

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan Tinjauan Penelitian Terdahulu maka Peneliti membuat sebuah kepustakaan. Bahkan Peneliti menemukan beberapa judul skripsi yang mempunyai kesamaan judul. Studi terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar untuk mengembangkan “Strategi Komunikasi Organisasi Tentang Pelayanan Kartu Tanda Penduduk Elektronik Di Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkong Kota Bandung”. Berikut merupakan beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Strategi Komunikasi Pelayanan Kelurahan Bagelen Kota Tebing Tinggi Terhadap Kepuasan Masyarakat	Lubis, H., Rasyid, A., & Zuhriah (2022)	Metode Kualitatif	Sikap dan tingkah laku yang sopan santun dan ramah kepada masyarakat dapat meningkatkan kepuasan Kondision; Transparansi yang harus dilakukan pihak Kelurahan Bagelen untuk	Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu ialah tujuan dari penelitian yang dilakukan peneliti yakni untuk mengetahui Apakah Pelayanan yang diberikan kelurahan kepada masyarakat Transparansi, Akuntabilitas,

			<p>mewujudkan pelayanan secara transparansi dalam kepuasan masyarakat; Akuntabilitas di Kantor Kelurahan Bagelen selalu memberikan informasi pelayanan seperti prosedur pelayanan dan waktu pelayanan untuk memudahkan masyarakat Bagelen dan dapat dipahami dengan mudah, namun dalam waktu proses pengurusan nya terkadang lambat dan Kantor Kelurahan Bagelen belum bertanggung jawab di karenakan adanya beberapa hambatan seperti</p>	<p>Kondisional, Partisipatif, Kesamaan Hak, Keseimbangan Hak dan Kewajiban. Sedangkan penelitian ini ingin melihat Bagaimana Penetapan Khalayak, Pesan, Tujuan, Rencana Komunikasi dan Evaluasi yang dilakukan oleh pemerintah kelurahan dalam pelayanan KTP Elektronik di Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkong Kota Bandung.</p>
--	--	--	--	---

				padamnya listrik atau gangguan teknis dari fasilitas kantor Kelurahan Bagelen.	
2	Kualitas Pelayanan Publik Pada Pelayanan Kependudukan Dan Catatan Sipil Di Kantor Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang (Studi Kasus Pada Kantor Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)	Zamroni, Z., Afifudin, & Widodo, R. (2019)	Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik di Kelurahan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang sudah diterapkan dimensi Tangibel, Realiability, Responsiviness, Assurance dan Emphaty. Namun masih ada beberapa indikator di dalamnya yang belum berjalan, antara lain kesadaran masyarakat untuk mempersiapkan segala sesuatu yang menjadi persyaratan	Penelitian Zamroni dkk lebih melihat pada kualitas pelayanan publik pada pelayanan pendudukan dan catatan sipil di Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Sedangkan penelitian ini lebih kepada strategi komunikasi pemerintah kelurahan dalam pelayanan KTP Elektronik.

				<p>untuk melakukan suatu urusan pelayanan di kantor Kelurahan agar tidak terjadi keterlambatan dalam proses pelayanan. Kemudian pada alat bantu, perlunya pembaruan komputer yang sudah lambat yang mengakibatkan proses pelayanan menjadi lama.</p>	
3	<p>Komunikasi Pelayanan Publik Melalui Sistem Informasi Pelayanan Administrasi Dan Kependudukan Umum</p>	<p>Adityo, B., Engkus, Pikri, F. (2022)</p>	<p>Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif</p>	<p>Hasil yang didapat peneliti membuktikan bahwa proses komunikasi interpersonal yang terjadi dapat dikatakan cukup berhasil diterapkan di instansi tersebut, memang namun adakalanya miskomunikasi tetap terjadi dengan faktor</p>	<p>Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah mengkaji bagaimana komunikasi interpersonal terjalin dalam proses pelaksanaan pelayanan publik di Kelurahan Cibaduyut Kidul Kota Bandung. Sedangkan penelitian ini ingin mengkaji bagaimana</p>

