

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Dalam melakukan tinjauan pustaka, peneliti terlebih dahulu meninjau artikel-artikel penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Landasan atau acuan berupa teori atau temuan dari hasil berbagai penelitian terdahulu sangat penting dan dapat dijadikan data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dirangkum dalam bagian tersendiri adalah penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat tinjauan Tinjauan berupa penelitian yang sudah ada. Dengan demikian penelitian mendapat referensi komparatif, saling melengkapi dan mendukung serta memberikan gambaran awal penelitian yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang mendukung mengenai judul peneliti:

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

Nama	Mariyatul Hanni	Afiyatul Munasiroh	Najmi Mahardika Sfhira
	2022	2018	2022
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Islam Indonesia	Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka Melalui Program Majalengka Raharja Quick Response Program	Strategi Penangan Keluhan Masyarakat Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kabupaten Jepara Melalui Program “Lapor Bupati”	Strategi Komunikasi Humas Dalam Penyebaran Informasi Pencegahan Covid-19 di Kabupaten Purwakarta
Metode Penelitian	Kualitatif dengan Metode Deskriptif	Kualitatif dengan Metode Deskriptif	Kualitatif dengan Metode Deskriptif
Tujuan Penelitian	<p>1. Untuk mengetahui Penelitian (Research) yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika melalui Program Majalengka Raharja Quick Response.</p> <p>2. Untuk mengetahui Perencanaan (Plan) yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka melalui Program Majalengka Raharja Quick Response.</p> <p>3. Untuk mengetahui Pelaksanaan (Execute) yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka melalui Program Majalengka</p>	<p>untuk mengetahui strategi penanganan keluhan masyarakat pada program Lapor Bupati dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Program Lapor Bupati adalah sebuah sarana Informasi masyarakat Jepara terkait dengan layanan aspirasi, informasi publik, dan pelayanan keluhan dengan memanfaatkan lima kanal komunikasi sebagai medianya</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan, feedback, dan media apa saja yang disampaikan dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan covid-19 di Kabupaten Purwakarta.</p>

	<p>Raharja Quick Response.</p> <p>4. Untuk mengetahui Evaluasi (Measure) yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka melalui Program Majalengka Raharja Quick Response.</p> <p>5. Untuk mengetahui Pelaporan (Resport) yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka melalui Program Majalengka Raharja Quick Ressponse.</p>		
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Hasil penelitian dari skripsi Mariyatul Hanni disimpulkan bahwa program Majalengka Raharja Quick Response bekerja dengan efektif dalam membantu pengaduan kedaruratan tetapi masih banyak masyarakatnya yang tidak bijak menggunakan call center semacam prank call dan ghost call, namun perlu peningkatan sosialisasi dan pengembangan dalam aplikasi.</p>	<p>Hasil dari penelitian Afiyatul Munasiroh disampaikan bahwa penanganan keluhan sudah dilakukan oleh administrator dan pihak terkait akan tetapi perlu peningkatan dalam membuat SOP tertulis dan memperkuat strategi yang ada.</p>	<p>Hasil Penelitian dari Najmi Mahardika disimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta menggunakan berbagai cara untuk menyebarkan informasi terkait pencegahan Covid-19, termasuk pesan verbal, media konvensional, dan media baru. Tanggapan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan beragam, namun diharapkan informasi tersebut dapat membantu masyarakat untuk mencegah penularan Covid-19.</p>
<p>Perbedaan Penelitian</p>	<p>Adanya perbedaan dalam objek penelitian yang digunakan, peneliti mengkaji strategi komunikasi DISKOMINFO Kabupaten Purwakarta</p>	<p>Adanya perbedaan dalam fokus penelitian yaitu berfokus pada evaluasi penanganan keluhan pada program Lapor Bupati di Kabupaten Jepara.</p>	<p>Adanya perbedaan Dimana pada skripsi diatas meneliti bagaimana menyebarkan informasi terkait pencegahan Covid-19 yang dilakukan DISKOMINFI Purwakarta sedangkan peneliti meneliti</p>

	dalam aplikasi Whatsapp Center sedangkan pada skripsi Mariyatul Hanni meneliti program Majalengka Raharja Quick Response dalam menangani pengaduan kedaruratan.		bagaimana mangani keluhan melalui aplikasi PISA.
--	---	--	--

Sumber: Penelitian, 2024.

