memiliki cara berpikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma, serta merasa saling memiliki (Sinambela, 2006).

Pasal 1 Bab I Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik sebagai “kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.” Pelayanan publik bertujuan memfasilitasi kebutuhan dan keperluan masyarakat maupun penggunaannya. Selain itu, ia dapat digunakan untuk membangun citra positif lembaga terkait di mata umum. Saleh (2010) melihat komunikasi berperan penting dalam pelayanan publik, sebab komunikasi sangat menentukan kualitas pelayanan dan mampu memengaruhi perilaku pengguna. Kepuasan pengguna layanan ditentukan kinerja dan kualitas layanan yang diberikan penyelenggara layanan publik.

Segala bentuk pelayanan publik, baik dalam bentuk barang atau jasa, memerlukan komunikasi. Kemampuan menjalin komunikasi yang baik akan meningkatkan kualitas

pelayanan publik. Sementara komunikasi yang buruk menyebabkan pesan-pesan tidak tersampaikan dengan baik. Selama ini, citra pelayanan publik tidak cukup baik, dan citra tersebut tampak melalui ketidakmampuan penyelenggara layanan dalam berkomunikasi dengan pengguna layanan. Berdasarkan hal tersebut, komunikasi jelas merupakan faktor penting dan menentukan penilaian masyarakat terhadap pelayanan publik. Di titik ini, kemampuan komunikasi yang mumpuni mutlak diperlukan dan dimiliki oleh aparatur pelayanan publik, sehingga akan memberi kepuasan terhadap pengguna.

Terdapat beberapa prinsip komunikasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik untuk mencapai hasil yang maksimal, yakni: (a) Segala tindakan atau interaksi dalam penyelenggaraan pelayanan publik berpotensi komunikasi, (b) Interaksi organisasi dengan sasarannya terjadi melalui tindakan-tindakan komunikasi, (c) Komunikasi bertujuan memengaruhi, menguasai pandangan dan penilaian, mengajak kerjasama (*positivistik*), (d) Komunikasi bertujuan memberi dan melakukan pemaknaan atas setiap interaksi yang terjadi, sehingga terjalin kesepahaman dan hubungan yang saling menguntungkan (*humanistik*), dan (e) Semakin dekat hubungan psikososial individu atau organisasi terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan, semakin efektif kegiatan komunikasi yang dilakukan.

Komunikasi pelayanan publik atau *public service communication* dipahami sebagai praktik komunikasi yang bertujuan untuk menunjang penyelenggaraan pelayanan publik yang maksimal dan memuaskan pelanggan lembaga tertentu. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan harmonis dan dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi (Saleh, 2010). Ada beberapa asumsi yang memandang perlunya kegiatan komunikasi pelayanan publik ini dilakukan, antara lain: jika lembaga tidak mampu memberikan pelayanan yang memadai, maka transaksi bisnis berpeluang kecil atau bahkan tidak akan terjadi (*no service, no business*); pelanggan atau pengguna layanan berhak memilih produk atau jasa sesuai kehendak mereka, dan mereka berhak memilih produk atau jasa lembaga tertentu jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dari lembaga tersebut; pelanggan tidak bergantung pada perusahaan, namun sebaliknya, perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan (eksistensi dan keberlanjutan perusahaan). Bidang kajian Komunikasi Pelayanan Publik (*Public Service Communication*) antara lain: *Public Service*, yaitu kegiatan pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga kepada konstituennya, sehingga hubungan yang saling menguntungkan dapat terbentuk; Layanan jasa, kajian komunikasi *public service* dalam hal ini lebih menekankan pada aspek layanan jasa yang diberikan oleh suatu lembaga yang tidak ditujukan lembaga yang berkepentingan untuk menghasilkan produk; Kualitas layanan merupakan hasil akhir yang diharapkan dari setiap kegiatan pelayanan yang diberikan dan berupa kesesuaian antara harapan dan apa yang diperoleh, sehingga dinilai positif oleh pelanggan; Loyalitas layanan, yaitu dampak yang diperoleh dari sebuah proses pemberian layanan jasa yang berkualitas dan dipersepsikan baik oleh setiap pelanggan, sehingga mampu menjadikan para pelanggan bertahan dengan layanan yang diberikan.