				<p>kurangnya pendekatan komunikasi diantara para petugas pelayanan itu sendiri, meskipun telah ada sistem informasi yang canggih yakni portal SIPAKU dan juga media elektronik sebagai perantara dalam pertukaran informasi.</p>	<p>strategi komunikasi pemerintah kelurahan dalam pelayanan KTP Elektronik di kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkong Kota Bandung.</p>
4.	<p>Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan E-Ktp (Studi Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Mataram)</p>	<p>Dwi Ananda Suci (2022)</p>	<p>Metode kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi atau inovasi yang dilakukan Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Mataram dalam meningkatkan kualitas pelayanan E-KTP, yaitu dengan diberlakukannya Strategi atau Inovasi Tak</p>	<p>Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah untuk mengetahui Strategi Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Mataram dalam meningkatkan kualitas pelayanan E-KTP kepada masyarakat. Sedangkan penelitian ini mengacu pada tahapan strategi</p>

				<p>Kuduga dengan mendatangi langsung kediaman masyarakat tersebut secara waktu yang tidak diduga untuk mengantarkan dokumen kependudukan atau E-KTP, hal ini dilakukan karena masyarakat tersebut tidak kunjung datang untuk mengambil dokumen kependudukannya atau E-KTP.</p>	<p>komunikasi sesuai dengan teori Hafied Cangara.</p>
5.	<p>Strategi Komunikasi Kepala Kecamatan Kemuning Dalam Mengatasi Permasalahan e-KTP</p>	<p>Hidayatullah (2018)</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi kepala camat kemuning kota Palembang dalam mengatasi permasalahan e-KTP masih sebagian tahapan dari</p>	<p>Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi kepala camat kemuning kota Palembang dalam mengatasi permasalahan e-</p>

				<p>pelaksanaan program e-ktip ini sudah cukup dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah.</p>	<p>KTP sehingga dapat dijalankan dengan baik, lancar dan cepat pada proses pemasukan data kependudukan yang dilakukan di kantor Kecamatan Kemuning Kota Palembang. Sedangkan pada penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi pemerintah kelurahan dalam pelayanan KTP Elektronik di kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkung Kota Bandung.</p>
--	--	--	--	---	---

*Sumber: Peneliti, 2024*

Berdasarkan penelitian diatas peneliti berpendapat bahwa kelima Penelitian tersebut memiliki kaitan yang erat dengan objek serta kajian yang akan diteliti kali ini. Kajian tentang sejauhmana strategi komunikasi pemerintah kelurahan terhadap masyarakat sudah berjalan dengan baik, hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai Strategi Komunikasi Organisasi Tentang Pelayanan Kartu Tanda Penduduk Elektronik Di Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkung Kota Bandung.

Dalam tinjauan pustaka, peneliti menelaah penelitian terdahulu yang menjadi rujukan – rujukan berhubungan dengan informasi penelitian untuk melengkapi penelitian ini dilakukan dengan berbagai aspek tinjauan. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan pembandingan, pendukung, dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

Selain itu melalui penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menemukan referensi pustaka yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Menggunakan teori di masing – masing penelitian menunjukkan bagaimana penelitian dirancang sedemikian rupa agar sistematis dan terarah, begitu juga peneliti dapat memahami bagaimana cara memilih teori yang sesuai untuk mengkaji objek penelitian.

Maka dapat diartikan bahwa penelitian terdahulu sangat berguna sebagai referensi peneliti namun tetap terdapat perbedaan yang menjadikan penelitian ini sebagai karya ilmiah yang orisinal. Perbedaan yang paling kontras terletak pada objek penelitian, teori yang digunakan, serta pendekatan penelitian.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Komunikasi**

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dari hidup manusia, karena komunikasi merupakan jalur penting yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan lain – lain, maka

melalui komunikasilah kita membangun hubungan dengan beragam jenisnya, dengan begitulah komunikasi sangatlah mendasar bagi kehidupan kita.

### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik secara individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Melalui berkomunikasi setiap orang berusaha untuk mendefinisikan sesuatu yang ingin mereka ketahui, termasuk definisi tentang komunikasi itu sendiri. Komunikasi bisa diartikan secara luas dan memiliki berbagai macam pengertian.

H. Hafied Cangara (2014:20) dalam bukunya dengan judul "*Pengantar Ilmu Komunikasi*" mengatakan bahwa komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan dari pembicara ke pendengar baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi menjadi cara untuk mentransfer pesan dari pembicara ke pendengar, baik melalui kontak langsung maupun tidak langsung. Ini menekankan

bahwa komunikasi terjadi ketika pesan atau informasi disampaikan dari satu pihak ke pihak lainnya, dengan atau tanpa kehadiran fisik.