## 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

### 2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari Bahasa latin yaitu “communis” atau dalam bahasa Inggris “common” berarti sama. Artinya apabila kita berkomunikasi (to communicate) berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (commones) dalam sikap dengan seseorang.

Menurut Effendy Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, mengatakan bahwa:

“Secara Etimologis, Komunikasi berasal dari Bahasa Inggris Communication dan dari bahasa latin Communis yang artinya sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal” (Effendy dalam Rismawaty et al., 2014: 70)

Willbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga unsur, yaitu: sumber (source), pesan (message), dan sasaran (destination). (Apriadi, 2013:7)

Kata kunci dari komunikasi adalah adanya sesuatu “makna” atau pengertian (meaning) yang terkandung dalam setiap pesan (ide gagasan, informasi, perasaan, dan lain-lain) yang perlu dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi tidak hanya dilakukan oleh dua orang saja, namun kita dapat berkomunikasi dengan lebih banyak orang, baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Semakin banyak orang yang hidup disekitar kita maka akan semakin banyak pula permasalahan yang timbul akibat perbedaan pendapat, sudut pandang, ciri-ciri, tingkah laku dan lain-lain, semakin banyak pula kita berkomunikasi, karena untuk mengatasi permasalahan atau perbedaan hanya dapat diselesaikan dengan cara anda berkomunikasi, hal ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi.

Pentingnya komunikasi tidak hanya penting dalam lingkungan saja, namun dalam organisasi kita memerlukan komunikasi untuk mencapai tujuan bersama.

Lalu kemudian definisi menurut Everett M. Rogers & Lawrence, menyebutkan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu dengan yang lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Wiryanto, 2006:6)

Definisi-definisi sebagaimana yang dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

#### Proses Komunikasi

Komunikasi adalah proses yang dinamis dan berkelanjutan. Artinya, komunikasi selalu berubah dan berkembang seiring dengan waktu. Komunikasi juga merupakan proses yang interaktif, di mana pengirim dan penerima pesan saling memengaruhi satu sama lain.

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

##### 1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

##### a. Lambang Verbal

Effendy (2003:33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap

mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2022:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- a. Meyakinkan apa yang diucapkan (Repetition)
- b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan katakata (Subtation).
- c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (Identity)
- d. Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana

sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

### 3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003:39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

### 4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya Feedback yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya Feedback mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah Response atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

Pernyataan - pernyataan di atas tidak mencakup semua pernyataan yang dikembangkan oleh para ahli. Meskipun demikian, kita dapat memperoleh pemahaman dasar tentang proses komunikasi, meskipun masing-masing definisi mempunyai arti yang luas dan berbeda-beda satu sama lain.

Akan tetapi pada kenyataannya proses komunikasi merupakan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### 2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Upaya atau tindakan komunikasi yang dilakukan tentu ada alasannya. Tujuan sebagaimana ditafsirkan di sini menunjukkan hasil atau dampak yang diharapkan bagi komunikator. Wilbur Schramm menyatakan bahwa tujuan komunikasi secara umum dapat dilihat dari dua sudut pandang: sudut pandang komunikator (sumber) dan sudut pandang penerima (komunikator).