Fokus kajian Komunikasi Pelayanan Publik (*Public Service Communication*) ini menekankan pada aspek-aspek berikut, antara lain: Citra dan reputasi, yang dipahami sebagai bagaimana kegiatan komunikasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik mampu membentuk citra yang baik untuk lembaga dan mendorong terbangunnya reputasi yang baik bagi lembaga tersebut; *Handling complaint*, merupakan kegiatan komunikasi pelayanan

publik untuk memfasilitasi persoalan dan keluhan publik serta bagaimana strategi komunikasi yang efektif untuk menyiasati hal tersebut; Etika pelayanan, kajian komunikasi pelayanan publik ini menekankan bagaimana perilaku yang dinilai baik atau etika dalam memberikan pelayanan kepada publik dengan baik; *Service excellent*, kajian komunikasi pelayanan publik yang mencermati bagaimana pemberian pelayanan yang terbaik bagi masyarakat dilakukan; *Customer service*, yaitu kemampuan atau kompetensi untuk memberi perhatian dan fasilitasi yang tulus bagi para pengguna layanan (Saleh, 2010).

Manajemen Citra DLHK Kabupaten Karawang

Bidang PPL sudah berusaha mencitrakan DLHK Kabupaten Karawang sebagai *institution/corporate* yang baik di mata masyarakat maupun perusahaan (pelanggan). Cara mencitrakannya antara lain selalu memberikan informasi yang lengkap tentang semua pengelolaan lingkungan kepada pelanggan, memberikan kemudahan bagi pelanggan dari pelayanan yang diberikan, sampai mampu memberikan kualitas pelayanan prima pada setiap pelanggan.

Niki Jatnika (Kepala Seksi Penyelesaian Pengaduan dan Penerapan Sanksi) menjelaskan bahwa pihak DLHK Kabupaten Karawang, khususnya bidang PPL, sudah memberikan informasi kepada masyarakat dan perusahaan dengan lengkap dan baik. Namun, terkadang masyarakat masih tidak bisa membedakan untuk menentukan tujuan pengaduan tersebut kepada Dinas atau Organisasi Perangkat Daerah. Umumnya, yang mereka tahu hanya menyampaikan apa yang mereka keluhkan, dan apa yang terjadi di sekelilingnya, (mengadukan) hal tersebut kepada DLHK Kabupaten Karawang. Padahal, DLHK Kabupaten Karawang itu hanya menerima dan akan menindak lanjut sebuah pengaduan terkait suatu kegiatan yang menimbulkan dampak-dampak negatif untuk lingkungan hidup. DLHK Kabupaten Karawang juga telah memberikan kemudahan pelayanan kepada pelanggan, ditambah lagi sudah adanya aplikasi Tanggap Karawang (Tangkar) yang dibuat oleh pemerintah Kabupaten Karawang. Serta ketika pelanggan menemui kesulitan untuk mengurus beberapa hal, misalnya tentang pembuangan sampah domestik dari pabrik, maka pihak PPL akan menjelaskan bagaimana cara membuang sampah domestik tersebut, dan harus memiliki perizinan untuk membuang sampah domestiknya. Untuk hal-hal terkait pemenuhan dokumen, pelaporan, perizinan, pemenuhan fasilitas pengelolaan lingkungan dan pengelolaan sampah.

Menurut Senjaya (Kepala Seksi Pengawasan), yang menjadi masalah adalah, dalam jangka waktu satu tahun hanya 60 perusahaan yang didatangi atau dikunjungi oleh bidang PPL untuk suatu kegiatan pengawasan. Selebihnya adalah bidang lain yang terdapat di DLHK Kabupaten Karawang. Seperti bidang tata lingkungan yang belum lama ini baru saja mengadakan sosialisasi tentang *Online Single Submission* (OSS), yaitu sistem perizinan daring terpadu yang dilakukan oleh pemerintah pusat langsung tanpa perantara.

Ade Imam Asy'ari (Kepala Seksi Pengaduan) menambahkan, jika untuk perusahaan atau pelaku usaha pasti sudah mengetahui peraturan-peraturan yang menyangkut lingkungan hidup. Namun, lain halnya untuk kalangan masyarakat, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui peraturan lingkungan hidup. Karena tidak semua masyarakat memiliki

rasa ingin tahu yang sama terhadap banyak informasi. Contohnya seperti informasi tentang peraturan lingkungan hidup. Jadi, jika masyarakat tidak diberikan informasi oleh pihak DLHK Kabupaten Karawang, maka masyarakat tidak berusaha untuk mencari informasi sendiri.

