BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam bagian ini, peneliti melakukan telaah literatur dan penelitian sebelumnya untuk menentukan landasan bagi penelitian saat ini. Dengan merujuk pada studi-studi sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi karya-karya terkait yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya ini menjadi penting karena memberikan landasan bagi peneliti untuk mengembangkan asumsi yang diperlukan dalam penelitian mereka.

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang di teliti. Dengan demikian, peneliti memperoleh referensi yang mendukung, melengkapi, dan membandingkan dalam menyusun penelitian mereka agar menjadi lebih komprehensif. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan **"Strategi Komunikasi Yayasan Bukti Carita Melalui Program Pemberdayaan dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Daerah Terpencil Kabupaten Bogor".** Berikut adalah beberapa hasil Penelitian yang di jadikan sebagai referensi :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO	Uraian / Nama & Tahun Lulus	Freliska Dinda Mahfira (2020)	Eci Trindika Aulia (2019)	Nor Zahidah (2019)
1	Perguruan Tinggi	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN	UNIVERSITAS SRIWIJAYA	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
2	Judul	*NEW HOPE CLASS* (NHC) SEBAGAI PROGRAM PEMBERDAYAAN ANAK KURANG MAMPU DI LEMBAGA YAYASAN MEDAN GENERASI IMPIAN (LYMGI) KOTA MEDAN	PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SUKU ANAK DALAM MELALUI PENDIDIKAN DI DESA MENTAWAK KABUPATEN MERANGIN PROVINSI JAMBI	PEMBERDAYAAN ANAK KURANG MAMPU MELALUI PROGRAM YOGYAKARTA COIN A CHANCE DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA
3	Metode	Kualitatif Dengan Pendekatan Deskriptif	Kualitatif Dengan Pendekatan Deskriptif	Kualitatif Dengan Pendekatan Deskriptif
4	Hasil	Program pemberdayaan anak kurang mampu membuat anak-anak dapat mengatasi permasalahan pendidikan dan	Proses pemberdayaan masyarakat Suku Anak Dalam melalui pendidikan ada 3 bentuk pemberdayaan yaitu program pendidikan pada Pendidikan	Pemberdayaan anak kurang mampu melalui program YCAC di Kabupaten Sleman menyoroti beberapa aspek penting. Program ini tidak hanya mengenalkan konsep

		perkembangan bangsa, dalam hal ini Yayasan Medan Generasi Impian telah menerapkan rangkaian kegiatan pelatihan dibidang pendidikan khususnya kemampuan mengajar.	Anak Usia Dini, program pendidikan Paket A serta pemberdayaan dalam bentuk sosialisasi pendidikan. Sedangkan hambatan dalam proses pemberdayaan masyarakat Suku Anak	koin sebagai potensi pemberdayaan, tetapi juga menyediakan modal pendidikan, memberikan pelatihan kemandirian, dan meningkatkan semangat bersekolah anak-anak.
5	Perbedaan	Penelitian yang dilakukan oleh Freliska Dinda Mahfira fokus pada evaluasi dan analisis program pemberdayaan anak kurang mampu melalui program *New Hope Class* (NHC) yang dijalankan oleh LYMGI, sedangkan penelitian yang sedang peneliti lakukan berfokus pada Program pemberdayaan dalam meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil Kabupaten Bogor	Penelitian yang dilakukan oleh Eci Trindika Aulia berfokus pada pemberdayaan masyarakat suku anak melalui program pendidikan di Desa Mentawak Kabupaten Merangin Provinsi Jambi, sedangkan penelitian yang sedang peneliti lakukan berfokus pada dampak Program pemberdayaan terhadap kualitas pendidikan di daerah terpencil Kabpaten Bogor	Penelitian yang dilakukan oleh Nor Zahidah Melibatkan Program pemberdayaan, kondisi sosial dan ekonomi anak- anak kurang mampu, serta dampaknya terhadap kesejahteraan anak kurang mampu di Kabupaten Sleman Yogyakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melibatkan Strategi Komunikasi, Program pemberdayaan dan dampak terhadap kualitas pendidikan di daerah terpencil Kabpaten Bogor

Sumber : peneliti, April 2024

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Terdapat beberapa definisi atau pemahaman tentang komunikasi yang disampaikan oleh para ahli dalam bidang komunikasi. Meskipun setiap ahli memiliki pendekatan dan gaya tersendiri dalam menjelaskan konsep tersebut, namun intinya tetap berfokus pada satu tema yaitu komunikasi.

Komunikasi adalah hal yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Bahkan, komunikasi telah menjadi fenomena yang penting dalam membentuk masyarakat atau komunitas yang terhubung oleh pertukaran informasi. Setiap individu saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana, komunikasi terjadi ketika terdapat kesamaan antara penyampai pesan dan penerima pesan. Asal-usul bahasa Latin *"communis"* dari kata *"commun"* mengindikasikan arti sama. Apabila kita berkomunikasi *(to communicate)*, ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8)

Menurut Carl Hovland, Janis & Kelley yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano P dalam buku pengantar ilmu komunikasi, Komunikasi adalah suatu proses dimana komunikator menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah atau membentuk perilaku khalayak (Rismawaty et al, 2014)

Harold Lasswell yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano juga mendefinisikan komunikasi Pada dasarnya, adalah proses yang melibatkan penjelasan tentang identitas pengirim pesan ("*who says*"), konten pesan

("*what in*"), saluran komunikasi yang digunakan ("*which channel*"), penerima pesan ("*to whom*"), dan dampak atau hasil yang diharapkan ("*with what effect"*), (Rismawati et al, 2014)

Everett M. Rogers, yang dikutip oleh Deddy Mulyana, menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana ide disampaikan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan untuk mengubah perilaku mereka. (Rogers dalam Mulyana, 2004:62).

Dari beragam definisi ilmu komunikasi yang disajikan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Terlihat bahwa setiap ahli memberikan definisinya dengan perspektifnya sendiri dalam memahami komunikasi. Tiap-tiap definisi menekankan makna, cakupan, dan situasi yang berbeda-beda, (Riswandi, 2009:2).

Dari sekumpulan definisi komunikasi yang disampaikan oleh berbagai ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan pertukaran pesan atau ide dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku mereka. Komunikasi merupakan hal yang fundamental dalam kehidupan manusia, membentuk dasar terbentuknya masyarakat atau komunitas yang saling terhubung melalui pertukaran informasi. Secara esensial, komunikasi terjadi ketika terdapat kesamaan antara penyampai pesan dan penerima pesan, di mana proses tersebut melibatkan identitas pengirim pesan, konten pesan, saluran komunikasi, penerima pesan, dan hasil yang diharapkan.

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam Bukunya Menurut Cangara Hafied (2013), terdapat unsur-unsur yang mendukung terjadinya suatu proses komunikasi, yaitu:

1. Sumber *(Source)*

   Komunikator adalah individu yang mengirim pesan kepada penerima. Istilah "sumber" sering disebut dengan berbagai nama, seperti komunikator, pengirim, atau dalam Bahasa Inggris disebut source, sender, atau encoder.

2. Pesan *(message)*

   Merupakan kumpulan simbol baik verbal maupun nonverbal yang mengungkapkan perasaan, nilai, gagasan, atau tujuan dari sumbernya *(source)*. Menurut Rudolph F. Verderber, pesan terdiri dari beberapa komponen, seperti makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna tersebut, dan struktur organisasi pesan.

3. Saluran Media *(Channel)*

   Media adalah alat yang digunakan untuk mentransfer pesan dari sumber kepada penerima. Jenis media dapat meliputi media masa seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet. Selain itu, media juga bisa berupa saluran komunikasi seperti kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya seperti poster, leaflet, brosur, dan buku.