Sebagaimana yang dikutip oleh Cangara (2014) dalam buku *“Communication Network: Towards a New Paradigm for Research”*, seorang pakar komunikasi Lawrence D. Kincaid juga menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih yang nantinya dapat menciptakan pengertian satu dengan lainnya secara mendalam.

Komunikasi menurut Harold Laswell sebagaimana dikutip oleh Rismawaty, dkk dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi:

“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa atau hasil apa (*who says what in which channel to whom and with what effect*).” (Laswell dalam Rismawaty, dkk 2014:67)

Proses dimana informasi ditukar antara dua orang atau lebih tersebut pada akhirnya membentuk pemahaman yang dalam satu sama lain. Ini menekankan bahwa komunikasi bukan hanya tentang mentransfer informasi, tetapi juga tentang bagaimana informasi tersebut dipahami dan diterima oleh penerima.

Adapun menurut ahli komunikasi Liliweri (2014:52) bahwa komunikasi adalah:

“Setiap proses pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan, proses ini meliputi informasi yang disampaikan baik secara lisan maupun tertulis dengan kata-kata atau dengan bahasa

tubuh, gaya maupun penampilan diri, menggunakan alat bantu disekeliling kita, sehingga sebuah pesan menjadi lebih kaya.” (Liliweri, 2014:52)

Dari beberapa pendapat yang telah dikemukakan oleh para ahli jelaslah bahwa komunikasi memiliki arti yang sangat penting dalam unsur kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pemikiran, pendapat, gagasan, perasaan, pengalaman, pengetahuan serta harapannya. Komunikasi dilakukan bukan hanya sebatas untuk memberikan informasi agar sasaran atau seseorang lain menjadi tahu, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama, dan untuk mengubah sikap, pendapat, serta perilaku orang lain.

### **2.2.1.2 Unsur–Unsur Komunikasi**

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh Unsur – unsur yang dikutip oleh Cangara pada bukunya yang berjudul *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (2014:34-35), yakni:

#### **1. Sumber**

Komunikator ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

#### **2. Pesan**

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

### 3. Saluran

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternative lainnya misalnya poster, laflet, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiker, dan sebagainya.

### 4. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

### 5. Efek

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.

### 6. Umpan balik

Ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber.

(Cangara, 2014:35).

Dimensi psikologis yakni pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Agar menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain. Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak komunikasi tertunda karena waktu. Jadi, setiap unsur memiliki peranan dalam membangun proses komunikasi yang saling bergantung yang berarti tanpa keikutsertaan satu unsur dapat memberi pengaruh besar dalam jalannya komunikasi, yang berakibat komunikasi tidak efektif bahkan bisa menimbulkan kesalahpahaman. (Cangara, 2014:19)

Dimensi di atas memuat dimensi penting dalam komunikasi dimensi psikologis (perasaan orang lain) dan dimensi waktu (situasi). Keduanya berperan dalam membangun komunikasi yang efektif. Tanpa pertimbangan yang baik terhadap keduanya, komunikasi bisa tidak efektif bahkan menimbulkan kesalahpahaman.

### 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Sebagaimana kita ketahui bahwa fungsi komunikasi adalah potensi yang dapat di gunakan untuk memenuhi tujuan – tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat di manfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Harold Laswell sebagaimana telah dikutip oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2015:27), secara terperinci fungsi – fungsi komunikasi di masyarakat sebagai berikut:

- 1) Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environtment*), penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
- 2) Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan (*correlation of the part of the society in respond in to the environtment*), menghubungkan bagian – bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- 3) Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social herilage*) fungsi ini di jalankan oleh para pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

(Harold Laswell, 2015:27)

Dilihat dari fungsi komunikasi dan keberadaannya di masyarakat, komunikasi tidak dapat dihindari oleh seorang individu karena komunikasi merupakan suatu alat yang harus digunakan untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*customers*), dan juga memelihara hubungan baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat. (Cangara, 2014:67)

#### **2.2.1.4 Tujuan Komunikasi**

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda – beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian.

Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, mengatakan bahwa tujuan dalam kegiatan komunikasi, yakni:

1. Perubahan sikap (*attitude change*).  
Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.
2. Perubahan pendapat (*opinion change*).  
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.
3. Perubahan perilaku (*behaviour change*).  
Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.
4. Perubahan sosial (*social change*).

