

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya, atau yang sering disebut sebagai penelitian terdahulu, merupakan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Tujuannya adalah sebagai referensi bagi peneliti yang baru memulai dan sebagai alat untuk membandingkan hasil penelitian antara satu peneliti dengan peneliti lainnya. Terdapat penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai pedoman untuk melaksanakan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Selain itu, keberadaan penelitian terdahulu bermanfaat untuk memberikan gambaran awal mengenai studi yang berkaitan dengan isu-isu yang ada dalam penelitian ini. Dengan demikian, tinjauan penelitian terdahulu membantu peneliti mengembangkan pertanyaan penelitian yang relevan dan merancang metodologi yang tepat untuk menjawabnya. Dan dengan adanya penelitian tersebut bisa menjadi acuan untuk peneliti mengembangkan penelitian berkenaan dengan “Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan perlindungan Anak (DP3A) Kota Bandung Melalui Forum Anak”. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang peneliti gunakan:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Moch Andriansyah Fadillah (UNIKOM) 2017	Strategi Komunikasi Bidang Pembinaan Rawan Sosial Anak Dan Remaja Dinas Sosial Kota Bandung Dalam Program Perlindungan Anak	Kualitatif Deskriptif (Skripsi)	Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh Bidang PRSA Dinas Sosial Kota Bandung dalam Program Perlindungan Anak melalui Kegiatan Pengembangan Bakat dan Keterampilan di Yayasan Cahaya Lentera telah berhasil dalam meningkatkan bakat dan keterampilan anak terlantar.	Peneliti terdahulu fokus pada strategi komunikasi dalam program pengembangan bakat dan keterampilan anak terlantar di Yayasan Cahaya Lentera sedangkan penulis berfokus pada strategi komunikasi dalam pemenuhan hak anak melalui forum anak secara umum
Frans Surya Univeristas (Prof Moestopo Jakarta) 2015	Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang Sebagai Kota Peraih Adipura	Kualitatif Deskriptif (Skripsi)	Humas Pemerintahan Kota Tangerang yang diteliti menjadi jelas, karena strategi atau konsep telah diimplemmentasikan secara menyeluruh	Penelitian terdahulu fokus kepada mempertahankan citra pemerintah kota Tangerang sebagai peraih Kota Adipura, sementara penulis berfokus pada sejauhmana strategi komunikasi telah berhasil dalam memenuhi hak anak

			untuk mencapai tujuan tertentu yakni mempertahankan citra pemerintahan Kota Tangerang sebagai kota peraih Adipura	.
Lenna Heriyanto Suzanna, Rosanti Utami Dewi, Leadya Raturahmi. 2019	Strategi Komunikasi Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan Dan Anak (P2TP2A) Dalam Penanganan Korban Tindak Kekerasan Kabupaten Garut.	Kualitatif – Pendekatan Studi Kasus (Jurnal)	P2TP2A Kabupaten Garut cukup dapat melaksanakan strategi komunikasi dengan maksimal dalam meningkatkan penanganan yang dilakukan, dalam artian strategi komunikasi pusat pelayanan terpadu pemberdayaan perempuan dan anak (P2TP2A) dalam penanganan korban kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di Kabupaten Garut terbilang cukup baik dan aktif. Dalam perencanaan penanganan, dilakukan tahapan dengan menggunakan model perencanaan Cultip, Center dan Broom yang menjadi hal yang diteliti oleh peneliti di P2TP2A Kabupaten Garut.	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi pusat pelayanan terpadu pemberdayaan perempuan dan anak yang bertujuan dalam penanganan korban tindak kekerasan sedangkan peneliti berfokus dalam memenuhi hak anak melalui Forum anak Kota Bandung secara umum

Sumber: Peneliti, (2024)

2.2 Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian, peneliti memerlukan data-data berbagai literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Data-data tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

2.2.1 Tinjauan Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi, atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai "*communication*," berasal dari bahasa Latin "*communicatio*," dan bersumber dari kata "*communis*," yang berarti "sama." Dalam konteks ini, "sama" mengacu pada kesamaan dalam makna atau pemahaman. Hafied Cangara juga menyatakan bahwa komunikasi berakar pada kata Latin "*communis*," yang artinya menciptakan keterhubungan atau membangun hubungan yang bersama antara dua orang atau lebih. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya atau khalayak (Jenis & Kelly).

Menurut Fisher ilmu Komunikasi bersifat menyeluruh dan opsional. Sifat menyeluruh dan opsional ilmu komunikasi digambarkan oleh Wilbur Schramm sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya. Schramm membandingkan ilmu komunikasi dengan kota purba Babelh-Dehre. Di kota itu para pengembara lewat, singgah, dan meneruskan perjalanan. Bekas persinggahan para pengembara tersebut menunjukkan keluasan ilmu komunikasi (Rismawaty et al., 2014).

Menurut Harold Lasswell dalam buku Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Julianto, Pengantar Ilmu Komunikasi mengemukakan bahwa komunikasi sebagai berikut: “Komunikasi Pada dasarnya ialah suatu proses menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa” (Rismawaty et al., 2014) kesadaran masyarakat tentang perlindungan anak secara umum.

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respons berupa verbal maupun non verbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat *mekanis* dan *statis*, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan (Rohim, 2009:10), (Rismawaty et al., 2014).

Komunikasi adalah penyampaian pesan dari satu orang ke orang yang lain, atau dari komunikan kepada komunikator. Komunikasi juga dapat dipandang sebagai sarana untuk meyalurkan masukan sosial kedalam sistem sosial, komunikasi juga mempengaruhi perubahan, memproduktifkan informasi dan sarana untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi merupakan suatu hal yang paling penting dan merupakan aspek yang paling kompleks dalam kehidupan manusia. Kehidupan kita sehari hari dipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain maupun pesan yang kita terima dari orang lain. Tidak ada manusia yang tidak bisa berkomunikasi itulah fakta yang menegaskan bahwa manusia tidak lepas dari

komunikasi.

Melalui komunikasi manusia berinteraksi baik itu verbal maupun nonverbal. Orang yang dikatakan "pendiam" pun bukan berarti tidak berkomunikasi. Salah satu contoh orang yang dikatakan pendiam atau tidak banyak bicara akan lebih mudah mengomunikasikannya. Jadi jelas komunikasi tidak sebatas berbicara lewat mulut, melainkan melalui banyak cara bisa memberikan pengaruh bagi sekitar. Pada dasarnya komunikasi adalah alat yang cukup ampuh untuk menciptakan opini. Bahkan komunikasi pun bisa mengubah mindset orang (negatif ke positif), ataupun menancapkan pola pikir. Dalam pengertian komunikasi yang berkembang, tidak hanya terbatas pada proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya, tetapi juga meliputi penyampaian gagasan, emosi, dan keterampilan dalam membentuk kesamaan makna serta mempengaruhi komunikan agar memberikan respons yang diharapkan. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk hubungan sosial dan memengaruhi perilaku seseorang.

Tujuan ilmu komunikasi adalah untuk memahami produksi, pemrosesan, dan efek dari simbol dan sistem sinyal, dan mengembangkan teori untuk menguji hukum generalisasi (Solihat et al., 2015).

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Ada empat peran utama dari komunikasi:

1. Memberikan Informasi (To Inform)

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat, termasuk peristiwa terbaru, ide-ide, dan perilaku orang lain. Ini membantu dalam penyebaran

pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai topik.

2. Membimbing (To Educate)

Komunikasi berperan sebagai alat untuk mendidik. Melalui interaksi komunikasi, manusia dapat berbagi ide dan pengetahuan dengan orang lain, yang kemudian dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan mereka.

3. Memberikan Hiburan (To Entertain)

Selain menjadi sarana informasi dan pendidikan, komunikasi juga berfungsi sebagai sumber hiburan bagi orang lain. Dengan memberikan hiburan, komunikasi dapat membuat interaksi lebih menyenangkan dan memperkaya pengalaman manusia.