4. Penerima *(receiver)*

   Pihak yang menerima pesan dari sumber memiliki berbagai nama lain seperti destination, communicate, decoder, audience, listener, dan interpreter. Penerima adalah individu atau kelompok yang menjadi tujuan pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, dapat dalam bentuk kelompok, partai, atau negara. Istilah yang digunakan untuk menyebut penerima pun bervariasi, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam Bahasa Inggris disebut audience atau receiver. Dalam konteks komunikasi, keberadaan penerima disebabkan oleh adanya sumber. Tanpa sumber, tidak akan ada penerima.

5. Efek *(effect)*

   Pengaruh atau efek adalah perubahan antara pemikiran, perasaan, dan perilaku penerima sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh ini dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang. Dengan demikian, pengaruh juga dapat diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai hasil dari menerima pesan.

6. Umpan balik *(feedback)*

   Ada yang berpandangan bahwa umpan balik sebenarnya merupakan salah satu bentuk pengaruh yang berasal dari penerima. Namun, sebenarnya umpan balik juga dapat berasal dari faktor lain seperti pesan dan media, bahkan jika pesan belum sampai ke penerima. Sebagai contoh, sebuah konsep surat mungkin memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat

yang digunakan mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Faktor-faktor semacam itu dianggap sebagai respon balik yang diterima oleh sumber (Cangara, 2013:36-38)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Dalam "Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi", proses komunikasi antar manusia dijelaskan sebagai serangkaian proses yang kompleks namun juga sederhana. Proses ini selalu melibatkan berbagai unsur, seperti sinyal, sandi, dan makna, yang menentukan kompleksitas pesan atau kegiatan tersebut.

Fungsi komunikasi meliputi penyampaian informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi orang lain dalam bersikap atau bertindak. Menurut Suharno (2016:33–37), ada lima fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)

   Aktivitasutama dalam berkomunikasi adalah memberikan suatu informasi atau pesan yang ingin disampaikan

2. Mendidik (*to educate*)

   Informasi yang disampaikan idealnya harus menekankan aspek mendidik

3. Menghibur (*to entertain*)

   Terlepas setuju dan tidak setuju mengenai hiburan yang sehat dan tidak sehat, pesan yang dikemas memiliki tujuan yang menghibur, terutama komunikasi massa

4. Pengawasan (*surveillance*)

   Komunikasi pada dasarnya memiliki fungsi pengawasan, baik komunikasi massa atau interpersonal

5. Mempengaruhi (*to influence*)

   Pesan atau informasi yang disampaikan bersifat mempengaruhi.

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Deddy Mulyana yang dikutip oleh Didik Hariyanto dalam bukunya yang berjudul Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan:

1. Komunikasi Sosial

   Komunikasi memiliki peran penting dalam membangun konsep diri, mencapai aktualisasi diri, mempertahankan kelangsungan hidup, mencari kebahagiaan, mengurangi tekanan dan ketegangan, serta memperkuat hubungan antarpribadi. Komunikasi sosial menekankan bahwa komunikasi dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan diri, menghibur diri sendiri, merasa nyaman, dan menciptakan kedamaian baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Walaupun percakapan antara dua sahabat mungkin berlangsung lama dan membahas hal-hal yang sederhana, namun interaksi tersebut dapat memberikan kepuasan pada keduanya.

2. Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspresif tidak selalu bermaksud untuk memengaruhi orang lain secara langsung, tetapi dapat digunakan untuk menyampaikan perasaan kita melalui pesan-pesan non verbal. Ini bisa mencakup perasaan sayang, marah, benci, takut, sedih, dan simpati.

3. Komunikasi Ritual

   Komunikasi ritual sering kali memiliki unsur ekspresif, di mana individu menyatakan perasaan terdalam mereka. Sebagai contoh, seorang anggota

paskibraka mungkin menangis ketika mengangkat bendera pusaka merah putih. Kegiatan komunikasi ritual memungkinkan pesertanya untuk berbagi komitmen emosional dan mempererat hubungan antar mereka. Inti dari komunikasi ritual bukanlah hanya pada kegiatan itu sendiri, melainkan pada perasaan persatuan yang tercipta, di mana anggota merasa terikat oleh sesuatu yang lebih besar dari diri mereka sendiri, dan ini diakui serta diterima oleh kelompok mereka.

4. Komunikas Instrumental

   Komunikasi memiliki berbagai tujuan yang meliputi memberikan informasi, mendidik, mendorong, menghibur, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku, serta menggerakkan tindakan. Setiap tujuan tersebut memiliki unsur persuasi, di mana komunikator berupaya memengaruhi penerima dalam berbagai cara. Bahkan ketika komunikasi bertujuan untuk memberikan informasi atau penjelasan, terdapat aspek persuasif di mana pembicara berharap agar pendengarnya mempercayai keakuratan dan relevansi informasi yang disampaikan (Hariyanto, 2021:45-51)

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Laswell dalam (Rismawaty, dkk, 2014) Komunikasi merupakan proses yang sangat penting karena keberhasilan penyampaian pesan bergantung pada proses komunikasi yang terjadi. Proses komunikasi dapat dibagi menjadi dua tahap utama, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder.

1. Proses komunikasi primer melibatkan penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang seperti bahasa, isyarat,

gambar, atau warna yang secara langsung mampu menyampaikan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa merupakan contoh utama dari media primer karena kemampuannya untuk menerjemahkan ide, informasi, atau opini dari satu individu kepada individu lainnya, baik itu tentang hal konkret maupun abstrak, serta tidak hanya terbatas pada peristiwa saat ini, tetapi juga pada masa lalu dan masa depan.

2. Sementara itu, proses komunikasi sekunder melibatkan penggunaan alat atau media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini ketika pesan harus disampaikan kepada sasarannya yang berada di lokasi yang relatif jauh atau kepada banyak orang. Media sekunder ini mencakup berbagai alat seperti surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi.

2.1.2.5 Hambatan Komunikasi

Menurut Hafied Cangara, yang dikutip oleh (Rismawaty, dkk, 2014) dalam buku pengantar ilmu komunikasi, meskipun gangguan dan hambatan dalam komunikasi bisa dibedakan, namun pada kenyataannya, hambatan komunikasi juga dapat muncul karena adanya gangguan. Para ahli komunikasi menyatakan bahwa seseorang sulit untuk melakukan komunikasi yang efektif karena berbagai hambatan yang perlu diperhatikan. Gangguan atau hambatan komunikasi pada dasarnya dapat dibagi menjadi tujuh macam, di antaranya adalah:

1. Gangguan Teknis: Gangguan teknis terjadi ketika salah satu perangkat yang digunakan dalam proses komunikasi mengalami gangguan, sehingga

informasi yang dikirim melalui saluran mengalami kerusakan atau gangguan sinyal.

2. Gangguan Semantik: Gangguan semantik adalah hambatan dalam komunikasi yang timbul akibat kesalahan dalam penggunaan bahasa, baik itu dalam pemahaman makna kata atau kalimat.
3. Gangguan Psikologis: Hambatan psikologis muncul karena adanya gangguan yang berasal dari masalah dalam diri individu, seperti kecurigaan terhadap sumber informasi, situasi emosional, atau masalah kejiwaan yang dapat memengaruhi penerimaan dan pengiriman informasi.
4. Rintangan Fisik atau Organik: Rintangan fisik terjadi karena kendala geografis atau jarak yang sulit diatasi, seperti kurangnya sarana transportasi atau fasilitas kantor yang tidak memadai.
5. Rintangan Status: Rintangan status timbul karena adanya perbedaan sosial antara pihak yang terlibat dalam komunikasi, seperti perbedaan status jabatan atau hierarki sosial.
6. Rintangan Kerangka Berpikir: Rintangan kerangka berpikir disebabkan oleh perbedaan persepsi antara pengirim pesan dan penerima pesan akibat latar belakang pendidikan, pengalaman, atau kebudayaan yang berbeda.
7. Rintangan Budaya: Rintangan budaya terjadi karena adanya perbedaan dalam norma, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dipegang oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, yang dapat menghambat pemahaman dan pengiriman pesan, Cangara dalam (Rismawaty, dkk, 2014)