Dalam sebuah buku Komunikasi Serba Ada Serba Makna, dari Stanton (1982), yang menjelaskan bahwa ada beberapa macam tujuan komunikasi manusia, yaitu sebagai berikut:

1. Mempengaruhi orang lain
2. Membangun atau juga mengelola relasi antar personal
3. Membantu orang lain
4. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan
5. Bermain atau berguna

Setelahnya ada pendapat lain, yaitu dari Gordon I. Zimmerman yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” yang merumuskan tujuan komunikasi menjadi 2 kategori besar, yaitu sebagai berikut:

1. Berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan.
2. Berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Berdasarkan paparan diatas, tujuan komunikasi memiliki berbagai macam aspek, dan dapat dilihat dari sudut pandang komunikator dan penerima. Memahami tujuan komunikasi dapat membantu kita untuk berkomunikasi secara lebih efektif dan mencapai hasil yang diinginkan.

### **2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi**

Menurut Goldhaber, komunikasi organisasi melibatkan penciptaan dan pertukaran pesan dalam suatu jaringan hubungan di mana anggota organisasi saling bergantung satu sama lain untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau berubah-ubah. Ron Ludlow menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah program komunikasi yang berfokus pada bidang public relations, termasuk hubungan internal, hubungan dengan pemerintah, dan hubungan dengan investor dalam sebuah organisasi

Dalam pandangan Devito, komunikasi organisasi didefinisikan sebagai upaya untuk mengirim dan menerima pesan baik dalam konteks kelompok formal maupun informal di dalam suatu organisasi. Proses tersebut melibatkan penyampaian, penerimaan, dan pertukaran informasi dan pesan, baik secara formal maupun informal.

Secara keseluruhan, komunikasi organisasi adalah proses yang terjadi di dalam suatu organisasi yang melibatkan penyampaian, penerimaan, dan pertukaran informasi dan pesan. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan secara bersama oleh para anggota organisasi tersebut.

#### **2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Dalam sebuah organisasi baik organisasi komersial maupun organisasi sosial. Dikutip dari teori-teori komunikasi karya Sendjaja (2014) ada empat fungsi komunikasi organisasi, Adapun fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

##### **1. Fungsi Informatif**

Komunikasi dalam sebuah organisasi memiliki fungsi informatif yang berarti berperan sebagai sistem untuk memproses informasi. Proses informasi yang terjadi di dalam organisasi diharapkan dapat memberikan dan menerima informasi secara efektif guna mencapai kelancaran dalam berorganisasi.

##### **2. Fungsi Regulatif**

Harapannya, komunikasi organisasi dapat memfasilitasi kelancaran implementasi peraturan dan pedoman yang telah ditetapkan oleh anggota dan pemimpin organisasi. Jika anggota tidak dapat mematuhi peraturan tersebut, konsekuensinya biasanya berupa hukuman atau sanksi.

### 3. Fungsi Persuasif

Fungsi ini untuk memberi perintah yang dilakukan pemimpin organisasi untuk mempersuasi anggotanya daripada memerintah anggotanya untuk melakukan sesuatu. Fungsi dilakukannya persuasi ini dapat mempermudah karena dilakukan dengan cara yang lebih halus daripada memerintah dan jauh akan lebih dihargai oleh anggota atau penerima tugas.

### 4. Fungsi Integratif

Fungsi integratif, yang juga disebut sebagai fungsi keempat, melibatkan penyediaan saluran atau elemen-elemen yang memfasilitasi anggota organisasi untuk menjalankan tugas-tugas mereka dengan efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, komunikasi dalam organisasi berperan penting dalam menyebarkan informasi, menegakkan aturan, mendorong kerjasama, dan mencapai tujuan organisasi secara efektif.

### 2.1.3.1 Konsep Komunikasi Organisasi

Goldhaber sebagaimana dikutip Daryanto mengemukakan bahwa komunikasi organisasi melibatkan proses penciptaan dan pertukaran informasi dan pesan dalam suatu jaringan yang saling bergantung. Menurut Goldhaber, komunikasi organisasi memiliki tujuan untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Ia juga mengajukan tujuh konsep terkait organisasi, yang dijelaskan sebagai berikut.