4. Mempengaruhi (To Influence)

Komunikasi memiliki peran dalam mempengaruhi pikiran dan perilaku individu. Melalui interaksi komunikasi, orang saling memengaruhi untuk memperbaiki pemahaman dan tindakan mereka. Ini bertujuan untuk membentuk sikap dan perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Laswell dan Effendy dalam buku Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Julianto, membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni proses komunikasi primer dan sekunder.

1. Komunikasi Primer

Secara harfiah, Effendy mendeskripsikan bahwa Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Di mana lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gestur, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian (Rismawaty et al., 2014).

2. Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar,

televisi, radio, dsb.) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb.) (Rismawaty et al., 2014).

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi dan Elektronik yang ditulis G. Razali, dkk (2022:7) terdapat empat tujuan tersendiri dari Komunikasi, diantaranya:

1. Komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap individu.

Ini berarti bahwa melalui proses komunikasi, seseorang dapat mengalami perubahan dalam pandangannya terhadap suatu hal.

2. Tujuan komunikasi adalah untuk mengubah pendapat seseorang.

Artinya, komunikasi dapat memengaruhi cara seseorang memandang suatu topik, baik selama maupun setelah proses komunikasi terjadi.

3. Komunikasi juga bertujuan untuk mengubah perilaku individu.

Ini berarti bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mempengaruhi cara seseorang bertindak, terutama jika pesan tersebut sesuai dengan nilai dan kepentingan komunikan, serta didukung oleh kredibilitas dan kepercayaan pada komunikator.

4. Komunikasi dapat memicu perubahan sosial.

Hal ini terjadi ketika pengaruh yang disampaikan melalui pesan komunikator memengaruhi norma, nilai, budaya, dan perilaku dalam masyarakat. Perubahan sosial dapat terjadi dalam berbagai aspek dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan situasi komunikasi.

Dengan demikian, tujuan komunikasi secara keseluruhan adalah untuk memperoleh pemahaman, dukungan, ide, dan tindakan dari orang lain, dengan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh penerima (Geofakta, R., Rifai, A. & Zumiarti, 2022).

2.2.1.5 Unsur – Unsur Komunikasi

Berdasarkan tinjauan terkait komunikasi di atas, terdapat berbagai unsur pokok yang menjadi syarat terjadinya komunikasi. Menurut Cangara dalam bukunya *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Cangara 2016:36) unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sumber, dalam konteks komunikasi adalah entitas atau pihak yang mengirimkan atau menyampaikan pesan kepada penerima. Sumber sering dikenal dengan berbagai nama atau istilah, seperti komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *source*, *sender*, atau *encoder*.

2. Pesan, dalam konteks komunikasi adalah informasi yang dikirimkan oleh pengirim kepada penerima. Informasi tersebut dapat berupa *verbal* (dalam bentuk bahasa tertulis atau lisan) atau *non-verbal* (dalam bentuk isyarat) yang dapat dipahami oleh penerima. Dalam bahasa Inggris, pesan sering

dikenal dengan istilah *message*, *content*, atau *information*.

3. Media, dalam konteks komunikasi merujuk pada alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam hal ini bisa mencakup media massa seperti surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Selain itu, media juga bisa berupa saluran komunikasi seperti kelompok pengajian, arisan, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya seperti poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiker, dan sejenisnya.

4. Penerima, dalam konteks komunikasi merujuk pada pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber. Penerima dapat dikenal dengan berbagai macam sebutan, seperti khalayak, sasaran, target, *adopter*, atau komunikan. Dalam bahasa Inggris, penerima umumnya disebut sebagai *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

5. Pengaruh atau efek, dalam konteks komunikasi merujuk pada perubahan atau perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima pesan sebelum dan setelah menerima pesan tersebut. Pengaruh dapat terjadi pada pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh sering diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai hasil dari menerima pesan. Pengaruh juga dapat dikenal dengan istilah akibat atau dampak

6. Umpan balik, dalam komunikasi merujuk pada *respons* atau tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai hasil dari menerima pesan dari sumber. Beberapa pandangan

berpendapat bahwa umpan balik sebenarnya adalah *efek* atau pengaruh dari pesan tersebut. Dalam bahasa Inggris, umpan balik biasa disebut sebagai *feedback*, *reaction*, *response*, dan istilah serupa.

7. Lingkungan, dalam konteks komunikasi merujuk pada situasi yang memengaruhi jalannya proses komunikasi. Lingkungan dapat terdiri dari berbagai aspek, seperti lingkungan fisik, sosial-budaya, *psikologis*, dan dimensi waktu. Sebagai contoh, kendala fisik seperti lokasi yang terletak di daerah pegunungan dapat menghambat pengiriman informasi. Selain itu, lingkungan sosial-budaya masyarakat, kondisi *psikologis* masyarakat yang masih trauma akibat bencana, dan faktor-faktor serupa juga dapat memengaruhi jalannya komunikasi.

Dari hasil pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa terjadinya proses komunikasi didukung oleh *elemen* atau unsur yang saling berinteraksi. Yakni interaksi atau kelompok yang ingin menyampaikan pesan dengan individu atau kelompok yang menerima pesan. Interaksi antara unsur-unsur ini memengaruhi terbentuknya pemahaman antara pengirim dan penerima pesan, dan memungkinkan terjadinya komunikasi yang berhasil dalam berbagai *konteks* dan situasi, seperti dalam hubungan pribadi, organisasi, bisnis, media, atau masyarakat secara umum (Cangara, 2016).

2.2.1.6 Konteks – Konteks Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Komunikasi Organisasi mengutip bahwa ada lima indikator yang paling umum untuk mengklasifikasikan konteksnya atau tingkatannya berdasarkan jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi Intrapribadi, adalah bentuk komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri, seperti berpikir. Komunikasi intrapribadi menjadi dasar komunikasi antarpribadi. Sebelum berkomunikasi dengan orang lain, kita cenderung berkomunikasi dengan diri sendiri untuk memproses dan memahami makna pesan orang lain. Keberhasilan komunikasi dengan orang lain bergantung pada seberapa *efektif* kita berkomunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi, jenis komunikasi ini melibatkan dua orang atau lebih dalam komunikasi tatap muka, yang memungkinkan peserta untuk merasakan reaksi orang lain secara langsung, baik secara lisan maupun *nonverbal*. Dalam komunikasi ini, pesan yang disampaikan bersifat pribadi, dan lebih dari dua orang dapat terlibat dalam interaksi.

3. Komunikasi Kelompok, komunikasi ini terjadi di antara anggota suatu kelompok yang memiliki tujuan bersama. Mereka berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan kelompok, dan ada saling ketergantungan di antara mereka. Umpan balik dari komunikasi kelompok dapat diidentifikasi dan direspons oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok melibatkan komunikasi antarpribadi dan berlaku juga untuk komunikasi kelompok.

4. Komunikasi Publik, ini adalah bentuk komunikasi di mana seorang pembicara berkomunikasi dengan sejumlah besar orang atau

audiens. Contoh termasuk pidato, ceramah, kampanye, dan sejenisnya. Pesan dalam komunikasi publik ditujukan kepada sejumlah besar orang atau *audiens*.

5. Komunikasi Organisasi, jenis ini terjadi dalam konteks organisasi, baik dalam bentuk formal maupun informal. Komunikasi organisasi terjadi dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok, dan seringkali melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan kadang-kadang komunikasi publik.

6. Komunikasi Massa, adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. Pesannya bersifat umum dan disampaikan secara cepat, serentak, dan melibatkan banyak orang yang tersebar luas. Komunikasi massa ditujukan kepada audiens yang *heterogen*, tersebar luas, dan *anonim* melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima oleh banyak orang secara serentak dan seketika (Ruliana, 2014).