Dalam menghadapi berbagai hambatan yang mungkin timbul selama proses komunikasi, baik bagi komunikator maupun komunikan, langkah-langkah untuk mengatasi hambatan tersebut perlu diperhatikan. Beberapa cara yang dapat dilakukan antara lain:

1. Berikan Umpan Balik: Penting bagi setiap pembicara untuk memperhatikan respons yang diberikan oleh lawan bicaranya, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal, dan menginterpretasikannya dengan benar.
2. Memahami Perbedaan Individu: Setiap individu memiliki karakteristik yang unik, baik dari segi psikologis, sosial, ekonomi, budaya, maupun pendidikan. Dengan memahami perbedaan tersebut, seseorang dapat menggunakan strategi yang sesuai dalam berkomunikasi.
3. Komunikasi Langsung: Komunikasi tatap muka dapat mengatasi beberapa hambatan komunikasi karena lebih persuasif. Dalam komunikasi langsung, komunikator dapat menggunakan bahasa verbal dan nonverbal secara efektif, termasuk kontak mata, ekspresi wajah, gerakan tubuh, serta isyarat non-verbal lainnya.
4. Gunakan Bahasa yang Sederhana: Penggunaan bahasa yang mudah dipahami sangat penting. Kosa kata yang digunakan sebaiknya jelas dan sederhana, tanpa menggunakan istilah yang sulit dipahami oleh pendengar.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Dalam (Afianto & Utami Hamidah Nayati, 2017), menurut Pace dan Faules Komunikasi Organisasi bukan hanya sesuatu yang dilakukan oleh sejumlah orang,

komunikasi organisasi merupakan suatu disiplin ilmu yang dapat membawa banyak arahan yang bermanfaat.

Pengertian fungsional komunikasi organisasi adalah penyajian dan interpretasi pesan antar unit komunikasi yang menjadi bagian dari organisasi tertentu. Sebuah organisasi terdiri dari unit unit komunikasi yang terkait secara hierarkis dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Di sisi lain, definisi komunikasi organisasi yang bersifat subjektif adalah proses penciptaan makna melalui interaksi yang membentuk suatu organisasi.

Menurut (Robbins, 2006:3), Dalam buku Komunikasi Organisasi: Teori, Inovasi dan Etika, dalam lingkungan organisasi, semua anggota akan berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Kesalahan dalam komunikasi dapat menyebabkan konflik antara individu dan tim kerja di dalam organisasi. Mengingat banyaknya waktu yang dihabiskan untuk berkomunikasi, baik secara tertulis, lisan, maupun melalui pendengaran dan membaca, jika komunikasi di dalam organisasi tidak efektif, hal tersebut dapat menghambat kesuksesan organisasi.

Menurut (Bangun, 2012:2). Dalam Buku Komunikasi Organisasi Robert tua siregar, Komunikasi menjadi Instrumen yang sangat berguna untuk menyampaikan atau menerima informasi dan pesan dari dan kepada orang lain. Kelalaian dalam melakukan kegiatan komunikasi dapat memberi dampak buruk yang sangat parah. Berbagai hasil penelitian membuktikan bahwa komunikasi yang buruk merupakan asal perselisihan dan konflik antar individu atau Organisasi.

Dalam Buku Komunikasi Organisasi Robert tua siregar, menurut (Robbins & Coulter,2010:2-3) Agar komunikasi sukses, maka harus saling dipahami dengan

menggunakan bahasa yang saling mengerti. Komunikasi sempurna, ketika ada, akan terjadi pikiran dan ide yang di sampaikan berhasil dipahami dengan sempurna oleh komunikan, sama seperti yang telah di bayangkan oleh komunikator.

Pada bagian buku Komunikasi Organisasi: Strategi dan Kompetensi karya Andre Hardjana. Organisasi dan Komunikasi Merupakan dua konsep yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan baik secara teoritis konseptual maupun secara operasional. Organisasi hanya dapat diberi definisi yang lengkap bila dikaitkan dengan komunikasi. Definisi organisasi yang diterima oleh banyak ilmuan meliputi lima bagian yaitu sistem, kerja sama, kordinasi, tujuan, dan hierarkis dan bagian bagian tersebut mengait pada komunikasi. Proses operasional organisasi secara keseluruhan berlangsung melalui proses komunikasi.

Sebagaimana digambarkan oleh para ahli yang dikutip, bahwa komunikasi merupakan pondasi utama dalam dinamika internal suatu organisasi. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari interaksi antarindividu, pertukaran informasi dan pesan, hingga operasional keseluruhan organisasi. Ketika komunikasi tidak efektif, risiko konflik antarindividu atau kelompok dalam organisasi meningkat, yang pada gilirannya dapat menghambat kinerja dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan.

Komunikasi yang sukses melibatkan pemahaman mutual antara pihak yang terlibat, didukung oleh penggunaan bahasa yang saling dimengerti, sehingga memastikan bahwa pesan yang disampaikan berhasil dipahami dengan baik oleh penerima pesan. Dengan demikian, komunikasi menjadi pondasi penting yang tidak

hanya memfasilitasi pertukaran informasi, tetapi juga menjaga koherensi dan kelancaran operasional organisasi secara keseluruhan.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Sasa Djuarsa dalam buku Teori Komunikasi, Fungsi Komunikasi Organisasi yaitu :

1. Fungsi Informatif

   Fungsi ini berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi semua orang dalam organisasi menjadi menegerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan

2. Fungsi Regulatif

   Fungsi ini beraturan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua peran penting dalam fungsi ini yaitu:

   a. Pimpinan atau orang orang yang berada pada pucuk atasan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.
   b. berhubungan dengan pesan pada regulative pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

   Fungsi ini lebih banyak dipakai untuk atasan/pimpinan dalam suatu organisasi dengan maksud untuk memperoleh dukungan dari bawahan tanpa adanya unsur paksaan atau kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil yang diharapkan. Dengan adanya kenyataan ini maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempengaruhi bawahannya daripada memerintah. Dampaknya pekerjaan yang dilakukan oleh bawahan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

   Untuk menjalankan fungsi intergrasi, setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan bawahan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik (Senjaya,2007:4.8-4.10).

Komunikasi organisasi memiliki beberapa fungsi menurut (Bangun, 2012:3-4) dalam dalam buku Komunikasi organisasi Robert tua siregar:

1. Fungsi Pengawasan

   Pada organisasi umumnya memiliki struktur dan perintah. Komunikasi membantu anggota tentang bagaimana dan apa yang seharusnya mereka lakukan guna kerja sesuai standar yang telah di tentukan.

2. Sebagai Motivasi

   Dalam menyampaikan informasi yang jelas dan bagaimana prestasi serta pencapaian anggota organisasi, serta bagaimana cara memotivasi anggota

organisasi supaya mempunyai kemauan melaksanakan tugasnya dengan baik.

3. Pengungkapan Emosi

   Komunikasi yang terjadi dalam organisasi kerja mereka merupakan sumber utama dalam komunikasi sosial dan merupakan komunikasi fundamental dimana pengungkapan yang menunjukan ekspresi kecewa maupun puas.

4. Informasi

   Informasi ini berhubungan dengan pengambilan keputusan. Kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat memberikan informasi yang berguna dalam langkah pengambilan keputusan.

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya Teori Komunikasi yang dikutip oleh Rismawaty, dkk, dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa tujuannya adalah memperbaiki organisasi yang ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuanmanajemen, serta memperoleh hasil yang ingin dicapai. (R.Wayne. Pace dan Don F dalam Rismawaty, dkk 2014:207)

Selain itu tujuan komunikasi organisasi untuk memahami, proses, prinsip, dan alur komunikasi yang ada di dalam suatu organisasi untuk mewujudkan keinginan yang ingin dicapai. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu:

1. Memahami dan mengetahui fenomena komunikasi yang terjadi pada suatu organisasi.

2. Menurut (Sinurat, 2010) untuk mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi baik arus komunikasi vertika yang terdiri dari *downward communication* dan *upward communication* serta komunikasi horizontal.