#### 1. Proses

Dalam konteks komunikasi organisasi, konsep proses mengacu pada sistem yang diperlukan untuk menciptakan dan saling bertukar pesan antara anggota organisasi. Hal ini disebabkan karena organisasi adalah sebuah sistem yang terbuka dan dinamis. Konsep proses ini terjadi secara berkelanjutan hingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta menciptakan tujuan baru yang dirumuskan oleh organisasi tersebut. Oleh karena itu, konsep ini disebut sebagai konsep proses yang terus berlangsung.

#### 2. Pesan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi organisasi melibatkan pertukaran dan penerimaan pesan. Oleh karena itu, pesan memiliki peran yang penting dalam konteks organisasi. Setiap individu yang berada dalam organisasi harus memperhatikan bagaimana pesan

dikirimkan dan diterima agar dapat dipahami dengan baik oleh individu lain dan tidak menyebabkan miskomunikasi antara mereka.

### 3. Jaringan

Jaringan merupakan gambaran keseluruhan suatu organisasi di mana individu-individu terhubung satu sama lain baik di dalam maupun di luar organisasi dalam rangka menjalankan tugas dan fungsi jabatan masing-masing.

Dalam komunikasi organisasi, penting bagi individu untuk memperhatikan cara mereka menyampaikan pesan, serta bagaimana mereka menerima pesan dari orang lain. Tujuannya adalah agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh individu lain, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman atau interpretasi yang salah di antara mereka.

## 2.1.4 Tinjauan Strategi

### 2.1.4.1 Pengertian Strategi

Buku Onong Uchjana Effendy yang berjudul Ilmu, teori dan filsafat komunikasi berpendapat Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy,2003).

Demikian pula, strategi komunikasi merupakan panduan untuk perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan ini sebuah strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya harus dilakukan secara taktis dalam arti sebenarnya. Fokusnya dapat berubah sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi yang ada

“Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan guna mencapai tujuan, jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain di perlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalyak.” (Arifin, 1984 : 59).

Seperti yang diungkapkan oleh Rhenald Kasali Dalam buku Strategi merupakan panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management), untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi sendiri terdiri dari tiga elemen, yaitu : segmentation, targeting, dan positioning . Secara keseluruhan mereka adalah penggerak untuk memenangkan mindshare dari pelanggan.

## **2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi**

### **2.1.5.1 Pengertian Strategi Komunikasi**

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dan proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Lalu sebenarnya, strategi komunikasi menurut Liliweri (2010:240) adalah:

1. Strategi komunikasi mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik
2. Strategi komunikasi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasar satu pilihan (keputusan) dan beberapa opsi komunikasi
3. Strategi komunikasi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan kongkrit dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi
4. Strategi komunikasi berperan memfasilitasi perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen

Arti dan strategi komunikasi (Effendy, 2003:82) menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (Communication Planning) dan manajemen (Communication Management) untuk mencapai suatu tujuan”. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dan situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana (Efendy, 2005:82) yaitu strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut,

strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya

#### 2.1.5.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Sementara tujuan strategi komunikasi itu sendiri menurut Liliweri (2010:248) adalah sebagai:

- a. Memberitahu (Announcing)
- b. Memotivasi (Motivating)
- c. Mendidik (Educating)
- d. Menyebarkan informasi (Informing)
- e. mendukung Pembuatan Keputusan (supporting Decision Making)

Selain dan itu, Menurut Sri Mardinah yang dimaksud dengan strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi bertujuan agar strategi komunikasi juga bertujuan agar:

- 1) Pesan mudah dipahami agar benar
- 2) Penerima pesan dapat dibina dengan baik
- 3) Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan

#### 2.1.5.3 Tahap – tahap Strategi Komunikasi

Untuk mencapai suatu tujuan, diperlukan proses perencanaan strategis yang terstruktur. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang

bertajuk “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” (Cangara, 2022:76), menyatakan tahapan perencanaan komunikasi meliputi 5 langkah, ialah: Riset (*Research*), Perencanaan (*Plan*), Penerapan (*Execute*), Penilaian (*Measure*), Pelaporan(*Report*).