2.2.1.7 Bentuk – Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Komunikasi intrapribadi melibatkan interaksi dengan diri sendiri, terkadang tanpa disadari. Contohnya adalah proses berpikir. Meskipun tidak secara rinci dibahas dalam studi komunikasi, jenis komunikasi ini menjadi dasar untuk komunikasi antarpribadi dan situasi komunikasi lainnya. Dalam konteks ini, komunikasi intrapribadi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari komunikasi antara dua orang atau lebih, sebab sebelum berinteraksi dengan orang lain, umumnya kita berkomunikasi dengan diri sendiri (mengolah dan memahami pesan dari orang lain). Kendati seringkali tidak disadari, *efektivitas* komunikasi kita dengan orang lain sebenarnya dipengaruhi oleh sejauh mana kita mampu berkomunikasi secara efektif dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi merujuk pada interaksi langsung antara individu, memungkinkan setiap peserta untuk secara langsung menangkap respon orang lain melalui ekspresi *verbal* dan *nonverbal*. Sebagai bentuk komunikasi yang paling *komprehensif* dan optimal, komunikasi antarpribadi memiliki dampak yang berlaku sepanjang keberadaan manusia dengan emosi yang dimilikinya

3. Komunikasi Kelompok (Group Communication)

Kelompok merupakan sekelompok individu yang memiliki tujuan bersama, berinteraksi saling berhubungan untuk mencapai tujuan tersebut, saling mengenal, serta mengakui keanggotaan mereka dalam kelompok. Contoh kelompok ini dapat berupa keluarga, tetangga, teman dekat, kelompok diskusi, kelompok penyelesaian masalah, atau komite yang berkumpul untuk mengambil keputusan tertentu. Oleh karena itu, komunikasi kelompok mengacu pada proses komunikasi yang terjadi di dalam kelompok kecil tersebut.

4. Komunikasi Publik (Public Communication)

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (*khalayak*) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi (Organizational Communication)

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat *formal* dan *informal*, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi *horizontal*. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip.

6. Komunikasi Massa (Organizational Communication)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, *anonim*, dan *heterogen*. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2014).

2.2.2 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.2.2.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, berasal dari "*stratos*" yang berarti tentara, dan "*agein*" yang artinya memimpin. Jadi, secara harfiah, strategi adalah tentang memimpin tentara. Bahkan, muncul istilah "*strategos*" yang merujuk pada pemimpin tentara di tingkat tertinggi. Ini menegaskan bahwa strategi pada dasarnya merupakan konsep militer yang mengacu pada seni perang para jenderal atau perencanaan terbaik untuk memenangkan pertempuran. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*The Art Of General*), atau suatu rancangan yang teriak untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2016).

Keberhasilan suatu aktivitas komunikasi yang efektif seringkali tergantung pada pemilihan strategi komunikasi yang tepat. Sebaliknya, kurangnya strategi komunikasi yang baik dapat berpotensi menimbulkan dampak negatif dari proses komunikasi tersebut. Evaluasi terhadap proses komunikasi seringkali menggunakan model-model komunikasi sebagai landasan.

Dalam konteks kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau telah selesai, seperti dalam penelitian ini, penilaian terhadap keberhasilan proses komunikasi tersebut, terutama dampaknya, seringkali menggunakan model-model komunikasi sebagai alat evaluasi. Strategi komunikasi pada dasarnya melibatkan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Namun, strategi tidak

hanya berfungsi sebagai panduan arah, tetapi juga harus mampu menunjukkan bagaimana pelaksanaannya secara *operasional*.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2015).

Oleh karena itu, strategi komunikasi merupakan gabungan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, strategi komunikasi tidak hanya menjadi rencana, tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk diterapkan secara konkret dalam praktiknya.

Dalam konteks komunikasi, Arifin (Abdulah, 2009:10) menyatakan strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi. Dalam merumuskan masalah strategi komunikasi ada lima faktor yang harus diperhatikan yaitu sebagai berikut :

- 1. Mengenal Khalayak**, mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif.

2. Menyusun Pesan, berarti menentukan tema dan materi. Dan syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.

3. Menetapkan Metode, dalam dunia komunikasi pada metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu pelaksanaannya dan bentuk isinya.

4. Pemilihan Media, dalam menciptakan komunikasi yang efektif pemilihan media memiliki peran penting.

5. Peranan Komunikator, dalam proses komunikasi antara komunikator dan komunikan, peran komunikator sangat menentukan bagi diterimanya pesan yang disampaikan khalayak (Abdulah, 2009:21).

Strategi komunikasi melibatkan tahapan perencanaan dan serangkaian langkah yang mencakup penyusunan pesan serta pemilihan media komunikasi yang tepat. Pesan adalah *representasi* dari gagasan atau konsep yang diubah menjadi bentuk simbol untuk disampaikan oleh pihak yang berkomunikasi kepada pihak yang menerima pesan. Pesan dapat berupa pemberitahuan, kata-kata tertulis atau lisan yang dikirim dari satu individu kepada individu lainnya. Pesan ini merupakan unsur pokok dalam setiap proses komunikasi.

Secara umum, pesan dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni pesan *verbal* dan *non-verbal*. Pesan verbal adalah jenis pesan yang

disampaikan melalui penggunaan kata-kata dan bisa dipahami oleh penerima berdasarkan apa yang mereka dengar. Di sisi lain, pesan *non-verbal* adalah jenis pesan yang disampaikan tanpa penggunaan kata-kata secara langsung, melainkan melalui ekspresi wajah, tingkah laku, gerakan tubuh, atau lambaian tangan. Dalam pesan *non-verbal*, indra penglihatan berperan sebagai alat penerima stimulus yang muncul.

Media, sebaliknya, adalah alat yang digunakan untuk mengirimkan atau menyampaikan pesan kepada penerima dengan tujuan mencapai komunikasi yang efektif. Pemilihan media komunikasi bergantung pada tujuan komunikasi yang ingin dicapai, jenis pesan yang akan disampaikan, serta *audiens* yang menjadi sasaran komunikasi. Media berfungsi sebagai sarana untuk mengantarkan pesan dari pengirim kepada penerima. Terdapat dua jenis utama media, yakni media cetak seperti koran, majalah, spanduk, pamflet, dan lain sebagainya, serta media elektronik seperti radio, internet, dan televisi. Setiap jenis media memiliki kelebihan dan kelemahan yang menjadi karakteristik khas dari media tersebut.

2.2.2.2 Tipe – Tipe Strategi

Setiap organisasi memiliki berbagai strategi yang berbeda untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tipe-tipe strategi dalam suatu organisasi bervariasi, dan menurut Kooten seperti yang dikutip oleh J. Salusu dalam bukunya "Pengambilan Keputusan Strategis untuk Organisasi Publik dan Organisasi *Non-Profit*," ada beberapa tipe strategi yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Strategi Organisasi (Corporate Strategy): Tipe strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif strategis yang baru. Dalam konteks ini, perlu ada batasan tentang apa yang akan dilakukan oleh organisasi dan untuk siapa tindakan itu diarahkan.

2. Strategi Kegiatan (Activity Strategy): Strategi ini lebih menekankan pada implikasi strategi yang terkait dengan pelaksanaan aktivitas tertentu. Ini mencoba memprediksi dampak pelaksanaan suatu kegiatan tertentu, termasuk bagaimana kegiatan tersebut akan memengaruhi tujuan dan sasaran organisasi.

3. Strategi Pendukung Sumber Daya (Resource Support Strategy): Fokus strategi ini adalah untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia guna meningkatkan kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga kerja, keuangan, teknologi, dan lain sebagainya.

4. Strategi Kelembagaan (Institutional Strategy): Strategi kelembagaan lebih menekankan pada pengembangan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif strategis. Dalam hal ini, organisasi berusaha untuk memastikan bahwa mereka memiliki kapasitas dan *infrastruktur* yang diperlukan untuk menerapkan inisiatif-inisiatif strategis mereka (J. Salusu, 2006).