2.1.4 Tinjauan Komunikasi Pembangunan

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Pembangunan

Dalam buku Perencanaan Pembangunan Daerah karya Hadiwijoyo dan Anisa, Pembangunan merupakan suatu proses transformasi Definisi pembangunan sering menjadi bahan perdebatan yang menarik. Tidak ada disiplin ilmu yang secara pasti dapat mengartikan konsep tersebut. Seiring waktu, berbagai pemikiran tentang pembangunan telah muncul, mulai dari perspektif klasik dalam sosiologi (Durkheim, Weber, dan Marx), pandangan Marxis, teori modernisasi oleh Rostow, strukturalisme bersama dengan modernisasi yang memperkaya wawasan tentang pembangunan sosial, hingga konsep pembangunan berkelanjutan.

Dalam buku Perencanaan Pembangunan Daerah karya Hadiwijoyo dan Anisa, pembangunan (*development*) dapat diartikan sebagai proses perubahan atau pertumbuhan. Negara-negara yang berhasil dalam pembangunan seringkali mencapai tingkat kemajuan hingga disebut sebagai negara maju (*developed countries*). Dengan kata lain, "membangun" berarti mengubah dan meningkatkan kemampuan sesuatu secara berkelanjutan dan cepat.

> "Pembangunan adalah upaya yang disengaja untuk melakukan perubahan dalam struktur sosial dan pertumbuhan ekonomi, yang dilakukan secara berkelanjutan untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik dalam hidup" dalam (Hadiwijoyo,2019:68-69)

Pembangunan pada dasarnya adalah proses mengubah masyarakat dari satu keadaan ke keadaan lain yang lebih mendekati ideal; dalam proses ini, penting untuk memperhatikan keberlanjutan *(continuity)* dan perubahan *(change)*, yang menciptakan dinamika dalam perkembangan masyarakat.

Menurut Hafied Cangara Dalam Bukunya "Komunikasi Pembangunan", Komunikasi pembangunan terdiri dari dua konsep, yakni komunikasi dan pembangunan. Komunikasi berasal dari bahasa Latin *"communico"*, *"communis"*, atau *"communicare"*, yang berarti membuat sama atau menciptakan kesamaan. Secara sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu individu atau lebih kepada individu lain dengan tujuan memengaruhi atau menciptakan saling pengertian.

Pembangunan, pada sisi lain, berasal dari bahasa Inggris *"developing"* yang mencerminkan suatu tindakan menuju perkembangan, kemajuan, dan pertumbuhan. Jadi, dalam konteks ini, *"development"* mengacu pada perubahan menuju pola hidup dan nilai-nilai manusia yang lebih positif. Pembangunan berupaya meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat. Meskipun konsep ini diterima secara umum, masih ada perdebatan tentang arti dari kondisi kehidupan yang lebih baik dan cara mencapainya (Melkote & Leslie, 2015).

Dari definisi kedua konsep tersebut, komunikasi pembangunan dapat dijelaskan sebagai kegiatan manusia yang mengalirkan informasi tentang gagasan, objek, lokasi, individu, dan kebijakan, sehingga manusia dapat saling memahami dan dipahami oleh sesama. Dengan pemahaman ini, manusia dapat mengakses

informasi untuk mempertimbangkan dan membuat keputusan, baik untuk menerima yang bermanfaat maupun menolak yang tidak diinginkan.

Menurut Quebral (2017) yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Pembangunan merumuskan bahwa:

> "Komunikasi pembangunan adalah bidang studi komunikasi manusia yang berkaitan dengan perubahan masyarakat dari kondisi kemiskinan ke arah pertumbuhan yang dinamis dan inklusif, dengan tujuan mendorong kesetaraan dan pengembangan potensi individu. Fokusnya adalah menyebarkan informasi yang berguna, menyediakan platform untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah, mengajarkan ide, keterampilan, dan nilai-nilai yang diperlukan, serta membangun kesepakatan dalam membangun negara yang stabil" (Cangara, 2020:293-294).

Organisasi internasional juga ikut berperan dalam merumuskan pengertian komunikasi pembangunan. Menurut Bank Dunia (world bank):

> "Development communication is the integration of strategic communication in development projects based on a clear understanding of in digenous realities". (komunikasi pembangunan adalah integrasi komunikasi strategis dalam proyek-proyek pembangunan berdasarkan pemahaman yang jelas tentang realitas adat) (Cangara, 2020:294).

Definisi yang serupa juga diutarakan oleh UNICEF, badan PBB yang bertanggung jawab dalam urusan anak-anak, yang menyatakan:

> " *... a two-way process for sharing ideas and knowledge using a range of communication tools and approaches that empower individuals and communities to take actions to improve their lives*". (...proses dua arah untuk berbagi ide dan pengetahuan menggunakan serangkaian alat komunikasi dan pendekatan yang memberdayakan individu dan komunitas untuk mengambil tindakan guna meningkatkan kehidupan mereka) (Cangara, 2020:294).

Dari definisi yang disampaikan, komunikasi pembangunan adalah upaya menyebarkan informasi bermanfaat, memberikan wadah bagi pembicaraan masalah, memberi keterampilan dan pengetahuan untuk mengatasi masalah seperti

kelaparan, kekurangan gizi, dan pengangguran. Ini juga melibatkan pendidikan tentang lingkungan sosial-ekonomi, membangun kemandirian dan solidaritas, serta mendorong partisipasi dalam pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, komunikasi pembangunan bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial dan ekonomi yang positif di negara-negara berkembang.

2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Pembangunan

Komunikasi diperlukan untuk mengelola interaksi sosial antara individu, baik itu dalam konteks bisnis, kesehatan, pendidikan, pekerjaan, atau politik. Komunikasi yang efektif dan sopan akan berdampak positif pada hubungan individu dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Menurut Everett M. Rogers (1985), komunikasi pembangunan memiliki dua peran utama:

1. Transformasi peran: Komunikasi pembangunan berperan dalam merubah peran sosial dengan menginspirasi individu untuk mencapai peningkatan kualitas hidup. Ini melibatkan penggunaan komunikasi sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.
2. Peran Sosialisasi: Komunikasi pembangunan juga berusaha untuk memelihara nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dengan berperan sebagai agen sosialisasi. Dalam hal ini, komunikasi pembangunan menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan yang diinginkan sambil mempertahankan struktur sosial yang ada. Media massa memiliki peran penting dalam membantu komunikasi pembangunan mencapai kedua peran ini. Menurut Daniel Lerner pada tahun 1958, media massa dapat

meningkatkan peluang modernisasi dengan meningkatkan aksesibilitas komunikasi.

Tujuan akhir komunikasi pembangunan saat ini adalah mengurangi ketimpangan dan meningkatkan partisipasi masyarakat, dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan, pemberantasan ketidakadilan sosial, advokasi reformasi agraria dan kebebasan berekspresi, serta pembangunan pusat-pusat komunitas untuk kegiatan rekreasi dan hiburan. (Melkote, 1991: 229).

Komunikasi pembangunan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui perubahan sosial dan politik. Selain fokus pada aspek ekonomi, komunikasi pembangunan juga memperhatikan nilai-nilai sosial, politik, budaya, dan moral untuk memperkaya kehidupan secara menyeluruh. Dengan memanfaatkan potensi individu dan lingkungannya, tujuan akhirnya adalah menciptakan kehidupan yang utuh dan bermakna bagi setiap individu.