1. Riset (*Research*), dimaksudkan untuk mengenali permasalahan yang dialami lembaga.
2. Perencanaan (*Plan*), aksi yang diambil setelah memperoleh hasil riset. Perencanaan ini dibutuhkan strategi tentang pemilihan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), serta dampak yang diharapkan.
3. Penerapan (*Execute*), tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan. Pelaksanaan dapat dicoba dalam wujud siaran televisi ataupun pemberangkatan regu penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas posisi yang jadi sasaran sasaran.
4. Penilaian (*Measure*), untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang dilakukan. Apakah media yang digunakan dapat mencapai tujuannya, apakah pesan yang diinformasikan akan dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang akan dilakukan khalayak setelah menerima dan memahami informasi tersebut.
5. Pelaporan (*Report*), tindakan yang diambil pada akhir kegiatan rencana komunikasi. Laporan tersebut akan disampaikan secara tertulis kepada pemimpin kegiatan untuk dipertimbangkan. Jika

hasil rapornya positif, bisa dijadikan dasar untuk program selanjutnya. Namun, bila hasil laporan itu negatif dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi ataupun memodifikasi berbagai program yang hendak dicoba.

### **2.1.6 Tinjauan Pelayanan Publik**

Pelayanan publik merupakan kegiatan yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat oleh penyelenggara negara. Definisi ini diperkuat oleh Kurniawan yang mendefinisikannya sebagai

"Melayani keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan" (Kurniawan 2005: 4).

Maka dari itu, masyarakat berhak mendapatkan pelayanan publik yang optimal dari penyelenggara negara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Pada dasarnya, berbagai definisi tersebut memiliki kesamaan, yaitu fokus pada pemberian pelayanan oleh instansi pemerintah kepada masyarakat. Hal ini ditegaskan dalam undang-undang tentang pelayanan publik yang mendefinisikannya sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara. Permasalahan utama saat ini adalah bagaimana mewujudkan perbaikan penyelenggaraan

pelayanan publik agar sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman.

### **2.1.7 Tinjauan Komplain**

Complaints are an expression of dissatisfaction they may be an informal, verbal complaint or they may be a more formal, written complaint (Health Services Review Council, 2005). Keluhan adalah ekspresi ketidakpuasan bisa berupa keluhan informal, verbal atau mungkin keluhan tertulis yang lebih formal. Keluhan merupakan ungkapan rasa tidak puas yang dirasakan oleh konsumen terhadap satu produk atau layanan baik secara lisan ataupun tertulis dari pelanggan internal maupun pelanggan eksternal (Millani, 2019).

Keluhan merupakan hal yang disampaikan oleh konsumen karena mereka merasakan adanya ketidaksesuaian atas jasa yang diterima dengan yang dijanjikan (Tazkiya, 2019). Suatu pengaduan dan keluhan bisa dijadikan kesempatan untuk perusahaan agar memperbaiki kesalahan yang ada. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan ide-ide yang baru, meningkatkan pemasaran ataupun pelayanan.

#### **2.1.7.1 Jenis-Jenis Komplain**

Health Services Review Council (2005) menjelaskan bahwa keluhan dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian. Kategori-kategori tersebut adalah sebagai berikut:

1. Point of services complaint/ enquiriess adalah keluhan langsung yang dapat ditangani dengan segera dan untuk kepuasan konsumen kesehatan di titik 8 pelayanan. Kadang-kadang semua diperlukan untuk menyelesaikan masalah adalah bagi konsumen untuk berbicara langsung kepada staf yang terlibat.
2. Complaint needing investigation adalah hal-hal yang lebih serius atau kompleks atau keluhan yang belum terselesaikan mungkin perlu dirujuk kepada staf yang lebih senior atau manajer keluhan. Ada kebutuhan untuk penyelidikan dan hasil yang jelas diidentifikasi. Ini mungkin melibatkan tingkat yang berbeda dalam organisasi.
3. External complaints adalah keluhan yang belum terselesaikan oleh organisasi. Mereka perlu dirujuk ke lembaga eksternal atau asuransi untuk menangani. Juga, beberapa keluhan pertama kali datang ke organisasi dari pelayanan kesehatan komisaris