2.2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Berdasarkan buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2014:201) Istilah "organisasi" mengacu pada entitas yang nyata yang mencakup orang-orang, hubungan, dan tujuan bersama. Secara subjektif, organisasi dipahami sebagai sebuah proses, sementara secara objektif, organisasi diartikan sebagai struktur. Penekanan pada perilaku atau struktur tergantung pada sudut pandang yang dipegang. Organisasi sering kali dipandang sebagai sebuah entitas, sedangkan "perorganisasian" dianggap sebagai sebuah tindakan atau proses.

Dalam konteks ini, organisasi tidak hanya merujuk pada entitas yang statis, tetapi juga mencakup dinamika interaksi, perubahan, dan perkembangan yang terjadi di dalamnya. Pandangan subjektif tentang organisasi menekankan pada proses-proses yang terjadi di dalamnya, seperti komunikasi, pengambilan keputusan, dan interaksi sosial antar anggota organisasi. Sementara itu, pandangan objektif lebih menekankan pada struktur formal dan *hierarki* yang mengatur hubungan antara anggota organisasi serta pembagian tugas dan tanggung jawab. Perorganisasian, di sisi lain, menyoroti tindakan atau proses yang terjadi dalam membentuk, mengatur, dan mengelola organisasi. Ini mencakup aktivitas seperti pengaturan struktur organisasi, pengembangan kebijakan, perekrutan dan pelatihan anggota organisasi, serta implementasi strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, pemahaman tentang organisasi dan

perorganisasian melibatkan pengakuan akan kompleksitas dinamika antara individu, struktur, dan proses dalam konteks organisasi yang lebih luas.

Dalam buku "Komunikasi Organisasi" oleh Ruliana (2014), Goldhaber mengartikan komunikasi organisasi sebagai sebuah proses di mana pesan diciptakan dan saling ditukar melalui jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain, dengan tujuan menghadapi situasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah.

Definisi ini mencakup beberapa konsep berikut:

1. Proses: Komunikasi organisasi adalah suatu proses yang berlangsung secara berkelanjutan dan dinamis. Setiap anggota organisasi secara tidak langsung berkontribusi dalam pertukaran informasi. Organisasi sendiri adalah sistem terbuka yang berinteraksi dengan lingkungan *eksternal* dan terus mengalami perubahan. Oleh karena itu, komunikasi organisasi dianggap sebagai suatu proses.

2. Pesan: Pesan mengacu pada rangkaian simbol yang membawa makna mengenai objek, individu, atau peristiwa, yang terbentuk melalui interaksi dengan individu lainnya. Dalam konteks organisasi, pesan dapat diklasifikasikan berdasarkan bahasa yang digunakan, penerima pesan, metode penyebaran, dan tujuan pesan. Klasifikasi bahasa meliputi pesan *verbal* dan *non-verbal* seperti

surat, memo, percakapan, atau pidato. Pesan non-verbal mencakup bahasa tubuh, ekspresi wajah, sentuhan, dan sejenisnya.

3. Jaringan Organisasi: Organisasi terdiri dari sekelompok individu yang masing-masing memiliki peran atau posisi tertentu. Mereka berkomunikasi melalui jaringan komunikasi, yang bisa mencakup dua individu, sejumlah individu, atau keseluruhan organisasi, tergantung pada berbagai faktor seperti aliran pesan, isi pesan, hubungan peran, dan lainnya.

4. Saling Ketergantungan: Ketergantungan antarbagian dalam organisasi adalah hal yang umum terjadi karena organisasi adalah sistem terbuka. Gangguan atau masalah di satu bagian organisasi dapat berdampak pada bagian lainnya, bahkan keseluruhan sistem organisasi.

5. Hubungan: Fungsi setiap bagian organisasi sangat bergantung pada interaksi manusia dalam organisasi. Oleh karena itu, memahami hubungan *interpersonal* dalam organisasi menjadi penting untuk memahami perilaku komunikasi individu yang terlibat dalam hubungan tersebut. Organisasi sebagai sistem sosial yang terbuka dan terkait satu sama lain, sehingga gangguan di satu bagian dapat mempengaruhi seluruh sistem organisasi.

6. Lingkungan: Lingkungan mencakup semua aspek fisik dan sosial yang diperhitungkan saat mengambil keputusan tentang individu

dalam suatu sistem. Lingkungan internal melibatkan individu seperti karyawan, staf, dan berbagai unit fungsional dalam organisasi, serta elemen lain seperti tujuan dan produk. Sebagai sistem terbuka, organisasi harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti teknologi, ekonomi, dan faktor sosial. Karena lingkungan selalu berubah, organisasi perlu memperoleh informasi baru dan berkomunikasi secara internal dan eksternal untuk menghadapi perubahan tersebut.

7. Ketidakpastian: Ketidakpastian terjadi saat informasi yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dalam konteks organisasi, ini dapat disebabkan oleh berlebihan atau kurangnya informasi yang diterima. Ketidakpastian adalah hasil dari ketidakcocokan antara informasi yang tersedia dan yang diperlukan untuk mengatasi situasi lingkungan.

2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Ada dua fungsi utama komunikasi organisasi, yaitu fungsi umum dan fungsi khusus:

Fungsi Umum:

a) Komunikasi berperan dalam menyampaikan informasi terbaru yang berkaitan dengan pekerjaan, termasuk instruksi tentang bagaimana individu atau kelompok harus melaksanakan tugas tertentu. Misalnya, melalui deskripsi pekerjaan.

b) Komunikasi digunakan untuk mempromosikan dan menjual gagasan, ide, pendapat, fakta, serta sikap organisasi terhadap berbagai hal, termasuk layanan yang disediakan. Contohnya, melalui kegiatan *public relations*, pameran, dan eksposisi.

c) Komunikasi membantu meningkatkan kemampuan karyawan dengan memungkinkan mereka belajar dari sesama karyawan, memahami pemikiran, perasaan, dan aktivitas orang lain, serta memahami apa yang organisasi tawarkan atau informasikan.

d) Komunikasi membantu dalam menentukan struktur organisasi, seperti pembagian tugas, penunjukan atasan dan bawahan, pemberian kekuasaan dan tanggung jawab, serta pengaturan sumber daya manusia, mesin, metode, dan teknik dalam organisasi.

Fungsi Khusus:

a) Mendorong karyawan untuk terlibat dalam isu-isu organisasi dan menerjemahkannya menjadi tindakan yang sesuai dengan perintah.

b) Mendorong karyawan untuk membentuk dan menjalani hubungan sesama karyawan guna meningkatkan produk organisasi.

c) Memberikan karyawan kemampuan untuk mengambil keputusan dalam situasi yang ambigu dan tidak pasti. Charles Conrad, seperti yang dikutip oleh Alo Liliweri dalam bukunya tentang sosiologi dan komunikasi organisasi, mengidentifikasi dua fungsi makro komunikasi organisasi, yaitu fungsi komando dan fungsi relasi.

Fungsi ini mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang tidak pasti.

2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam konteks organisasi memiliki tiga tujuan utama:

Pertama, sebagai upaya *koordinasi*. Komunikasi dalam organisasi digunakan untuk mengkoordinasikan tugas dan fungsi yang telah ditugaskan kepada berbagai departemen atau individu sesuai dengan peran dan tanggung jawab mereka. Tanpa komunikasi yang efektif, tugas yang telah diberikan kepada berbagai bagian organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Selain itu, tanpa komunikasi, organisasi akan menjadi kumpulan individu yang menjalankan tugas mereka masing-masing tanpa koordinasi atau hubungan yang efektif di antara mereka.

Kedua, berbagi informasi. Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk memungkinkan pertukaran informasi antara berbagai pihak. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa organisasi selalu memiliki akses ke informasi yang *relevan* dan *up to-date*. Namun, penting untuk mencatat bahwa pertukaran informasi harus selaras dengan tujuan organisasi.