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhir supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.  
(Effendy, 2015:8)

Berdasarkan tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy, praktikan dapat menyimpulkan bahwa tujuan komunikasi pada dasarnya dilakukan untuk mendapatkan perubahan dari komunikan atau si penerima pesan sesuai dengan apa yang komunikator atau *source* inginkan. Perubahan sosial, perubahan sikap, perubahan pendapat dan perubahan perilaku merupakan tujuan umum komunikasi yang dapat dicapai apabila penyampaian dan pemberian informasi dilakukan secara baik dan benar.

## **2.2.2 Komunikasi Organisasi**

### **2.2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi**

Menurut *Redding* dan *Sanborn* (Muhammad, 2009) mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah pemberi informasi, komunikasi eksternal, hubungan manusia, keterampilan berkomunikasi, komunikasi *downward*, komunikasi *upward*, komunikasi horizontal. Menurut R *Wayne Pace* dan Don F. *Faules* yang dialih bahasakan oleh Mulyana dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Organisasi” dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Menurut Goldhaber definisi Konsep Kunci dari Komunikasi Organisasi adalah proses menciptakan dan saling

menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

#### 2.2.2.2 Fungsi – fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi ditentukan berdasarkan isi pesan komunikasi. Menurut Lee Thayer (Hardjana, 2016) pesan-pesan komunikasi organisasi mempunyai empat tujuan pokok yaitu *to inform, to persuade, to regular, to intergrate*. Maka sistem komunikasi organisasi melaksanakan empat fungsi berbeda sebagai berikut:

- a. Fungsi informasi (*information function*)  
Fungsi utama komunikasi untuk mengatasi ketidak pastian lingkungan bagi individu melalui adaptasi.
- b. Fungsi Perintah dan Instruksi (*commad and instructive function*)  
Komunikasi yang menjadikan manajemen mampu membuat karyawan senantiasa bekerja kearah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini meliputi penentuan apa perintah dan instruksi yang harus diberikan kepada siapa dan bagaimana harus dijalankan.
- c. Fungsi pengaruh dan persuasi (*influence and persuasive function*)  
Komunikasi kewenangan dan posisi dalam struktur hierarki. Melalui pengaruh dan persuasi, manajemen dengan posisi dan kewenangannya dapat mengendalikan informasi dan perilaku karyawan, terutama melalui peraturan, norma dan tanggung jawab.
- d. Fungsi Integrasi (*integratif function*)  
Komunikasi yang membuat hubungan seluruh anggota organisasi menjadi harmonis dalam kerja sama dan kesepakatan tentang tujuan organisasi.  
(Hardjana, 2016)

Sistem komunikasi organisasi melaksanakan fungsi berbeda yang saling melengkapi dalam membantu individu mengatasi

ketidakpastian lingkungan melalui proses adaptasi, memungkinkan manajemen memberikan arahan yang jelas kepada karyawan, mengendalikan informasi dan perilaku karyawan serta menciptakan hubungan harmonis di antara seluruh anggota organisasi, sehingga tercapai kerja sama dan kesepakatan mengenai tujuan organisasi.

### 2.2.3 Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategi yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. (Cangara, 2014)

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Havied Cangara (2014) mendefinisikan Strategi Komunikasi yang dikutip pada bukunya “Perencanaan & Strategi Komunikasi” Strategi komunikasi adalah:

“Kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Cangara, 2014)

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model – model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Marthin – Anderson mendefinisikan Strategi yang dikutip oleh Hafied Cangara pada bukunya “Perencanaan & Strategi Komunikasi” Strategi adalah:

“Seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”  
(Cangara, 2014:64)

Kemampuan yang dimaksud di atas yaitu dengan menggunakan kecerdasan atau pikiran untuk mengoptimalkan segala sumber daya yang tersedia demi mencapai tujuan dengan keuntungan yang maksimal dan efisien. Ini menyoroti aspek kreatif dan strategis dalam pendekatan terhadap pencapaian tujuan, menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya secara bijaksana untuk mencapai hasil yang terbaik.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam buku Hafied Cangara yang berjudul *Perencanaan & Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan sampai dengan pengaruh (efek) yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. (Cangara, 2017:64)

Pemilihan strategi merupakan langkah penting yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah satu atau keliru maka hasil yang di peroleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Menetapkan tujuan harus dimulai dengan apa yang ingin dicapai, penetapan tujuan akan menentukan isi pesan yang akan di sampaikan, selanjutnya bagaimana menyampaikan dan di mana disampaikan akan menentukan saluran atau media yang akan di pilih.