Selain itu, macam-macam keluhan menurut Rangkuti (2003) terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Keluhan yang telah disampaikan secara lisan atau telepon, dan komunikasi secara langsung
- b. Keluhan yang dilakukan secara tertulis melalui guest complaint form.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka Pikiran adalah alur logika berpikir yang menghubungkan antara teori atau konsep dengan berbagai variabel penelitian yang diidentifikasi sebagai

masalah yang penting. Kerangka Pikiran memberikan penjelasan kronologis atas fenomena yang diteliti. Kerangka Pikiran ini dikembangkan dengan mengkaji temuan penelitian yang relevan atau terkait dalam Tinjauan spesialis. Persyaratan utama untuk suatu kerangka pikiran yaitu ide-ide yang realistis dan berwawasan luas adalah landasan pemikiran persuasif. Buatlah hipotesis, atau konsep yang mengarah pada suatu kesimpulan.

Dengan demikian, permasalahan yang diangkat ada kaitannya dengan teori. Selain itu, solusi terhadap permasalahan yang disebutkan juga ditemukan. Hal ini ditawarkan sebagai upaya untuk mengatasi atau memperjelas permasalahan yang muncul.

Pada kerangka pemikiran ini diaplikasikan pada penelitian yang akan menjelaskan mengenai rumusan masalah penelitian, Pada penelitian ini mempergunakan Strategi komunikasi melalui perumusan strategi komunikasi berdasarkan konsep dari Hafied Cangara yang menegaskan rangkaian perencanaan tindakan komunikasi yang bertujuan memunculkan pengaruh tertentu dan komunikasi yang efektif yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Penelitian (*Research*), melakukan riset untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi masyarakat terkait layanan pengaduan online. Riset ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau analisis data pengaduan yang telah masuk. Dalam penelitian ini, Penelitian mengenai strategi komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten purwakarta dalam penanganan