Ketiga, untuk mengekspresikan perasaan dan emosi. Dalam organisasi, terdapat sekelompok individu yang bekerja baik secara mandiri maupun dalam kolaborasi dengan orang lain. Individu-individu ini memiliki perasaan dan emosi yang perlu diungkapkan kepada rekan kerja mereka. Mereka mungkin merasa senang, marah, sedih, dan lain sebagainya, dan

ekspresi perasaan ini juga merupakan bagian dari komunikasi yang harus dipahami dan diterima oleh anggota organisasi lainnya.

2.2.4 Tinjauan Tentang Forum Anak

Forum Anak Nasional (FAN) merupakan sebuah organisasi yang didirikan dengan dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Tujuan utamanya adalah untuk memfasilitasi interaksi dan komunikasi yang harmonis antara pemerintah dan anak-anak di seluruh wilayah Indonesia. Fokus utama dari FAN adalah untuk memastikan pemenuhan hak partisipasi anak, sehingga mereka dapat terlibat secara aktif dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka.

FAN telah berhasil merambah dari tingkat Desa/Kelurahan hingga tingkat Provinsi, membentuk sebuah platform yang sangat penting bagi anak-anak dalam menyuarakan aspirasi dan kebutuhan mereka. Pertemuan-pertemuan yang diadakan oleh FAN bertujuan untuk meningkatkan kapasitas anak-anak dalam menginternalisasi nilai-nilai budaya, *nasionalisme*, dan *patriotisme*, serta mengembangkan karakter yang kuat sebagai warga negara yang baik.

Selain itu, FAN juga memberikan ruang bagi anak-anak untuk menyampaikan pendapat, ide, dan aspirasi mereka terkait dengan berbagai aspek kehidupan, termasuk pemenuhan hak dan perlindungan mereka.

Melalui partisipasi dalam Forum Anak, anak-anak didorong untuk menjadi pelopor dan pelapor, serta diikutsertakan dalam berbagai kegiatan musyawarah perencanaan pembangunan di berbagai tingkatan pemerintahan.

Inisiatif pembentukan Forum Anak dilakukan oleh Pemerintah Indonesia, khususnya melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA), sebagai upaya untuk memastikan bahwa suara anak-anak didengar dan dihargai dalam proses pembangunan. Forum Anak telah berhasil terbentuk di berbagai tingkatan pemerintahan daerah, mulai dari provinsi hingga desa/kelurahan. Ini menunjukkan komitmen pemerintah untuk memperjuangkan hak-hak anak serta memberikan mereka ruang yang nyata untuk berpartisipasi dalam pembangunan negara.

Melalui Forum Anak, anak-anak diberikan kesempatan untuk berperan aktif dalam proses pembangunan, dengan mempertimbangkan nilai-nilai lokal, etika, dan sopan santun dalam setiap tindakan dan ekspresi mereka. Dengan demikian, Forum Anak bukan hanya menjadi wadah untuk menyuarakan aspirasi, tetapi juga menjadi cerminan dari semangat *inklusifitas* dan *partisipatif* dalam membangun masa depan yang lebih baik bagi anak-anak Indonesia.

2.2.4.1 Tinjauan Tentang Forum Anak Kota Bandung

Di Kota Bandung, pembentukan Forum Anak difasilitasi oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A). DP3A berperan sebagai lembaga yang mengorganisir dan mendukung kegiatan Forum Anak agar dapat berfungsi secara efektif. Forum Anak Kota Bandung menyediakan platform bagi anak-anak hingga usia 18 tahun untuk menyampaikan aspirasi, ide, dan kebutuhan mereka kepada pemerintah kota. Keberadaan forum ini mendapat apresiasi dari berbagai pihak, termasuk Wali Kota Bandung, yang melihat anak-anak sebagai generasi penerus yang harus didukung dan diberdayakan.

Meskipun Forum Anak Kota Bandung telah diakui pentingnya, pelaksanaannya menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana DP3A dapat memastikan bahwa Forum Anak benar-benar efektif dalam menjembatani komunikasi antara anak-anak dan pemerintah. DP3A harus memastikan bahwa aspirasi dan kebutuhan anak-anak yang disampaikan melalui Forum Anak tidak hanya didengar tetapi juga *diakomodasi* dalam kebijakan dan program pemerintah. Hal ini penting untuk menjamin bahwa hak-hak anak terpenuhi secara menyeluruh.

Dalam konteks ini, Fokab turut terlibat dalam merancang program pemerintah, terutama melalui forum Musrenbang tingkat kota. Melalui keterlibatan ini, Fokab memiliki kesempatan untuk menyampaikan aspirasi dan hak-hak anak kepada pemerintah. Partisipasi anak-anak dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) tingkat kota adalah

salah satu contoh bagaimana Forum Anak dapat berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan. Melalui Musrenbang, anak-anak dapat menyampaikan pandangan mereka mengenai program-program yang direncanakan pemerintah kota. Namun, perlu ada strategi komunikasi yang efektif dari DP3A untuk memastikan bahwa masukan dari Forum Anak ini benar-benar diperhitungkan dalam perumusan kebijakan.

Selain itu, DP3A juga dihadapkan pada tantangan untuk menyelenggarakan kegiatan Forum Anak secara periodik dan berkesinambungan. Pelatihan dan kegiatan yang melibatkan anak-anak perlu dilakukan secara rutin, baik dalam bentuk kegiatan *indoor* maupun *outdoor*, untuk menjaga semangat dan keterlibatan anak-anak dalam forum.

Pembangunan di Kota Bandung selalu mencakup partisipasi dari seluruh lapisan masyarakat, termasuk anak-anak. Mereka, yang tergabung dalam Forum Anak (Fokab) Kota Bandung, aktif menyuarakan aspirasi mereka dalam proses pembangunan kota. Hal ini diakui oleh Ketua Fokab Kota Bandung yang menjelaskan bahwa Pemerintah Kota Bandung, melalui Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A), memberikan perhatian khusus terhadap partisipasi Fokab dalam proses pembangunan.

Forum Anak Kota Bandung aktif dalam melaksanakan sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk memastikan pemenuhan hak-hak anak serta menciptakan lingkungan yang kondusif bagi mereka. Salah satu kegiatan

utama yang dilakukan adalah sosialisasi dan pembentukan Gugus Tugas Kecamatan Layak Anak (KELANA) dan Kelurahan Layak Anak (KELA), yang menjadi landasan penting dalam memastikan bahwa setiap bagian dari kota memiliki struktur yang mendukung perlindungan anak. Selain itu, forum ini juga giat dalam menguatkan KELANA dan KELA yang telah terbentuk sebelumnya, sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan *efektivitas* perlindungan anak. Setiap tahunnya, Forum Anak juga turut mengadakan peringatan Hari Anak, sebagai bentuk upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya hak-hak anak. Selain kegiatan tersebut, forum ini juga menyelenggarakan berbagai pelatihan terkait Konvensi Hak Anak, baik untuk lembaga pendidikan, pengasuhan alternatif, maupun perangkat daerah dan tenaga kesehatan. Dengan demikian, Forum Anak Kota Bandung berperan aktif dalam memastikan bahwa anak-anak tidak hanya dilindungi dari kekerasan, tetapi juga aktif terlibat dalam proses pembuatan keputusan yang mempengaruhi masa depan mereka.

Forum Anak Kota Bandung juga menjelaskan latar belakang terbentuknya Fokab serta berbagai kegiatan dan peranannya dalam pembangunan Kota Bandung. Selain itu, Fokab juga menjelaskan peranannya sebagai Pelopor dan Pelapor (2P), yaitu sebagai agen pembangunan Kota Bandung dan sebagai *mekanisme* untuk melaporkan pelanggaran hak-hak anak.