Menurut Hafield Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyebutkan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan yakni: penetapan khalayak, tujuan, pesan, rencana komunikasi, dan evaluasi. (Cangara, 2017:76)

1. Penetapan khalayak (*audience*)

Identifikasi target khalayak biasa disebut pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Di sini pemetaan dilakukan untuk mengetahui apakah khalayak yang menjadi target sasaran bentuknya perorangan atau kelompok.

2. Tujuan

Setelah ada gambaran mengenai sasaran khalayak, tahap berikutnya menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Dimana tujuan harus jelas, dan perubahan harus dikehendaki bisa terbaca, untuk itu

diperlukannya komitmen yang tinggi untuk mendorong ke arah tujuan yang ingin dicapai.

### 3. Rencana Komunikasi

Setelah berhasil membuat peta khalayak, menyusun tujuan, menetapkan pesan, dan memilih media, maka selanjutnya adalah membuat perencanaan komunikasi untuk ditindaklanjuti.

### 4. Pesan

Dengan mahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut maka perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman masyarakat yang menjadi target sasaran.

### 5. Evaluasi

Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sampai sejauh mana keberhasilan yang diperoleh. Apakah khalayak sudah menerima informasi atau tidak, apakah mereka mengerti isi pesan yang disampaikan.

(Cangara, 2014:76)

Dalam hal strategi dalam bidang apapun tentu harus didukung dengan teori. Begitu juga pada strategi komunikasi harus didukung dengan teori, dengan teori merupakan pengetahuan mendasar pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Karena teori merupakan suatu pernyataan atau suatu pendapat yang satu dengan pendapat lainnya.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model – model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Strategi komunikasi sangatlah penting karena berhasil atau tidaknya suatu kegiatan secara efektif banyak ditentukan dengan baiknya suatu strategi yang telah direncanakan, strategi pada hakikatnya dalam suatu perencanaan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Serta untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja semata melainkan turut menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah gabungan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang telah direncanakan, dipadukan dengan manajemen komunikasi itu sendiri agar tujuan yang diharapkan dari kegiatan komunikasi tersebut dapat tercapai.

## **2.2.4 Pelayanan Publik**

### **2.2.4.1 Pelayanan**

Pelayanan diartikan suatu aktivitas satau sekelompok orang di dalam organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi suatu kebutuhan. Monir (dalam Harbani Pasolong, 2015:16) menyatakan bahwa, pelayanan ialah pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan menurut Kotler dalam Daryanto dan Setyabudi (2014:135) menjelaskan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu perkumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Menurut Ratminto dan Winarsih dalam (Nurdiansyah, Andriani, & Hastuti, 2019) menyatakan bahwa:

“Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang maupun jasa yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, daerah dan lingkungan dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat”. (Ratminto & Winarsih, 2019)

Menurut Indri dan Hayat (2015), pelayanan memberikan pelayanan secara profesional dan berkualitas yang mempunyai implikasi positif terhadap kepuasan masyarakat. Profesionalitas pelayanan ditunjang oleh sikap dan perilaku dalam pemberian layanan. Sumber daya manusia menjadi indikator penting dalam pelayanan.

Definisi pelayanan menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25 Tahun 2004 ialah segala sesuatu kegiatan layanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan, yakni suatu bentuk dari upaya pemenuhan kebutuhan penerima layanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang – undangan.

Sedangkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor. 58 Tahun 2002, telah mengelompokkan tiga jenis pelayanan dari instansi pemerintah, serta BUMN/BUMD. Pengelompokkan jenis pelayanan tersebut, telah di dasarkan pada ciri - ciri dan sifat kegiatan serta produk pelayanan yang dihasilkan salah satunya adalah pelayanan administratif.

Jenis pelayanan administratif adalah pelayanan yang berjenis seperti pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi dan kegiatan

tata usaha lainnya, yang secara keseluruhan dapat menghasilkan suatu produk akhir berupa dokumen, seperti sertifikat, surat izin, rekomendasi, keterangan dan lain – lain. Misalnya, jenis pelayanan sertifikat tanah, pelayanan, pelayanan administrasi kependudukan. Jenis pelayanan barang adalah pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan, berupa bahan berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampainnya kepada konsumen secara langsung (sebagai unit atau individual) dalam suatu sistem tertentu. Secara keseluruhan, kegiatan tersebut telah menghasilkan suatu produk akhir yang berwujud benda (berwujud fisik).