Menurut Permadi Utama (Penjabat Pengawas Lingkungan Hidup), pihak DLHK Kabupaten Karawang, khususnya dibidang PPL, selalu memberikan informasi pelayanan yang lengkap, namun kurang menyeluruh dan merata. Karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) pada bidang ini, dan banyaknya perusahaan di Karawang, yaitu lebih dari 2.168. Hal tersebut membuat peraturan-peraturan tentang lingkungan hidup tidak tersosialisasikan secara menyeluruh dan merata. Sedangkan Kementerian Lingkungan Hidup tidak bisa sepenuhnya menyalahkan pihak DLHK Kabupaten Karawang untuk hal ini. Sebab, pada zaman teknologi canggih seperti sekarang masyarakat maupun perusahaan dapat mencari informasi yang dibutuhkannya sendiri tanpa harus menunggu pemberian informasi dari DLHK Kabupaten Karawang. Saat ini, beberapa perusahaan sudah memiliki asosiasi perbagian, seperti asosiasi bagian lingkungan semua HSE Manager dan HRD perusahaan. Yang masuk dalam asosiasi tersebut saling bertukar informasi, termasuk informasi tentang lingkungan hidup. Jadi, sebelum DLHK Kabupaten Karawang memberi tahu atau mensosialisasikan suatu informasi, mereka sudah mengetahuinya. Ditambah lagi dengan pengakuan dari masyarakat yang telah peneliti wawancara dan menanyakan akan hal ini, beliau mengaku bahwasanya pihak DLHK Kabupaten Karawang sudah jauh lebih baik memberikan pelayanannya dibanding beberapa Dinas atau Organisasi Perangkat Daerah yang pernah ia datangi untuk melakukan pelayanan. Karena informasi yang diberikan oleh bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang sangat lengkap, dan cepat tanggap untuk menangani suatu pengaduan yang telah dilakukan.

Program Unggulan sebagai Strategi *Institution Image*

Dimensi *institution/corporate image* membahas program-program unggulan yang dimiliki oleh institusi atau organisasi. DLHK Kabupaten Karawang memiliki berbagai program unggulan. Setiap bidang yang mereka miliki menggagas program unggulan. Seperti pada bidang PPL, yaitu kegiatan pengawasan dengan melibatkan masyarakat. Seperti yang tertera pada UU Nomor 32: “Lingkungan hidup milik semua, masyarakat berhak melakukan pengawasan lingkungan hidup”, patroli sungai, serta kader lingkungan, semua itu adalah salah satu upaya pemberdayaan masyarakat untuk mengawasi kegiatan-kegiatan yang memiliki dampak lingkungan hidup pada bidang ini.

Bidang Pelestarian, adiwiyata, yakni masyarakat terdidik kalangan SD, SMP, SMA, dan Universitas (sekolah berbudaya lingkungan) mengadakan kampung proklip atau kampung yang mendukung program perubahan iklim. Karena saat ini terjadi perubahan iklim yang tidak menentu, membuat Kementerian Lingkungan Hidup bersama dengan DLH Provinsi dan DLH Kota/Kabupaten mencari cara bagaimana satu kampung mampu beradaptasi terhadap perubahan iklim. Dari mulai orangnya, kehidupannya, sampai dengan mata pencariannya, kampung proklip tersebut di-SK-kan, dan dilatih. Jadi, DLHK Kabupaten Karawang harus mempersiapkan kampung proklip, terutama untuk lokasinya. Pada kampung proklip pun

terdapat program pelatihannya, ada pembimbingnya ada pembinanya, programnya jelas, tahapannya jelas, serta memiliki target yang jelas. Semua hal tersebut diawasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup, dan targetnya mampu beradaptasi dengan segala iklim yang ada dengan waktu yang sudah ditentukan.

Bidang kebersihan, juga mengberdayakan masyarakat untuk ikut serta dalam penanganan kebersihan. Contohnya terdapat komunitas-komunitas untuk memprediksi timbunan sampah masyarakat, seperti pengembangbiakan maggot, salah satunya ada di Karang Pawitan. Maggot adalah larva dari seokor lalat, tapi bukan lalat hijau melainkan lalat *hermitia illuciens* yang berwarna hitam dan ukurannya lebih panjang dibandingkan lalat hijau. Fungsi dari pengembangbiakan maggot ini selain sebagai pakan ternak adalah pengurangan sampah yang ada, karena maggot memakan sampah hingga habis. Selain pengembangbiakan maggot, bidang kebersihan DLHK Kabupaten Karawang juga memiliki bank sampah. Seperti yang dijelaskan oleh Permadi Utama (Penjabat Pengawas Lingkungan), sudah ada lebih dari 100 bank sampah yang telah dibuat oleh DLHK Kabupaten Karawang. Selain itu, satu kader lingkungan kami juga menjadi pembina dalam kegiatan bank sampah ini. Hal ini adalah salah satu pelibatan masyarakat dalam mengurangi sampah.