2.2.4.2 Tinjauan Tentang Peran Fokab

Program 2P dan PPAP Fokab, yang merupakan fokus utama dalam mencapai tujuan Kota Ramah Anak, memiliki beberapa peran dan fungsi yang penting:

1. Peran Pelopor dan Pelapor (2P dan PPAP):

- Pelopor: Berperan sebagai *pionir* dalam memajukan minat dan bakat anak-anak di Kota Bandung.
- Pelapor: Bertugas sebagai alat untuk melaporkan berbagai pelanggaran hak-hak anak di Kota Bandung.

2. Peran Pelopor:

- Mengembangkan Bakat dan Minat Anak-anak: Fokab bertugas untuk mengidentifikasi serta mengembangkan bakat dan minat anak-anak di Kota Bandung agar mereka dapat berkembang secara maksimal.

3. Peran Pelapor:

- Menjadi Penghubung bagi Anak-anak yang Enggan Berbicara Langsung: Fokab berfungsi sebagai penghubung bagi anak-anak yang tidak berani atau enggan untuk berbicara langsung kepada orang dewasa. Mereka dapat menggunakan Fokab sebagai sarana untuk menyampaikan masalah atau kebutuhan mereka kepada pihak yang berwenang.

Melalui program 2P dan PPAP ini, Fokab Kota Bandung tidak hanya bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi anak-anak, tetapi juga berperan aktif dalam memajukan potensi dan kesejahteraan mereka.

2.2.5 Tinjauan Tentang Anak

2.2.5.1 Definisi Anak

Anak merupakan elemen paling *krusial* dalam proses perkembangan manusia. Karakter dasar individu terbentuk pada masa anak-anak, dipengaruhi oleh fungsi otak dan aspek emosional. Kualitas perkembangan anak pada masa dewasa sangat dipengaruhi oleh pengasuhan dan pendidikan yang diterimanya selama masa kanak-kanak. Kondisi individu di masa dewasa merupakan hasil dari proses tumbuh kembang dan komunikasi yang dialaminya saat masih anak-anak. Faktor-faktor yang paling dominan dalam membentuk perilaku dan komunikasi anak adalah peran orang tua, sekolah, dan lingkungan sekitar.

Ketidakstabilan dan *kompleksitas* perkembangan anak selama masa kanak-kanak dan remaja membuat mereka lebih rentan daripada orang dewasa. Anak-anak juga secara *fisiologis* lebih rentan dan memiliki keterbatasan pengalaman yang memengaruhi cara mereka memahami dunia.

Konvensi Hak Anak (KHA), yang diadopsi dalam UU No. 23 Tahun 2002 tentang perlindungan anak, menggariskan empat prinsip dasar yang harus dipegang oleh semua negara dalam melaksanakan perlindungan anak:

1. Prinsip Nondiskriminasi, ini berarti bahwa semua hak yang diakui oleh KHA harus diterapkan kepada setiap anak tanpa adanya diskriminasi. Artinya, semua anak berhak atas perlindungan tanpa memandang ras, warna kulit, jenis kelamin, bahasa, agama, pandangan politik, asal usul kebangsaan, etnisitas, status kepemilikan, kecacatan, kelahiran, atau status lainnya.
2. Prinsip Kepentingan Terbaik bagi Anak (Best Interests of The Child), menekankan bahwa dalam setiap keputusan yang berkaitan dengan anak, kepentingan terbaik bagi anak harus menjadi prioritas utama.
3. Prinsip Hak Hidup, Kelangsungan Hidup, dan Perkembangan (The Right to Life, Survival and Development), ini mengakui bahwa setiap anak memiliki hak yang melekat pada kehidupan. Negara harus menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan anak dengan memastikan penyediaan kebutuhan dasar dan lingkungan yang kondusif.
4. Prinsip Penghargaan terhadap Pendapat Anak (Respect for the Views of The Child) menggaris bawahi pentingnya menghormati pandangan anak. Prinsip ini memungkinkan anak untuk menyatakan pendapatnya dan menekankan bahwa pendapat mereka harus dihargai sesuai dengan

tingkat usia dan kematangan mereka.

Dapat ditarik suatu simpul pengertian bahwa perspektif perlindungan anak adalah cara pandang terhadap semua persoalan dengan menempatkan posisi anak sebagai yang pertama dan utama. Implementasinya cara pandang demikian adalah ketika kita selalu menempatkan urusan anak sebagai hal yang paling utama (Nasir,2013:29).

2.2.5.2 Hak Dasar Anak

Hak dasar anak merupakan hak-hak yang fundamental yang harus diberikan kepada anak-anak agar mereka dapat hidup, tumbuh, dan berkembang secara optimal, sesuai dengan martabat kemanusiaan. Hak ini juga mencakup perlindungan dari kekerasan, diskriminasi, serta pelanggaran hak anak lainnya.

Deklarasi tentang hak-hak anak disahkan pada tanggal 20 November 1959 dalam Sidang Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Deklarasi ini mendasari sepuluh prinsip hak-hak anak, yaitu:

1. Non-Diskriminasi, setiap anak berhak atas hak-haknya tanpa pengecualian apapun, tanpa memandang asal usul etnis, warna kulit, jenis kelamin, bahasa, agama, pandangan politik, kebangsaan, tingkat sosial, status keuangan, kelahiran, atau status lainnya. Hak-hak ini berlaku untuk semua anak, baik yang memiliki perbedaan-perbedaan tersebut dalam dirinya maupun

dalam keluarganya.

2. **Kepentingan Terbaik Anak**, pertimbangan utama dalam setiap tindakan yang melibatkan anak haruslah kepentingan terbaik bagi anak. Ini berarti pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi anak adalah kesejahteraan dan kepentingan anak, bukan orang dewasa.
3. **Hak Nama dan Kebangsaan**, anak berhak memiliki nama dan kebangsaan sejak lahir.
4. **Kesehatan dan Perawatan**, anak berhak mendapatkan perawatan khusus untuk pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental, dan sosial yang sehat. Ini melibatkan aspek-aspek seperti gizi, perumahan, rekreasi, dan pelayanan kesehatan.
5. **Pendidikan untuk Semua Anak**, setiap anak berhak mendapatkan pendidikan dasar yang harus dilanjutkan dengan pendidikan menengah dan tinggi sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang tersedia.
6. **Asuhan Kasih dan Perlindungan Khusus**, anak-anak membutuhkan kasih sayang dan pengertian untuk perkembangan kepribadian yang harmonis. Idealnya, anak-anak harus tumbuh dan berkembang di bawah asuhan dan tanggung jawab orang tua mereka.

7. Pendidikan dan Rekreasi, anak-anak harus memiliki kesempatan yang luas untuk bermain dan berekreasi dengan tujuan pendidikan. Pendidikan dan pemerintah berwenang harus berupaya meningkatkan pelaksanaan hak ini.
8. Prioritas dalam Perlindungan, anak harus didahulukan dalam menerima perlindungan dan pertolongan dalam berbagai situasi.
9. Perlindungan dari Kejahatan dan Kekerasan, anak-anak harus dilindungi dari segala bentuk kealpaan, kekerasan, atau *eksploitasi*. Mereka tidak boleh bekerja dalam usia yang tidak pantas atau dalam pekerjaan yang membahayakan mereka.
10. Perlindungan dari Diskriminasi, anak-anak harus dilindungi dari segala bentuk diskriminasi sosial, agama, dan lainnya. Mereka harus dibesarkan dalam semangat pengertian, toleransi, perdamaian, persahabatan, dan persaudaraan lintas bangsa.