#### **2.2.4.2 Pelayanan Publik**

Kata “publik” merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa “*public*” bahasa ini sudah digunakan bertahun - tahun oleh masyarakat bangsa Indonesia yang menyediakan bahwa publik ini diidentikkan dengan masyarakat. Kata masyarakat ini dalam pengertian umum menyatakan semua kalangan umum yang ditujukan pada keseluruhan rakyat. Secara teoritis, tujuan dari sebuah pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat.

Pelayanan publik menjadi isu sentral ditengah masyarakat, karena harapan yang tinggi atas peran pemerintah dalam menyediakan “pelayanan publik” yang cepat, murah, bermutu dan nyaman, yang bisa dinikmati oleh masyarakat luas (Bambang Istianto, 2013:271). Pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh birokrasi publik untuk memenuhi kebutuhan warga pengguna. Pengguna yang

dimaksudkan disini adalah warga negara yang membutuhkan pelayanan publik, seperti pembuatan kartu tanda penduduk (KTP), akta kelahiran, akta nikah, akta kematian, sertifikat tanah, izin usaha, izin mendirikan bangunan (IMB), izin gangguan (HO), izin pengambilan air bawah tanah, berlangganan air minum, listrik dan sebagainya. (Agus Dwiyanto, 2008:136).

Sedangkan dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian 19 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. (Ridwan, dkk., 2012:251).

Seperti yang disampaikan Janet Denhardt & Robert Denhardt, (2013) Pelayanan publik merupakan salah satu isu atau tujuan penting dari administrasi publik meliputi penyelenggaraan pemberian jasa - jasa publik, urusan - urusan publik (kepentingan dan kebutuhan publik) serta pemberian pelayanan publik yang adil dan tidak diskriminatif (Puspitosari, dkk., 2012:55). Pelayanan dapat dimaknai sebagai aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh lembaga maupun instansi pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Secara garis besar jenis-jenis layanan publik menurut Kepmenpan No. 63 Tahun 2003 dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Kelompok pelayanan administratif

Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya. Dokumen-dokumen ini antara lain Kartu Tanda Penduduk (KTP), Akte Pernikahan, Akte Kelahiran, Akte Kematian, Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Izin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (STNK), Izin Membangun Bangunan (IMB), Paspor, Sertifikat Kepemilikan/Penguasaan Tanah, dan sebagainya.

2. Kelompok pelayanan barang  
Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk/jenis barang yang digunakan oleh publik, misalnya jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, air bersih, dan sebagainya.
3. Kelompok pelayanan jasa: Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan 21 kesehatan, penyelenggaraan transportasi, pos, dan sebagainya.  
(Ridwan dkk, 2012:19-20)

Kelompok pelayanan administratif menghasilkan dokumen resmi yang dibutuhkan publik, seperti KTP, akta kelahiran, SIM, dan paspor. Kelompok pelayanan barang menyediakan barang seperti jaringan telepon, listrik, dan air bersih untuk kebutuhan masyarakat. Kelompok pelayanan jasa menawarkan berbagai layanan yang dibutuhkan publik, termasuk pendidikan, layanan kesehatan, transportasi, dan pos.

#### **2.2.4.3 Prinsip – Prinsip Pelayanan Publik**

Menurut (Bambang Istianto, 2011:117-118) ada enam prinsip pokok dalam strategi pelayanan publik tersebut meliputi:

- 1) Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak,

maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

- 2) Pendidikan, semua personil perusahaan dan manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
- 3) Perencanaan, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
- 4) Review, merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.
- 5) Komunikasi, implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah masyarakat umum, dan lain-lain.
- 6) Penghargaan dan pengakuan, penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi.

Kepemimpinan manajemen puncak krusial untuk meningkatkan kualitas perusahaan, karena tanpa komitmen mereka, upaya peningkatan hanya berdampak kecil. Semua karyawan perlu diberi pelatihan mengenai pentingnya kualitas sebagai strategi bisnis. Perencanaan harus mencakup tujuan kualitas untuk mencapai visi perusahaan. Review berkala penting untuk mengubah perilaku organisasi dan memastikan fokus pada kualitas. Komunikasi efektif dengan karyawan dan stakeholder lain mendukung implementasi strategi kualitas. Penghargaan dan pengakuan terhadap karyawan berprestasi meningkatkan motivasi dan rasa memiliki dalam organisasi.