2.1.4.3 Hakikat Komunikasi Pembangunan

1. Komunikasi Pembangunan Berbasis Hak Asasi Manusia

   Dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia No. 39 Tahun 1999 juga diungkapkan bahwa hak asasi manusia adalah:

   > "Hak asasi manusia merupakan seperangkat hak yang melekat pada hakikatnya atau keberadaan manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa dan merupakan anugerah-Nya yang harus dihormati, dijunjung tinggi, dan dilindungi oleh negara, hukum, pemerintah, atau setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia" (UUD Hak Asasi Manusia no. 39 Tahun 1999)

   Konsep ini sejalan dengan *Declaration of Human Rights* PBB yang menyatakan bahwa hak asasi manusia adalah hak-hak dasar yang melekat

pada setiap individu sebagai manusia yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaannya.

2. Komunikasi Pembangunan Mengacu pada *People Centere Development*

   Sentral *People Centered Development* mencakup tiga prinsip utama yang menjadi dasar operasionalisasi komunikasi pembangunan:

   a. Keberlanjutan

      Dalam konteks pembangunan yang berfokus pada manusia, keberlanjutan merupakan aspek penting yang menekankan pembentukan sistem sosial dan ekonomi yang mandiri untuk mencapai masyarakat yang berkelanjutan. Implementasi konkret dari tujuan keberlanjutan melibatkan upaya untuk memperbaiki masalah lingkungan seperti deforestasi, polusi air, dan tantangan lingkungan lainnya.

   b. Keadilan

      Unsur keadilan dalam pembangunan berbasis manusia meliputi hak kepemilikan sumber daya lokal, kedaulatan rakyat, pemberdayaan pemerintah, serta masalah ketenagakerjaan dan distribusi pendapatan.

   c. Partisipasi

      Dalam konteks pembangunan yang berfokus pada manusia, partisipasi adalah kunci. Ini mencakup proses demokrasi, akuntabilitas pemerintah, akses ke informasi yang relevan, dan penekanan pada kesetaraan gender.

2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.1.5.1 Definisi Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *"stratos"* yang artinya tentara dan kata *"agein"* yang berarti memimpin. Secara harfiah, strategi merujuk pada kepemimpinan militer. Dalam perkembangannya, muncul kata *"strategos"* yang mengacu pada pemimpin tertinggi dalam militer. Dengan demikian, strategi awalnya merujuk pada seni perang para jenderal *(The Art of General)* atau rancangan terbaik untuk meraih kemenangan dalam pertempuran. Marthin Anderson (1968) mengartikan Strategi adalah seni memanfaatkan kecerdasan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang tersedia guna mencapai tujuan dengan efisiensi dan keuntungan maksimal.

Strategi, dalam konteks terminologi, telah dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Strategi pada dasarnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Anwar Arifin dalam bukunya Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas bahwa "Strategi adalah rangkaian keputusan kondisional mengenai langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan.

Dalam konteks komunikasi, merumuskan strategi tidak hanya memerlukan penetapan tujuan yang jelas, tetapi juga mempertimbangkan kondisi dan situasi dari audiens atau target yang dituju.

2.1.5.2 Definisi Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (1981: 67), strategi komunikasi dapat dibagi menjadi dua aspek yang krusial yang perlu dipelajari dan dipahami secara cermat, yaitu strategi dalam dimensi makro (*Planned multimedia strategy)* dan dimensi mikro *(single communication medium strategy).* Penelitian ini memiliki signifikansi penting dalam memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan strategi komunikasi dalam situasi praktis.

Sedangkan Menurut pandangan Hafied Cangara dalam bukunya tentang perencanaan dan strategi komunikasi, ia merujuk pada definisi strategi komunikasi menurut pakar komunikasi Middleton (1980). Menurutnya, strategi komunikasi adalah gabungan terbaik dari semua unsur komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran, media, penerima, dan dampak yang direncanakan untuk mencapai hasil komunikasi yang optimal (Cangara, 2014: 64).

Strategi komunikasi adalah langkah konkret dalam serangkaian kegiatan komunikasi yang didasarkan pada unit teknis untuk mewujudkan tujuan komunikasi. Teknik merujuk pada tindakan komunikasi spesifik yang dipilih berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Ini melibatkan perencanaan yang mencakup metode, teknik, dan hubungan fungsional antara elemen-elemen proses komunikasi untuk kegiatan operasional guna mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan.

2.1.5.3 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam karya "Ilmu Komunikasi" karya Effendy, disebutkan bahwa tujuan utama strategi komunikasi, sebagaimana yang diuraikan oleh R. Wayne Pace, Brent

D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka *"Techniques for Effective Communication",* terdiri dari tiga poin utama:

1. Untuk memastikan pemahaman, yang mengacu pada kebutuhan agar penerima pesan memahami isi pesan tersebut.
2. Untuk membentuk penerimaan, setelah pemahaman tercapai, langkah selanjutnya adalah membangun penerimaan atas pesan tersebut.
3. Untuk memotivasi tindakan, yang berarti setelah pemahaman dan penerimaan terjadi, langkah berikutnya adalah mendorong tindakan berdasarkan pesan yang diterima.

2.1.5.4 Fungsi Strategi Komunikasi

Jika dipertimbangkan dari perspektif fungsionalnya, baik dalam skala besar (makro) maupun dalam skala kecil (mikro), strategi komunikasi memiliki dua fungsi utama:

1. Menyebarkan pesan komunikasi yang mencakup informasi, persuasi, dan instruksi secara teratur kepada target audience untuk mencapai hasil yang paling efektif.
2. Membantu mengurangi kesenjangan budaya yang terjadi sebagai dampak dari popularitas dan penggunaan media massa yang sangat efektif, yang jika tidak diatasi dapat mengancam nilai-nilai budaya.

Dalam merancang strategi komunikasi, penting untuk mempertimbangkan secara cermat baik faktor pendukung maupun faktor penghambat. Lebih lanjut, strategi tersebut sebaiknya memperhatikan elemen-elemen komunikasi serta faktor-

faktor yang mendukung atau menghambat setiap elemen tersebut. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, antara lain:

1. Identifikasi Target Komunikasi

   Sebelum memulai proses komunikasi, penting untuk mengidentifikasi dengan cermat pihak-pihak yang menjadi target komunikasi.

2. Seleksi Media Komunikasi

   Dalam rangka mencapai target komunikasi yang diinginkan, perlu dipertimbangkan penggunaan berbagai media atau kombinasi media yang sesuai, tergantung pada tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

3. Evaluasi Tujuan Pesan Komunikasi

   Pesan komunikasi harus memiliki tujuan yang jelas, termasuk menentukan teknik yang tepat, konten yang akan disampaikan, dan bahasa yang sesuai.

4. Peran Komunikator dalam Komunikasi

   Dalam menyampaikan pesan, peran komunikator sangat penting. Ada dua faktor utama yang harus diperhatikan oleh komunikator: daya tarik personal serta kredibilitasnya sebagai sumber informasi.

2.1.5.5 Teknik Strategi Komunikasi

Arifin (1994) mengidentifikasi beberapa teknik dalam strategi komunikasi sebagai berikut:

1. Redundancy (*Repetition*): Teknik ini melibatkan pengulangan pesan kepada audiens untuk menarik perhatian mereka secara lebih efektif. Dengan

mengulang pesan, audiens cenderung lebih memperhatikannya dan hal ini membantu dalam mengikat perhatian mereka.