2.2.5.3 Hak dan Kewajiban Anak

Hak dan kewajiban anak adalah aspek penting dalam perlindungan dan perkembangan anak. Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak menyatakan hak-hak dan kewajiban anak sebagai berikut:

Hak Anak:

1. Hak Hidup, Tumbuh, Berkembang, dan Berpartisipasi, setiap anak berhak untuk hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi dalam masyarakat sesuai dengan martabat kemanusiaan mereka. Mereka juga berhak mendapatkan perlindungan dari kekerasan dan *diskriminasi*.
2. Hak Nama dan Kewarganegaraan, anak berhak memiliki nama sebagai identitas diri dan status kewarganegaraan.
3. Hak Beribadah, Berpikir, dan Berekspresi: Anak berhak untuk beribadah sesuai dengan agamanya, berpikir, dan berekspresi sesuai dengan usia dan kecerdasannya, dalam bimbingan orang tua.
4. Hak Mengetahui Orang Tua, anak berhak untuk mengetahui orang tuanya, dibesarkan, dan diasuh oleh orang tua mereka sendiri.
5. Hak Diasuh atau Diangkat, jika orang tua tidak dapat merawat anak, atau anakterlantar, anak berhak untuk diasuh atau diangkat oleh orang lain sesuai dengan hukum yang berlaku.
6. Hak Pelayanan Kesehatan dan Jaminan Sosial, anak berhak memperoleh pelayanan kesehatan dan

jaminan sosial sesuai dengan kebutuhan fisik, mental, spiritual, dan sosial mereka.

7. Hak Pendidikan, anak berhak mendapatkan pendidikan dan pengajaran yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.

8. Hak Pendidikan Khusus, anak yang menyandang cacat berhak memperoleh pendidikan luar biasa, sedangkan anak yang memiliki keunggulan berhak mendapatkan pendidikan khusus.

9. Hak Untuk Menyatakan Pendapat, anak berhak menyatakan pendapatnya, menerima, mencari, dan memberikan informasi sesuai dengan tingkat kecerdasan dan usia mereka.

10. Hak Beristirahat, Bermain, dan Berekreasi, anak berhak beristirahat, bermain, dan berekreasi sesuai dengan minat, bakat, dan kecerdasan mereka.

Kewajiban Anak:

Anak juga memiliki kewajiban, termasuk:

1. Menghormati Orang Tua, Wali, dan Guru, anak berkewajiban menghormati orang tua, wali, dan guru mereka.
2. Mencintai Keluarga, Masyarakat, dan Teman, anak diharapkan mencintai keluarga, masyarakat, dan

menyayangi teman mereka.

3. Mencintai Tanah Air, Bangsa, dan Negara, anak berkewajiban mencintai tanah air, bangsa, dan negara mereka.
4. Menunaikan Ibadah Sesuai Agama, anak berkewajiban menunaikan ibadah sesuai dengan agamanya.
5. Melaksanakan Etika dan Akhlak yang Mulia, anak juga berkewajiban untuk melaksanakan etika dan akhlak yang baik.

Pasal 28 B ayat (2) dalam Undang-Undang Dasar 1945 menegaskan bahwa "Setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi." Ketentuan ini memberikan dasar yang kuat untuk memastikan bahwa setiap anak memiliki hak untuk hidup, tumbuh, dan berkembang, dan juga hak untuk dilindungi dari tindakan kekerasan dan perlakuan *diskriminatif*. Bangsa Indonesia, sebagai bagian dari komunitas global, memiliki komitmen untuk menjamin pemenuhan hak-hak anak, yang merupakan bagian *integral* dari hak asasi manusia.

Mengutip komitmen ini, penting bagi Indonesia untuk menjaga agar anak-anak di negara ini dapat hidup dengan sejahtera, berkembang dengan kualitas, dan dilindungi dari segala bentuk kekerasan dan diskriminasi. Hal ini mencakup hak mereka untuk hidup, kelangsungan hidup, perkembangan

optimal sesuai dengan martabat kemanusiaan, serta mendapatkan perlindungan dari segala bentuk ancaman, kekerasan, dan perlakuan yang merugikan mereka. Langkah-langkah untuk mewujudkan anak-anak Indonesia yang sejahtera dan terlindungi melibatkan upaya dari pemerintah, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan pemenuhan hak-hak anak dan penegakan perlindungan mereka.

2.2.6 Tinjauan Tentang Perlindungan Anak

2.2.6.1 Definisi Perlindungan Anak

Anak adalah bagian dari generasi muda yang merupakan amanah kita, dan merupakan entitas yang selalu memerlukan perlindungan karena hak-hak asasinya sebagai manusia harus selalu dijaga dan dihormati. Hak asasi anak adalah bagian integral dari hak asasi manusia yang diakui dalam Undang-Undang Dasar 1945. Dalam segi kehidupan, anak-anak adalah tonggak masa depan bangsa. Oleh karena itu, setiap anak memiliki hak untuk bertahan hidup, tumbuh, berkembang, serta mendapatkan perlindungan dari segala bentuk kekerasan dan *diskriminasi*, serta hak atas hak-hak sipil dan kebebasan.

Perlindungan anak mencakup berbagai tindakan yang bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak anak dan kesejahteraannya terjamin, sehingga mereka dapat hidup, tumbuh, berkembang, serta berpartisipasi secara maksimal sesuai dengan martabat dan harkat kemanusiaannya. Perlindungan ini juga bertujuan untuk melindungi anak-anak dari kekerasan

dan perlakuan diskriminatif. Perlindungan anak adalah tindakan yang sangat krusial untuk menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan anak-anak, sehingga kehidupan mereka dapat berjalan dengan aman dan sehat.

Dalam kerangka hukum Indonesia, Undang-Undang RI No.35 Tahun 2014 tentang perlindungan anak, Pasal 3, menggariskan prinsip-prinsip perlindungan anak sebagai pedoman yang mengikat untuk memastikan perlindungan dan kesejahteraan anak-anak. Undang-Undang ini memberikan dasar hukum yang kuat untuk memastikan hak-hak anak dan melindungi mereka dari segala bentuk ancaman dan diskriminasi.

Sesuai dengan Undang-Undang RI No.35 Tahun 2014 Tentang perlindungan anak Pasal 3 yang berbunyi: “Bahwa perlindungan anak bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak anak agar dapat hidup, tumbuh, berkembang dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan serta mendapatkan perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi demi terwujudnya anak Indonesia yang berkualitas, berakhlak mulia, dan sejahtera.” (Undang-Undang RI No.35 Tahun 2014 Tentang Perlindungan Anak Pasal 3)

Perlindungan anak harus dimulai sedini mungkin, mulai dari saat anak masih berada dalam kandungan hingga mereka mencapai usia 18 tahun. Prinsip dasar perlindungan anak ini harus didasarkan pada pendekatan yang holistik, menyeluruh, dan komprehensif. Berikut adalah

kewajiban-kewajiban dalam memberikan perlindungan anak, dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip berikut:

a. Prinsip Nondiskriminasi: Perlindungan anak harus dilakukan tanpa memandang perbedaan atau diskriminasi apa pun. Setiap anak memiliki hak yang sama untuk dilindungi, terlepas dari latar belakang sosial, etnis, agama, atau kondisi lainnya.

b. Prinsip Kepentingan Terbaik Anak: Tindakan perlindungan anak harus selalu mempertimbangkan apa yang terbaik bagi anak. Keputusan dan tindakan yang diambil harus mengutamakan kesejahteraan dan kepentingan anak.

c. Prinsip Hak untuk Hidup, Kelangsungan Hidup, Perkembangan, dan Pendapat Anak: Anak-anak memiliki hak untuk hidup, tumbuh, berkembang, dan memiliki hak untuk dihargai dan didengarkan. Hak ini mencakup hak untuk berpartisipasi dalam keputusan yang memengaruhi mereka sesuai dengan usia dan perkembangannya.