Bidang Tata Lingkungan, salah satu tugas pokok fungsi bidang ini adalah pembuatan dokumen lingkungan seperti Upaya Pengelolaan Lingkungan – Upaya Pemantauan Lingkungan (UKL-UPL) dan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Dalam suatu pembahasan dokumen, baik itu UKL-UPL maupun AMDAL, masyarakat ikut dilibatkan. Malah ada Peraturan Menteri yang intinya adalah “...dalam suatu proses AMDAL harus melibatkan masyarakat di dalamnya.” Jadi, sebelum suatu kegiatan itu berdiri atau berjalan yang harus mengetahui pertama adalah masyarakat, karena masyarakat di sekitar kegiatan tersebut akan terkena berbagai jenis dampak. Suatu AMDAL juga harus diumumkan secara resmi melalui media massa, baik itu media cetak, maupun media elektronik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam kategori *institution/corporate image* bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang sudah memberikan kesan yang baik dalam memberikan pelayanan. Namun, ada beberapa kekurangan pada institusinya. DLHK Kabupaten Karawang tidak memiliki brosur, *leaflet* maupun film tentang pelayanan. Padahal, dalam pelaksanaan komunikasi pelayanan publik haruslah memperhatikan semua hal yang dapat mendukung tercapainya tujuan pemberian pelayanan yang prima, karena setiap tindakan berpotensi komunikasi dan komunikasi berada dalam ruang dan waktu. Untuk itu, setiap aspek dalam komunikasi pelayanan publik haruslah bersifat komprehensif, yang meliputi aspek komunikator, tata ruang kantor, hingga pencitraan lembaga melalui penyediaan beberapa sarana dan prasarana yang terbaik dalam memberikan pelayanan terbaik pula pada masyarakat.

Penutup

Institution/Corporate Image pada bidang PPL DLHK Kabupaten Karawang sudah memberikan kesan yang cukup baik dalam memberikan pelayanan. Namun, ada beberapa

kekurangan pada institusinya, yaitu DLHK Kabupaten Karawang tidak memiliki brosur, *leaflet* maupun film tentang pelayanan. Padahal dalam pelaksanaan komunikasi pelayanan publik haruslah memperhatikan semua hal yang dapat mendukung tercapainya tujuan pemberian pelayanan yang prima, karena setiap tindakan berpotensi komunikasi dan komunikasi berada dalam ruang dan waktu. Untuk itu, maka setiap aspek dalam komunikasi pelayanan publik haruslah bersifat komprehensif yang meliputi aspek komunikator, tata ruang kantor, hingga pencitraan lembaga melalui penyediaan beberapa sarana dan prasarana yang terbaik dalam memberikan pelayanan terbaik pula pada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Aritonang, D. M. (2017). The Impact of E-Government System on Public Service Quality in Indonesia. *European Scientific Journal, ESJ*, 13, 35-99.
- Bupati Kabupaten Karawang. (2016). Peraturan Bupati Karawang No. 51 Tahun 2016. Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Karawang. Bupati KabupatenKarawang.
- _____. (2016). Peraturan Bupati Karawang No. 98 Tahun 2016. Pembentukan, Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Laboratorium Lingkungan Hidup Pada Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Karawang.
- _____. (2016). Rencana Strategi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Karawang Tahun 2016 – 2021.
- _____. (2017). Peraturan Bupati Karawang No. 14 Tahun 2017. Perubahan Atas Peraturan Bupati Karawang Nomor 51 Tahun 2016 Tentang Kependudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Karawang. Bupati KabupatenKarawang.
- _____. (2018). Profil Dinas Lingkungan Hidup Karawang Tahun 2018.
- DeFleur, M. Dennis, E. (1988). *Understanding Mass Communication*. Houghton Mifflin.
- Fiske, J. (2010). Introduction to communication studies. London: Routledge.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Massachusetts : Lexington.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hermana, B., & Silfianti, W. (2011). Evaluating e-government implementation by local government: digital divide in internet based public services in Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(3).
- Lanin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*.
- Lewis, B. D. (2017). Does local government proliferation improve public service delivery? Evidence from Indonesia. *Journal of Urban Affairs*, 39(8), 1047-1065.
- Menteri Negara Lingkungan Hidup. (2008). Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 20 Tahun 2008. Tentang Petunjuk Teknis Standar Pelayanan Minimal Bidang Lingkungan Hidup Daerah Provinsi Dan Daerah Kabupaten/Kota..
- Menteri PANRB. (2014). Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Pedoman Standar Pelayanan.
- Onong, U. E. (1986). *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pemerintah Indonesia. (2009). Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009. Tentang Pelayanan Publik.
- Prahono, A. (2015). Evaluating the role e-government on public administration reform: Case of official city government websites in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 27-33.
- Purwaning, H. (2014). *Komunikasi Pelayanan Publik Pada Program Pelayanan PATEN di Kecamatan Karawang Timur*. (Skripsi, Universitas Singaperbangsa Karawang. Karawang).
- Saleh, A. M. (2010). *Public Service Communication*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

- Sinambela, P. (2006). *Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan, dan Implementasinya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Jakarta: Andi Offset.