2. Canalizing: Teknik ini melibatkan pemahaman dan penelitian terhadap pengaruh kelompok terhadap individu atau audiens. Untuk mencapai keberhasilan dalam komunikasi, penting untuk memahami dan memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok, dan kemudian secara bertahap mengarahkannya sesuai keinginan. Jika ini tidak mungkin dilakukan, kelompok tersebut dapat dipecah sehingga pengaruhnya berkurang, dan pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima oleh audiens.
3. Informatif: Teknik ini melibatkan penyampaian informasi yang benar dan faktual kepada audiens. Pesan-pesan disampaikan dengan tujuan untuk menggunakan akal pikiran audiens, dan umumnya disampaikan dalam bentuk keterangan, penerangan, atau berita.
4. Persuasif: Teknik ini melibatkan upaya untuk mempengaruhi audiens dengan membujuk mereka. Dalam hal ini, audiens digugah baik secara rasional maupun emosional. Kemampuan untuk menggugah sugesti dan kesiapan audiens untuk menerima pengaruh sangat penting dalam teknik ini.
5. Edukatif: Teknik ini melibatkan usaha untuk mempengaruhi audiens melalui penyampaian ide, pendapat, fakta, dan pengalaman. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang benar dan bertanggung jawab kepada audiens dengan tujuan mengubah perilaku mereka.
6. Koersif: Teknik ini melibatkan penggunaan kekuatan atau pemaksaan untuk mempengaruhi audiens. Biasanya dilakukan melalui aturan, perintah, atau

intimidasi. Terkadang, dibutuhkan kekuatan yang kuat di baliknya untuk menjalankannya dengan lancar.

2.1.5.6 Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus dirancang secara terstruktur untuk mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens atau target. Arifin (2010) menyarankan langkah-langkah strategi komunikasi yang efektif, yang meliputi:

A. Mengenal Khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif dalam komunikasi, komunikator harus menciptakan kesamaan kepentingan dengan audiens, terutama dalam hal pesan, metode, dan media. Untuk mencapai kesamaan tersebut, komunikator perlu memahami pola pikir dan pengalaman lapangan audiens dengan cermat. Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak seperti:

1. Pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan.
2. Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan.
3. Pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan. Kedua, pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda, ketiga situasi kelompok di mana itu berada.

B. Menetapkan sasaran atau tujuan komunikasi

Langkah awal dalam merancang strategi komunikasi. Beberapa tujuan yang efektif untuk komunikasi termasuk:

1. Mengkomunikasikan informasi adalah bentuk interaksi komunikatif yang penting. Masyarakat umumnya merasa lebih nyaman ketika mereka mendapatkan informasi yang mereka butuhkan atau ketika mereka memiliki akses yang mudah ke informasi tersebut. Ini menjadi bagian dari pembangunan kepercayaan dan rasa aman dalam lingkungan komunikatif.
2. Membantu orang lain dan memberikan nasihat kepada mereka dalam mencapai tujuan.
3. Mengatasi tantangan dan mengambil keputusan adalah hal yang penting, terutama bagi individu dengan posisi atau status yang lebih tinggi. Mereka perlu berkomunikasi dengan orang lain untuk meminta masukan atau data yang diperlukan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah atau membuat keputusan.
4. Menilai tingkah laku dengan efektif adalah proses penilaian untuk mengetahui bagaimana perilaku individu akan berubah setelah menerima pesan.

C. Mengatur Pesan

Model pilihan strategi mencermati cara di mana komunikator memilih dari berbagai strategi pesan untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan model desain pesan menekankan cara komunikator merancang pesan untuk mencapai tujuan tersebut.

D. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Dalam upaya mencapai efektivitas komunikasi, selain kejelasan pesan yang disesuaikan dengan karakteristik audiens dan faktor-faktor lainnya, metode komunikasi yang digunakan juga akan memengaruhi cara pesan disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Dalam mencapai komunikasi yang efektif, pemilihan media memegang peranan krusial. Ada empat ciri utama dalam komunikasi melalui media, terutama media massa, yaitu: pertama, bersifat tidak langsung, yang berarti harus dilakukan melalui media teknis; kedua, bersifat satu arah, yang berarti tidak ada interaksi antara peserta komunikasi; ketiga, bersifat terbuka, yang berarti diakses oleh publik yang terbatas dan anonim; dan keempat, memiliki jangkauan geografis yang luas.

2.1.6 Tinjauan Tentang Program

2.1.6.1 Definisi Program

Menurut Joan L. Herman sebagaimana dikutip oleh Farida Yusuf Tayibnapis Penulis buku yang berjudul Evaluasi Program, bahwa:

> "Program ialah segala sesuatu yang coba di lakukan seseorang dengan harapan akan mendatangkan hasil atau pengaruh (Farida Yusuf, 2016).

Menurut Suharsimi Arikunto penulis buku yang berjudul penilaian program pendidikan, bahwa:

> "program merupakan kegiatan yang direncanakan, maka tentu saja perencanaan itu diarahkan pada pencapaian tujuan" (Suharsimi Arikunto,2004).

Menurut Arikunto dan Jabar (2004), yaitu Program suatu unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari suatu kebijakan,

berlangsung dalam proses yang berkesinambungan dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan sekelompok orang.

Menurut Suherman dan Sukjaya Program adalah suatu rencana kegiatan yang dirumuskan secara operasional dengan memperhitungkan segala factor yang berkaitan dengan pelaksanaan dan pencapaian program tersebut. Menurut Feuerstein program adalah sebuah rencana yang diputuskan terlebih dahulu biasanya dengan sasaran-sasaran, metoder, urutan dan konteks tertentu.

Wirawan (2012: 17) dalama bukunya menjelaskan bahwa program adalah suatu kegiatan yang dirancang untuk melaksanakan kebijakan dan dilaksanakan untuk waktu yang tidak terbatas. Program yang dilaksanakan perlu di evaluasi untuk menentukan apakah suatu program yang dilaksanakan telah mencapai tujuan yang ditetapkan. Eko putro widoyoko menjelaskan bahwa program adalah serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan seksama dan dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang.

Dari pengertian tersebut, ada empat unsur yang dapat dikategorikan sebagai program, yaitu:

1. Kegiatan yang dirancang dengan seksama yang disusun dengan pemikiran yang cerdas dan cermat.
2. Kegiatan tersebut berlangsung secara secara berkelanjutan atau berkaitan dengan kegiatan-kegiatan sebelumnya dan selanjutnya.
3. Kegiatan tersebut berlangsung dalam suatu organisasi baik kegiatan formal, informal dan kegiatan individual.

4. Kegiatan tersebut melibatkan banyak orang dan bukan melibatkan perorangan tanpa ada kaitannya dengan kegiatan orang lain.

2.1.7 Tinjauan Tentang Pemberdayaan

2.1.7.1 Definisi Pemberdayaan

Dalam bukunya tentang pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang ditulis oleh Suaib, konsep "pemberdayaan" dianggap sebagai suatu kontras dari "pendekatan isme pembangunan" *(developmentalism)*. Seperti yang kita ketahui, sejak diperkenalkan, konsep pembangunan yang semakin diartikan sebagai modernisasi telah menjadi sasaran kritik yang banyak, terutama dari sudut pandang "ketergantungan" pada era 1970-an. Pada masa itu, disadari bahwa upaya pembangunan telah gagal dalam mengatasi kemiskinan dan tidak berhasil memberikan kesejahteraan kepada masyarakat luas.

Menurut Payne dikutip dalam (Isbandi Adi Rukminto,2003) memberi pendapat bahwa pemberdayaan merupakan hakikat tujuan dalam membantu klien untuk mencapai suatu tujuan dengan penentuan apa yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan yang diinginkan atau dicapai. Adapun menurut (MC Ardele, 1989) mengartikan bahwa pemberdayaan adalah proses pengambilan kebijakan yang dilakukan oleh orang orang secara sadar dalam melakukan atau melaksanakan keputusan dengan resiko yang ditanggung.

Menurut Projono yang dikutip oleh Rajuminropa ada dua kecenderungan pemberdayaan, yaitu:

1. Kecenderungan Primer

   Dalam kecenderungan Primer ini menekankan pada sebuah kekuasaan melalui organisasi. Jadi masyarakat diberi sebuah pemahaman dan diberdayakan melalui sebuah organisasi.

2. Kecenderungan Skunder

   Dalam kecenderungan Skunder ini menekankan pada pemberian perindividu dengan motivasi bertujuan agar mempunyai keterampilan dalam menunjang kehidupannya.