Dalam rangka melakukan pembinaan, pengembangan, dan perlindungan anak, perlu ada peran aktif masyarakat. Ini dapat dilakukan melalui berbagai lembaga dan organisasi seperti lembaga perlindungan anak, lembaga keagamaan, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan, organisasi sosial, dunia usaha, media massa, serta lembaga pendidikan. Dengan keterlibatan dan kerjasama berbagai pihak, kita dapat

menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi anak-anak, sehingga mereka dapat tumbuh dan berkembang secara sehat dan bahagia.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka pemikiran sebagai alat untuk mengarahkan pikiran ke pokok permasalahan yang ingin dibahas. Tujuan dari penjelasan ini adalah untuk memperjelas, meyakinkan, dan mengintegrasikan teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian.

Penelitian yang berjudul **Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bandung Melalui Forum Anak** memiliki identifikasi masalah yaitu bagaimana Tujuan, Rencana, Pesan, Media dan Kegiatan pada DP3A Kota Bandung melalui forum anak dalam pemenuhan hak pada anak.

Penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa: “Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah **perencanaan** (*planning*) dan **manajemen** (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya **kegiatan** komunikasi berupa **pesan** yang disampaikan melalui berbagai **media** dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara

makro (*flamed multi media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda” (Effendy,2015 : 32).

Dalam konteks ini, strategi komunikasi dilihat sebagai upaya yang kompleks yang melibatkan berbagai elemen dan proses komunikasi yang saling berinteraksi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Metode studi kasus dipilih untuk memberikan konteks yang kaya dan mendetail tentang bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam situasi tertentu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang praktik komunikasi dan bagaimana strategi-strategi tersebut dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

2.3.1 Deskripsi Kerangka Pemikiran

2.3.1.1 Tujuan

Tujuan komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak melalui Forum Anak Kota Bandung adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang hak-hak anak, memfasilitasi partisipasi aktif anak-anak dalam pengambilan keputusan, membangun dukungan dan kerjasama antara pemangku kepentingan, mendorong perubahan perilaku dan sikap terhadap hak-hak anak, serta memberdayakan anak-anak agar mereka dapat menyampaikan aspirasi dan

berpartisipasi secara bermakna dalam pembangunan. Strategi ini juga mencakup pemantauan dan evaluasi dampak untuk memastikan efektivitas upaya komunikasi dalam mencapai hasil yang diinginkan serta mencerminkan harapan dan hasil yang diinginkan dari proses komunikasi. Tujuan tersebut juga menjadi titik akhir yang harus dicapai dan dilakukan dalam proses komunikasi.

2.3.1.2 Rencana

Perencanaan merupakan langkah-langkah yang diambil untuk menetapkan tindakan yang sesuai dalam menjalankan program atau kegiatan. Dalam konteks Forum Anak Kota Bandung, perencanaan mencakup penyusunan jadwal kegiatan, penetapan tim pelaksana, dan pengadaan rapat koordinasi. Proses ini melibatkan identifikasi tujuan *strategis*, penentuan langkah-langkah *konkret*, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk pelaksanaan program. Dengan demikian, perencanaan berperan penting dalam memastikan semua aspek kegiatan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak melalui Forum Anak berjalan efektif dan efisien, serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.3.1.3 Pesan

Pesan merupakan inti dari proses komunikasi, di mana komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan melalui isi dan lambang. Dalam konteks Forum Anak Kota Bandung, pesan yang disampaikan

bertujuan untuk mempromosikan hak-hak anak dan mendorong partisipasi aktif anak-anak dalam berbagai kegiatan. Lambang-lambang seperti bahasa, suara, isyarat, gambar, dan warna digunakan sebagai media untuk mengungkapkan pikiran atau perasaan komunikator. Pesan-pesan ini dirancang secara khusus agar dapat dipahami dengan mudah oleh anak-anak, sehingga mereka merasa terlibat dan termotivasi untuk berkontribusi dalam forum tersebut.

2.3.1.4 Media

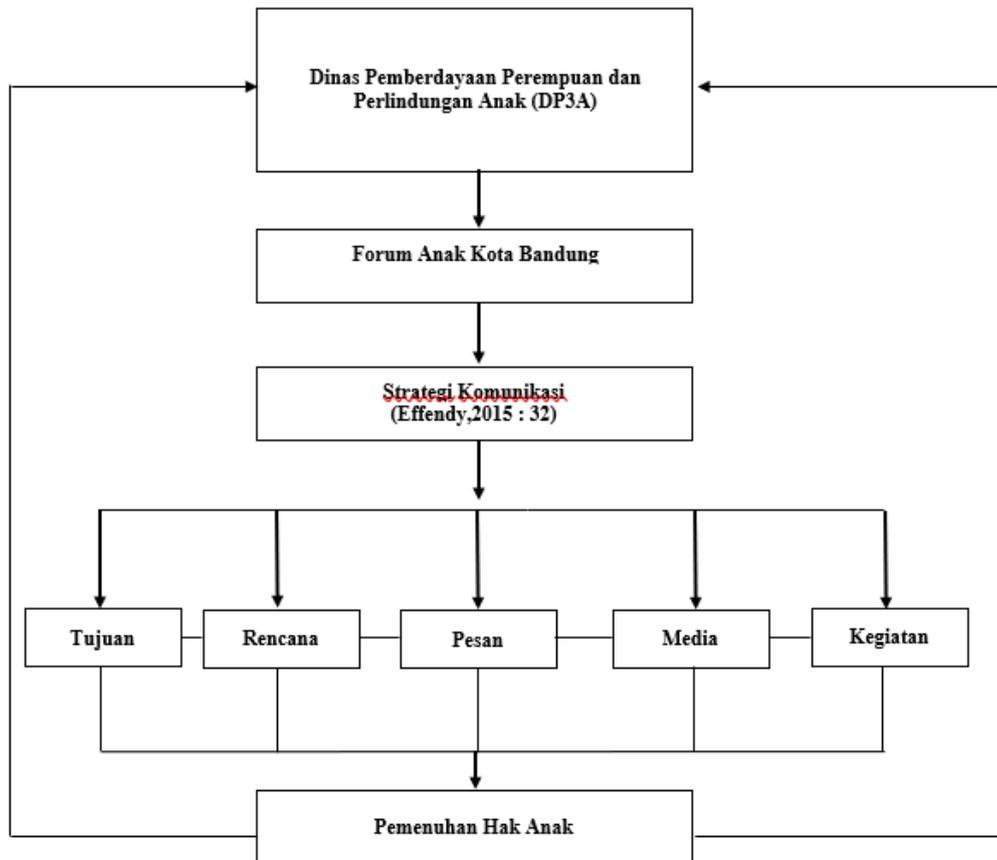
Dalam buku *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Cangara, 2014:37), media dijelaskan sebagai alat yang digunakan untuk mengantarkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam konteks Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak melalui Forum Anak Kota Bandung, media yang digunakan mencakup media massa seperti surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Media-media ini memainkan peran penting dalam mentransfer informasi mengenai hak-hak anak dan kegiatan forum kepada audiens yang lebih luas. Dengan menggunakan berbagai jenis media, Forum Anak Kota Bandung dapat menjangkau lebih banyak anak-anak dan masyarakat, sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara efektif dan efisien.

2.3.1.5 Kegiatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah acara mengacu pada serangkaian kegiatan yang direncanakan dan diatur secara teratur serta

berurutan sesuai dengan jadwal atau urutan langkah-langkah yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan. Dalam konteks Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak melalui Forum Anak Kota Bandung, kegiatan yang dilakukan mencakup berbagai aktivitas yang dirancang untuk memastikan bahwa hak-hak anak dapat terpenuhi dan suara mereka didengar. Kegiatan komunikasi ini merujuk pada proses komunikasi yang dilakukan untuk memastikan bahwa rencana komunikasi yang telah disusun dapat dilaksanakan dengan sukses sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan. Contoh kegiatan yang dilakukan meliputi lokakarya, seminar, kampanye kesadaran, dan diskusi kelompok yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi anak dalam pengambilan keputusan dan memperjuangkan hak-hak mereka.

Gambar 2. 1
Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, Mei 2024