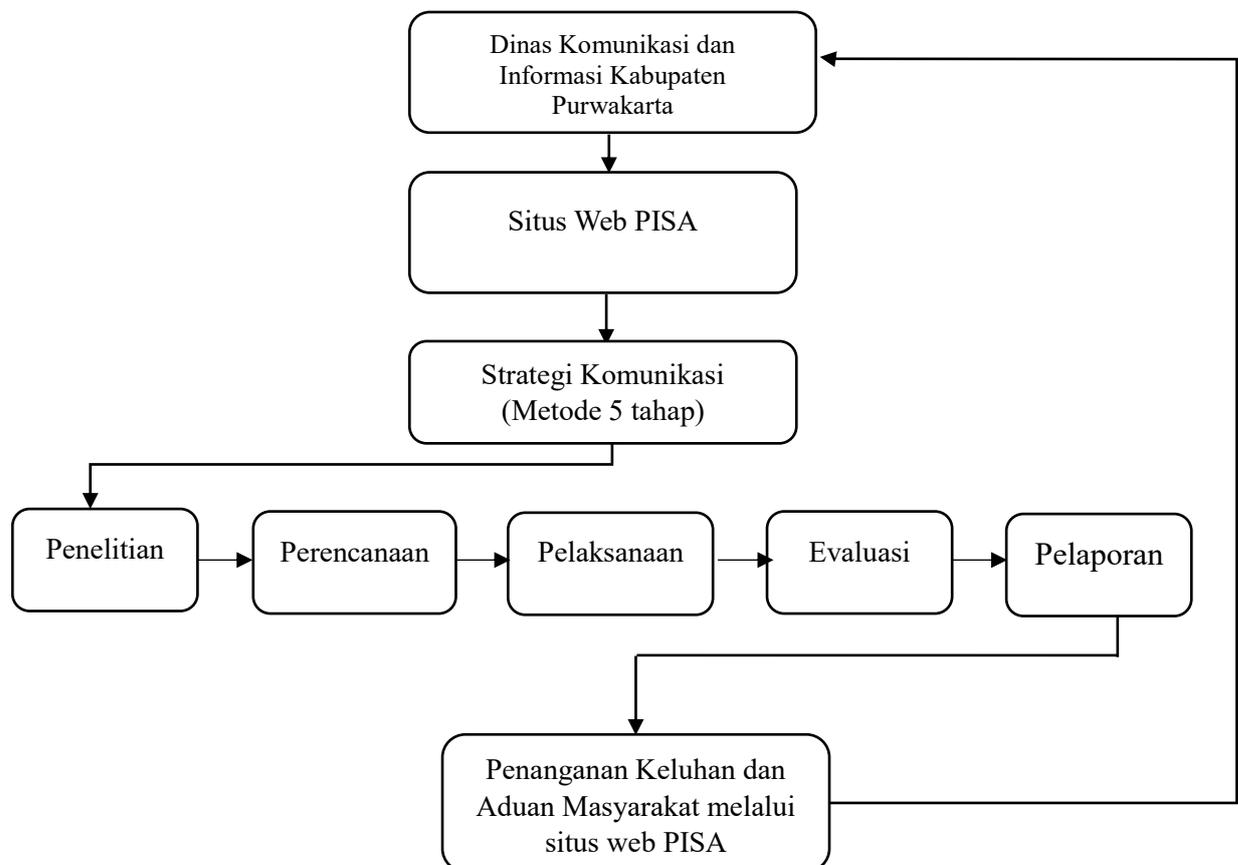
keluhan aduan masyarakat melalui situs web PISA (Purwakarta Integrated System Of Aspiration)

2. Perencanaan (*Plan*), merumuskan tujuan dan sasaran yang jelas dan terukur untuk program komunikasi. Menentukan target audience yang ingin dijangkau dan menyusun strategi komunikasi yang tepat untuk menjangkau mereka. Memilih media komunikasi yang efektif dan sesuai dengan target audience. Menyusun pesan komunikasi yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini, Perencanaan mengenai strategi komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten purwakarta dalam penanganan keluhan aduan masyarakat melalui situs web PISA (Purwakarta Integrated System Of Aspiration)
3. Pelaksanaan (*Execute*), melaksanakan program sesuai dengan rencana. Memonitor dan mengevaluasi efektivitas program secara berkala. Melakukan penyesuaian strategi komunikasi jika diperlukan. Dalam penelitian ini, Pelaksanaan mengenai strategi komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten purwakarta dalam penanganan keluhan aduan masyarakat melalui situs web PISA (Purwakarta Integrated System Of Aspiration).
4. Evaluasi (*Measure*), untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang dilakukan. Apakah media yang digunakan dapat mencapai tujuannya, apakah pesan yang diinformasikan akan dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang akan dilakukan khalayak setelah menerima dan memahami informasi tersebut. Dalam penelitian ini, Evaluasi mengenai

strategi komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten purwakarta dalam penanganan keluhan aduan masyarakat melalui situs web PISA (Purwakarta Integrated System Of Aspiration)

5. Pelaporan (*Report*), menyampaikan laporan evaluasi program kepada pihak terkait. Melakukan tindak lanjut berdasarkan rekomendasi yang terdapat dalam laporan evaluasi. Dalam penelitian ini, Evaluasi mengenai strategi komunikasi dinas komunikasi dan informasi kabupaten purwakarta dalam penanganan keluhan aduan masyarakat melalui situs web PISA (Purwakarta Integrated System Of Aspiration)

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**



Sumber: Peneliti, 2024