Gunawan Sumohadiningrat menyatakan bahwa pemberdayaan merupakan usaha untuk memperkuat kemampuan individu yang kurang mampu dengan memberikan dorongan, motivasi, dan meningkatkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya, serta berupaya untuk mengembangkannya. Agus Ahmad Syafi'i menyatakan bahwa pemberdayaan atau empowerment dapat diinterpretasikan sebagai proses penguatan, dan secara teknis istilah "pemberdayaan" dapat dianggap setara dengan pengembangan.

2.1.8 Tinjauan Tentang Yayasan

2.1.8.1 Definisi Yayasan

Yayasan adalah sebuah entitas hukum yang aktif dalam bidang sosial, kemanusiaan, dan keagamaan. Yayasan memiliki sumber daya sendiri yang berasal dari berbagai sumber, dan biasanya tidak memiliki anggota. Meskipun tujuannya bukan untuk mencari keuntungan finansial, yayasan memiliki wewenang untuk mendirikan badan usaha sesuai dengan visi dan misinya.

Yayasan dapat ditemui dalam berbagai bentuk dan fokus kerja, dan meskipun bersifat non-profit, mereka dapat memperoleh pendapatan dari badan usaha yang mereka dirikan. Pendapatan tersebut digunakan untuk mendukung operasional yayasan dan badan usaha yang terkait, bukan untuk keuntungan pribadi. Yayasan dapat memiliki manfaat yang banyak dengan adanya badan usaha yang mereka kelola, yang sering kali menjadi sumber pendapatan utama mereka.

Menurut Poerwadarminta (2009:25), yayasan dapat dijelaskan sebagai sebuah badan yang dibentuk dengan tujuan untuk mengelola berbagai usaha seperti sekolah atau fasilitas kesehatan, yang memiliki status badan hukum dan modal sendiri, tetapi tidak memiliki anggota. Yayasan juga dapat merujuk kepada bangunan khusus yang digunakan untuk tujuan tertentu, seperti rumah sakit dan sejenisnya.

Menurut Zainul Bahri dalam Kamus Hukum dan Politik 2009, yayasan didefinisikan sebagai badan hukum yang didirikan untuk memberikan bantuan dalam rangka mencapai tujuan sosial. Yayasan ini merupakan suatu kelompok atau badan yang pendiriannya resmi diakui melalui akta hukum atau akta yang disahkan oleh notaris. Aktivitas yayasan umumnya berkaitan dengan kegiatan sosial, seperti mendirikan sekolah atau lembaga sosial lainnya.

2.1.9 Tinjauan Tentang Pendidikan

2.1.9.1 Definisi Pendidikan

Dalam buku Dasar-dasar pendidikan dan manajemen pendidikan karya Ismail nasar dkk, pada dasarnya pendidikan adalah upaya untuk membawa manusia menuju kedewasaan, dari keadaan tidak mengetahui menjadi mengetahui, dari

ketidaktahuan menjadi pemahaman, dan dari ketidakpahaman menjadi pemahaman yang lebih mendalam. Ini juga merupakan proses untuk memperkuat dan menanamkan nilai-nilai karakter. Lebih dari sekadar pembelajaran di dalam kelas, pendidikan mencakup semua aspek kehidupan manusia dan berlangsung sepanjang hidup. Sedangkan parah ahli mengemukakan sebagai berikut:

Menurut Ahmad D. Marimbah dalam (Suryapermana & Imroatun, 2017), Pendidikan adalah upaya sadar pendidik dalam membimbing perkembangan fisik dan mental individu yang dididik, dengan tujuan membentuk kepribadian yang baik dan utama.

Menurut Ki Hajar Dewantara dalam (Yusuf, 2018), Pendidikan adalah proses menuntut kemampuan alami pada anak-anak sehingga mereka dapat menjadi manusia yang berperan aktif dalam masyarakat dan mencapai tingkat keselamatan dan kebahagiaan yang paling tinggi.

Jhon Dewey dalam (Yatimah, 2017), mendefinisikan bahwa Pendidikan melibatkan pengorganisasian ulang dari pengalaman yang ada untuk memberikan makna tambahan pada pengalaman tersebut, serta meningkatkan kemampuan untuk mengarahkan pengalaman yang akan datang.

2.1.9.2 Tujuan Pendidikan

Tujuan pendidikan nasional yang disebutkan dalam Pembukaan UUD 1945 adalah untuk meningkatkan kecerdasan hidup bangsa. Kecerdasan yang dimaksud di sini tidak hanya berkaitan dengan aspek intelektual semata, tetapi juga mencakup keseluruhan aspek kecerdasan yang memiliki makna yang lebih luas. Hal ini

ditegaskan dalam UU No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 yang berbunyi:

> "Bertujuan untuk mengembangkan potensi setiap peserta didik sehingga mereka menjadi individu yang memiliki iman dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak baik, sehat, berpengetahuan, terampil, kreatif, mandiri, serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab" (UU No. 20 : 2003).

Dalam buku Dasar-dasar pendidikan dan manajemen pendidikan karya Ismail nasar dkk, tujuan dari pendidikan sebagai berikut:

1. Tujuan umum pendidikan merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai, atau secara sederhana, merupakan tujuan keseluruhan. Hal ini menjadi panduan bagi pelaksanaan tugas pendidikan, yang harus dilakukan secara konsisten dalam berbagai situasi dan kondisi, dengan memperhatikan prinsip-prinsip kemanusiaan yang berlaku secara universal.
2. Tujuan khusus adalah penyesuaian dari tujuan umum dengan mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, perbedaan individual peserta didik seperti kepribadian, usia, kecerdasan, minat, dan jenis kelamin. Kedua, perbedaan lingkungan keluarga dan masyarakat, misalnya tujuan khusus bagi masyarakat industri berbeda dengan masyarakat pertanian. Ketiga, perbedaan yang terkait dengan tugas lembaga pendidikan. Dan terakhir, perbedaan dalam pandangan atau falsafah hidup suatu bangsa, misalnya tujuan khusus pendidikan di Indonesia berbeda dengan tujuan pendidikan di negara lain.

3. Tujuan tak lengkap adalah tujuan yang hanya mencakup satu aspek dari kepribadian seseorang, contohnya hanya fokus pada pengembangan kecerdasan tanpa memperhatikan aspek lainnya.
4. Tujuan sementara adalah tujuan yang dicapai secara bertahap, langkah demi langkah. Sebagai contoh, menyelesaikan pendidikan dasar merupakan tujuan sementara untuk kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
5. Tujuan insidental adalah tujuan yang muncul secara tiba-tiba karena situasi yang terjadi secara kebetulan, namun tujuan tersebut masih terkait dengan tujuan utama secara keseluruhan.
6. Tujuan intermedier adalah tujuan yang berfungsi sebagai jembatan atau alat untuk mencapai tujuan pendidikan yang lebih besar. Tujuan ini perlu dicapai terlebih dahulu agar proses pendidikan selanjutnya dapat berjalan lancar. Sebagai contoh, penguasaan bahasa merupakan tujuan intermedier yang penting untuk mempermudah proses pembelajaran selanjutnya.

2.1.10 Tinjauan Tentang Daerah Terpencil

2.1.10.1 Definisi Daerah Terpencil

Dalam Peraturan Pemerintah NO. 36 TAHUN 2004, daerah Terpencil adalah suatu wilayah yang sulit dijangkau, dansarana/infrastruktur transportasi terbatas serta wilayah yang ekonomimasyarakatnya belum berkembang sehingga diperlukan biaya yangtinggi dalam penyaluran Bahan Bakar Minyak.

Menurut Nia K. Pontoh dalam bukunya "Pengantar Perencanaan Perkotaan" (2008), konsep daerah didefinisikan sebagai suatu wilayah teritorial dengan

pengertian, batasan, dan perwatakannya didasarkan pada wewenang administratif pemerintahan yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan tertentu.