### 2.2.5 KTP Elektronik

Definisi dari KTP atau Kartu Tanda Penduduk adalah dokumen kependudukan yang memuat sistem keamanan/pengendalian baik dari sisi administrasi ataupun teknologi informasi dengan berbasis pada database kependudukan nasional. Penduduk hanya diperbolehkan memiliki 1 (satu) KTP yang tercantum Nomor Induk Kependudukan (NIK). NIK merupakan identitas tunggal setiap penduduk dan berlaku seumur hidup.

Nomor NIK yang ada di KTP (Kartu Tanda Penduduk) nantinya akan dijadikan dasar dalam penerbitan paspor, surat izin mengemudi (SIM), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Polis Asuransi, sertifikat atas Hak Tanah dan penerbitan dokumen identitas lainnya sesuai dengan Pasal 13 UU No. 23 Tahun 2006 tentang Adminduk.

Menurut Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bandung barat, KTP elektronik adalah KTP berbasis Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang memiliki spesifikasi dan format KTP Nasional dengan sistem atau kode pengaman khusus yang berlaku sebagai identitas resmi penduduk yang diterbitkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Nomor Induk Kependudukan (NIK) adalah nomor identitas penduduk yang bersifat unik atau khas, tunggal, dan melekat pada seseorang yang terdaftar sebagai penduduk Indonesia.

KTP Elektronik merupakan KTP Nasional yang diatur dalam UU No. 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan, Peraturan

Presiden No. 26 Tahun 2009 tentang penerapan KTP berbasis Nomor Induk Kependudukan secara Nasional, dan Peraturan Presiden No. 35 Tahun 2010 tentang Perubahan Peraturan Presiden No. 26 Tahun 2009. Peraturan tersebut maka KTP Elektronik berlaku secara Nasional, dengan demikian mempermudah masyarakat untuk mendapatkan pelayanan dari lembaga pemerintah dan swasta karena tidak lagi memerlukan KTP setempat.

Adapun prosedur pembuatan KTP menurut (Susilo, 2013), yakni sebagai berikut:

1. Bahwa Kartu Tanda Penduduk sebagai identitas resmi penduduk merupakan bukti diri yang berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Bahwa dalam rangka mewujudkan kepemilikan satu Kartu Tanda Penduduk untuk satu penduduk diperlukan kode keamanan dan rekaman elektronik data kependudukan berbasis Nomor Induk Kependudukan.
3. Bahwa berdasarkan Pasal 101 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan, Pemerintah memberikan Nomor Induk Kependudukan kepada setiap penduduk paling lambat akhir tahun 2011 dan dicantumkan dalam Kartu Tanda Penduduk.
4. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan

Peraturan Presiden tentang Penerapan Kartu Tanda Penduduk Berbasis Nomor Induk Kependudukan Secara Nasional.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung merupakan bagian dari komunikasi dan merupakan salah satu alat dalam komunikasi untuk menyebarluaskan informasi, mentransmisikan informasi, gagasan, emosi maupun nilai kepada masyarakat agar dapat mengetahui semua informasi mengenai Strategi Komunikasi Pemerintah Kelurahan.

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Pada kerangka Praktis ini pengumpulan data dengan pencarian informasi mengenai Pemerintah Kelurahan. Strategi komunikasi adalah

Perencanaan komunikasi dengan Manajemen komunikasi seperti halnya dengan Strategi Komunikasi Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan dalam pelayanan KTP Elektronik bahwa jika melakukan Strategi Komunikasi tentunya dibutuhkan:

1. Identifikasi target khalayak (*audience*)

Sebelum melancarkan strategi, pihak Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung memerlukan pemahaman siapa sasaran yang akan dituju dengan melakukan identifikasi sasaran masyarakat. Identifikasi target masyarakat atau biasa disebut pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Di sini pemetaan dilakukan untuk mengetahui apakah masyarakat yang menjadi target sasaran bentuk dan kriteria yang menjadi sasaran. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan strategi tersebut, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (persuasif).

2. Tujuan yang ingin dicapai

Setelah ada gambaran mengenai sasaran masyarakat, tahap berikutnya ialah Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung menetapkan tujuan yang ingin di capai. Dimana tujuan harus jelas, dan perubahan harus dikehendaki bisa terbaca, untuk itu diperlukannya komitmen yang tinggi untuk mendorong ke arah tujuan yang ingin dicapai.