Definisi lain dari daerah adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya dengan batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administrasi.

Sebagai ilustrasi, contohnya adalah wilayah-wilayah otonom seperti yang diatur dalam Undang-undang Nomor 22 tahun 1999 (yang telah mengalami revisi menjadi UU Nomor 32 tahun 2004) tentang Pemerintah di Daerah, termasuk Daerah Provinsi, Daerah Kabupaten, dan Daerah Kota.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2004, daerah otonom, yang kemudian disebut sebagai daerah, adalah sebuah entitas hukum masyarakat yang memiliki wilayah terbatas dan memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan inisiatifnya sendiri, yang didasarkan pada aspirasi masyarakat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Daerah terpencil merujuk pada wilayah yang sulit dijangkau, khususnya di pedalaman atau kepulauan. Wilayah-wilayah ini sering kali memiliki keterbatasan akses transportasi dan infrastruktur yang memadai. Karakteristik geografis dan demografis dari daerah terpencil di Indonesia bervariasi, termasuk wilayah pegunungan, hutan, atau kepulauan yang terisolasi.

Daerah terpencil itu seperti wilayah yang jauh dari pusat kota atau sulit dijangkau, contohnya daerah pegunungan atau kepulauan terpencil. Disana, jalan dan infrastrukturnya masih terbatas. Karena sulitnya akses, ekonominya juga belum

berkembang dengan baik. Namun, setiap daerah punya aturan sendiri yang mengatur pemerintahannya. Tantangannya adalah bagaimana membuat daerah tersebut lebih mudah dijangkau dan infrastrukturnya diperbaiki agar penduduknya bisa hidup lebih baik.

2.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah landasan berpikir yang digunakan oleh peneliti untuk mengeksplorasi sebuah objek dalam penelitian. Kerangka ini menguraikan sub fokus yang menjadi landasan teoritis bagi masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti membahas permasalahan yang akan diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai Bagaimana Strategi Komunikasi Yayasan Bukti Carita melalui program pemberdayaa dalam meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil Kabupaten Bogor.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan alur pemikiran yang digunakan sebagai skema atau dasar pemikiran untuk memperkuat fokus suatu penelitian. Dalam kerangka ini, peneliti mencoba menjelaskan masalah utama penelitian. Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan salah satu penelitian dalam konteks komunikasi. Dalam pemilihan strategi merupakan Langkah yang krusial dengan memerlukan skema secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, dikarenakan pemilihan strategi yang salah atau keliru maka hasil yang didapat bisa menjadi sangat fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan juga tenaga. Menetapkan tujuan harus di mulai dengan apa yang akan disampaikan, selanjutnya bagaimana

menyampaikan dan dimana akan disampaikannya menentukan saluran serta media yang akan di pilih.

> "Kerangka pemikiran adalah dasar dari pemecahan masalah. Ilmu sendiri merupakan kegiatan yang dirintis oleh para pakar ilmiah sebelumnya. Artinya tersedia gudang teori untuk tiap displin ilmu, termasuk yang relevan dengan masalah yang digarap" (Ardianto 2011:20)

Kerangka pemikiran ini peneliti berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahn yang akan diteliti yaitu mengenai Strategi Komunikasi Yayasan Bukti Carita melalui program pemberdayaan dalam meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil kabupaten Bogor.

Dari penelitian ini peneliti mengambil definisi dengan fokus penelitian yang di ambil dari strategi menurut Onong Uchjana Effendy, yaitu :

> "Strategi komunikasi yaitu panduan **perencanaan** komunikasi *(communication planning)* dengan **manajemen** komunikasi *(communication management)* untuk mencapai **tujuan** yang telah ditetapkan" (Effendy, 2015: 32).

Melihat dari definisi Strategi Komunikasi diatas, memperkuat tentang Tujuan, Perencanaan, dan Manajemen yang dijadikan sebagai subfokus oleh peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari ke 3 subfokus tersebut adalah :

1. Tujuan Komunikasi

   Menurut Onong Uchjana Effendy (Effendy, 2003:8), tujuan komunikasi adalah merubah sikap, pendapat, perilaku, dan perubahan sosial masyarakat.

   Tujuan dalam penelitian ini adalah harapan dalam menjalankan program tersebut untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

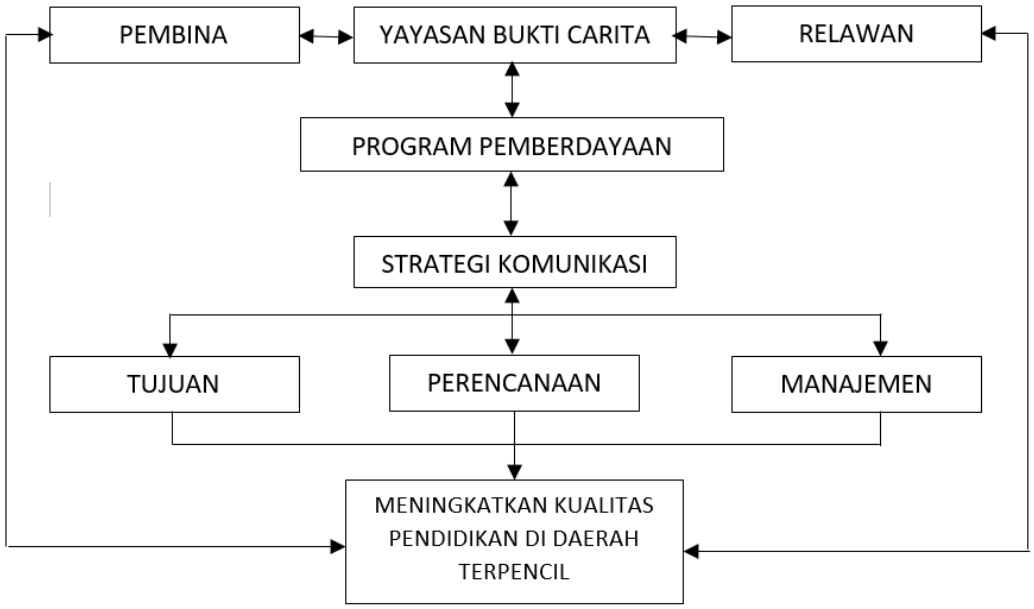
2. Perencanaan Komunikasi

Menurut Robin Mehall dalam (Hafied Cangara 2022:48) Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut. Perencanaan dalam penelitian adalah upaya yang dilakukan oleh Yayasan Bukti Carita untuk membuat rancangan pelaksanaan Program Pemberdayaan.

3. Manajemen Komunikasi

   Menurut Parag Diwan dalam (Riinawati, 2019:27), manajemen Komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, dan pengontrolan unsur – unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Manajemen pada penelitian ini adalah upaya penggunaan sumber daya yang digunakan oleh Yayasan Bukti Carita secara terorganisir dalam menjalankan program pemberdayaan.

Gambar 2. 1
Bagan Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: peneliti2024

Penelitian yang dilakukan di Yayasan Bukti Carita bertolak dari gambar diatas maka peneliti memaparkan bagan alur kerangka pemikiran diatas. Penelitian ini berfokus pada kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Bukti Carita yang didampingi oleh Pembina dan Relawan untuk melakukan salah satu kegiatannya yang diteliti oleh peneliti adalah program pemberdayaan , dalam hal ini program pemberdayaan bertanggung jawab penuh pada Yayasan Bukti Carita, program pemberdayaan pada penelitian ini, peneliti fokus pada Strategi Komunikasi yang meliputi Tujuan, Perencanaan dan Manajemen, dari hasil ini maka akan diperoleh jawaban apakah strategi komunikasi yang dilakukan dalam program pemberdayaan dapat meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil atau tidak. Bila dapatmeningkatkan kualitas pendidikan maka kerja pembina dan relawan di Yayasan Bukti Carita berjalan sesuai Tujuan, bila tidak, perlu dilakukan evaluasi.