3. Rencana Komunikasi

Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung menyusun tujuan, maka selanjutnya adalah membuat perencanaan komunikasi untuk ditindaklanjuti sampai pada upaya untuk memperoleh tanggapan balik dari masyarakat.

#### 4. Pesan yang dimuat

Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung kegiatan Strategi Komunikasi yang dikirimkan kepada masyarakat. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Dengan memahami tipe masyarakat dan tujuan yang ingin dicapai tersebut maka perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman masyarakat yang menjadi target sasaran.

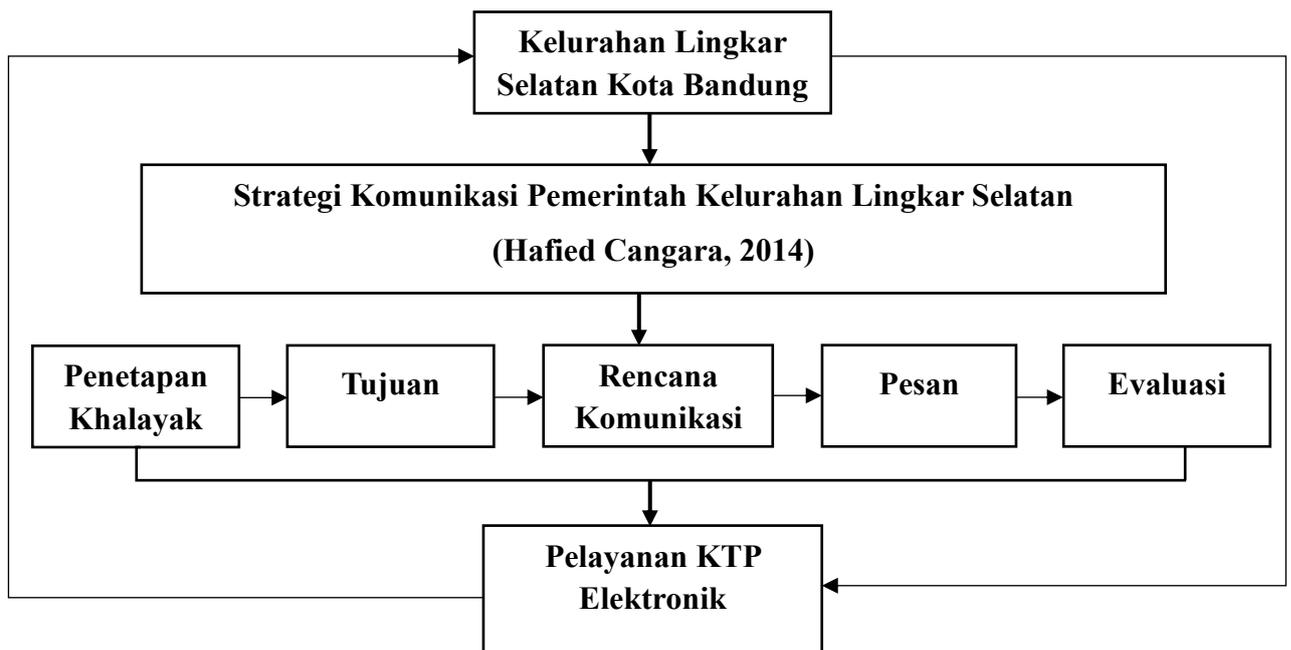
#### 5. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dalam pelaksanaan Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan merupakan bagian dari manajemen secara umum, manajemen harus memahami arah organisasi yang diinginkan sebelum mulai melangkah ke arah tersebut. Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang di peroleh. Apakah masyarakat sudah menerima dan mengerti isi pesan yang disampaikan, dan apakah ada perubahan perilaku dan sikap yang ada pada masyarakat sesuai dengan tujuan program.

Berdasarkan kepada pemikiran diatas, peneliti menggambarkan dan juga menjelaskan mengenai Strategi Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kecamatan Lengkong Kota Bandung.

Pada kerangka teoritis ini, peneliti mengumpulkan data dengan pencarian informasi mengenai Pemerintah Kelurahan Lingkar Selatan Kota Bandung. Adapun untuk mempetakan secara umum mengenai pemikiran tersebut, maka bisa dilihat pada gambar:

**Gambar 2. 1 Alur Berpikir Peneliti**



*Sumber: Peneliti, 2024*