

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Mengawali dengan hadirnya tinjauan penelitian terdahulu sebagai referensi pengkajian dasar sejauhmana Peneliti telah menelaah, mengkaji maupun mencari beberapa unsur atau penelitian yang relevan dari apa yang hendak diteliti oleh Peneliti ini. Dengan tujuan untuk membuat Peneliti lebih tercerahkan atas pondasi dari penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung”. Adapun landasan dasar judul tersebut, maka Peneliti melakukan studi pendahuluan berdasarkan dengan hadirnya beberapa penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel 2.1 dibawah ini. Serta pastinya peneliti telah mengemukakan beberapa perbedaan hasil penelitian terkait dengan Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung yang sedang dikaji oleh peneliti. Berikut peneliti mendapatkan beberapa referensi penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan serupa dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Kelebihan
Wahyu Wulandari. 2022. Universitas Bengkulu	Partisipasi Masyarakat Dalam Program Kota Tanpa Kumuh (KOTAKU) (Studi Deskriptif Di Kelurahan Sumberjaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu)	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum berpartisipasi, mulai dari pembuatan keputusan dikarenakan masyarakat yang tidak mengetahui program ini dan tidak juga hadir dalam rapat atau rembug, pada pelaksanaan program masih ada masyarakat yang tidak ikut membantu secara langsung saat pengerjaan pembangunan namun masyarakat telah ikut mengambil peran dengan membayar iuran sampah.	Penelitian yang dibuat oleh peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung. Adapun kelebihan penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah mendeskripsikan juga terkait strategi komunikasinya, tidak hanya mendeskripsikan partisipasi masyarakat Kabupaten Bandung saja.
Anna Gustina, Sarwititi Sarwoprasodjo. 2018. Universitas Lampung	Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan (Studi Program “Bupati Ronda” di Kabupaten Lampung Tengah)	Kualitatif Studi Kasus	Hasil penelitian pemimpin daerah memiliki political leadership yang menyangkut seluruh aspek kehidupan masyarakat dalam suatu wilayah. Pemimpin yang baik diperoleh dari proses yang panjang, tidak muncul secara tiba-tiba. Kepemimpinan merupakan kemampuan mempengaruhi orang lain untuk melakukan	Penelitian yang dibuat oleh peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung. Adapun kelebihan penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah mendeskripsikan program Rembug Bedas serta partisipasi masyarakat Kabupaten Bandung dalam mengikuti program tersebut.

			sesuatu yang dikehendaki oleh pemimpin secara sukarela.	
Andi Surahmi, Muhammad Farid. 2018, Universitas Hasanuddin.	Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang	Kualitatif Deskriptif	Adapun tingkat partisipasi masyarakat terhadap pembangunan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang, dilakukan dalam bentuk partisipasi fisik dan nonfisik. Dalam partisipasi fisik yaitu keterlibatan masyarakat berupa bantuan tenaga dan bantuan materiil. Sedangkan partisipasi non fisik yaitu Pemerintah Kecamatan Duampanua.	Penelitian yang dibuat oleh peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung. Serta ruang lingkup penelitian peneliti memiliki cakupan yang lebih luas yaitu di Kabupaten Bandung. Adapun kelebihan skripsi peneliti yaitu memberikan gambaran secara umum terkait strategi komunikasi pemerintah Kabupaten Bandung.
Akmal Nugraha. 2016, Universitas Komputer Indonesia	Strategi Komunikasi Bidang Sarana Komunikasi Dan Diseminasi Informasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Barat Dalam Menyebarluaskan Program	Kualitatif Deskriptif	Strategi Komunikasi Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi DISKOMINFO Provinsi Jawa Barat dalam menyebarluaskan Program Internet Sehat melalui kegiatan pertunjukan rakyat telah dilaksanakan dan mampu memberikan pemahaman serta edukasi kepada siswa SMP	Penelitian yang dibuat oleh peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bandung Pada Program Rembug Bedas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kabupaten Bandung. Adapun kelebihan skripsi peneliti adalah dapat menjadi pedoman bagi Pemerintah Kabupaten Bandung dalam mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif atau berhasil dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Kabupaten Bandung.

Sumber: Peneliti, 2024

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan bagian penting dalam sebuah karya ilmiah. Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengumpulkan literatur atau referensi yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Tinjauan Pustaka atau tinjauan literatur adalah rangkuman secara komprehensif dari penelitian sebelumnya tentang suatu topik.

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

Kata Komunikasi sendiri berasal dari Bahasa Latin yakni *Communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi, gagasan, perasaan, atau pesan antara satu individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lainnya. Proses komunikasi melibatkan pengirim (komunikator), pesan yang disampaikan, saluran atau media komunikasi yang digunakan, penerima (*audiens*), serta umpan balik (*feedback*). Tujuan dari komunikasi dapat bervariasi, seperti untuk memberikan informasi, mempengaruhi, memotivasi, atau membangun hubungan antar individu atau kelompok.

“Istilah Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya yaitu sama makna.” (Effendy, 2017).

Komunikasi adalah bentuk interaksi antara individu yang dilakukan dengan sengaja atau tanpa disadari, di mana satu sama lain saling mempengaruhi antara pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Bentuk komunikasi bisa berupa verbal atau *non-verbal*. Proses komunikasi melibatkan

beberapa tahapan, seperti komunikasi satu arah di mana komunikasi berhenti setelah pesan diterima oleh komunikan. Ada juga komunikasi dua arah di mana komunikan memberikan tanggapan atau umpan balik kepada komunikator setelah menerima pesan.

“Komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (yaitu komunikator satu dan komunikan dua) atau lebih” Tubbs&Moss (dalam Mulyana, 2017).

Dalam proses komunikasi, terdapat beberapa elemen komunikasi yang penting, antara lain:

1. Komunikator dan Komunikan merupakan elemen penting dalam komunikasi yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Dalam setiap proses komunikasi, selalu terdapat individu yang menyampaikan pesan (Komunikator) dan individu yang menerima pesan (Komunikan).

“Komunikator juga sering disebut dengan pengirim pesan, sumber (*source*), dan pembuat atau pengirim informasi” (Nurudin, 2016).

Menurut segi jumlahnya, komunikator dapat dikelompokkan menjadi individu tunggal, sejumlah orang, dan massa. Apabila komunikator melibatkan lebih dari satu orang, mereka dapat tergabung dalam kelompok seperti organisasi, lembaga, partai politik, atau media massa.

“Komunikan adalah orang yang menjadi seseorang pesan yang dikirim. Ciri komunikan sangat mirip dengan komunikator. juga sering disebut dengan khalayak, sasaran, *audience*, serta receiver (penerima)” (Nurudin, 2016).

Komunikan seringkali dikaitkan dengan istilah "massa", yang merujuk pada audiens dalam berbagai saluran komunikasi massa seperti

radio, surat kabar, televisi, atau media online. Komunikan adalah penerima pesan yang ditujukan oleh komunikator.

2. Pesan dalam konteks proses komunikasi merupakan hasil dari pemikiran atau gagasan yang dikembangkan oleh komunikator dan ingin disampaikan kepada komunikan. Pesan ini berisi konten dan diungkapkan dalam bentuk simbol atau lambang, seperti bahasa, gambar, dan sebagainya. Komunikator menggunakan pesan ini sebagai sarana untuk menyampaikan informasi atau konsep yang ingin disampaikan kepada komunikan.

“Pesan bisa digolongkan menjadi dua yaitu bersifat konotatif (makna kiasan atau bukan sebenarnya) dan denotatif (makna sebenarnya). Kata ‘Bisa’ secara konotatif berarti racun, secara denotatif berarti dapat. Jadi, kenapa dalam proses komunikasi perlu didukung oleh bahasa nonverbal. Bisa jadi seseorang itu seolah berkata jujur, tetapi bahasa nonverbalnya bisa menunjukkan sebaliknya” (Nurudin, 2016)

3. Media merupakan elemen yang esensial dalam proses komunikasi, yang juga dikenal dengan istilah saluran komunikasi. Media ini dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu media konvensional (tradisional) dan media modern. Sebagai contoh, saat terjadi interaksi tatap muka, komunikator dan komunikan berinteraksi secara verbal (melalui saluran suara). Selain itu, mereka juga dapat menggunakan isyarat tubuh untuk berkomunikasi, serta menerima atau mengirim isyarat secara visual (melalui saluran visual).

“Media bisa berupa indera manusia, telepon, surat, telegram, media massa (cetak dan elektronik), internet, rumah ibadah, pesta rakyat dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan pesan komunikasi. Dengan demikian, media adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada penerima pesan” (Nurudin, 2016)

4. Efek dari komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi dua arah, selalu diharapkan oleh komunikator. Efek atau dampak dari komunikasi tersebut merujuk pada hasil atau konsekuensi dari interaksi komunikasi antara satu atau lebih individu yang terlibat dalam proses komunikasi.

“Pertama anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi dan perasaan anda, ini adalah dampak afektif. Ketiga anda mungkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bol atau melukis, selain juga perilaku verbal dan non verbal yang patut, ini adalah dampak atau afek psikomotorik” Devito (dalam Rismawaty, 2014).

Selanjutnya, pembahasan lebih lanjut tentang definisi atau esensi komunikasi dapat diperluas dengan merujuk pada prinsip-prinsip dasar yang mengatur komunikasi. Beberapa prinsip komunikasi yang penting untuk dipahami antara lain:

1. Komunikasi adalah suatu proses simbolis
2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi
3. Komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan
4. Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan
5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu
6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi
7. Komunikasi itu bersifat sistemik
8. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi
9. Komunikasi bersifat nonsekuensial
10. Komunikasi bersifat sinambung, dinamis, dan transaksional

11. Komunikasi bersifat irreversible

12. Komunikasi bukan obat mujarab untuk menyelesaikan berbagai masalah

Dalam konteks komunikasi, terdapat suatu proses yang terdiri dari dua tahapan yang harus dipahami. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi Primer adalah proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan menggunakan berbagai media, termasuk pesan verbal dan *non-verbal*.

“Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu ‘menerjemahkan’ pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan” (Effendy, 2017).

2. Proses Komunikasi Sekunder merupakan tahap dimana komunikator menyampaikan pesan menggunakan media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Media kedua ini dapat berupa alat atau sarana teknologi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, terutama dalam situasi di mana komunikan berada di tempat yang jauh atau jika pesan harus disampaikan kepada sejumlah besar orang.

“Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi” (Effendy, 2017).

Menciptakan komunikasi yang efektif seringkali menjadi tantangan yang sulit, karena seringkali dihadapi oleh berbagai hambatan. Hambatan-hambatan ini mengakibatkan distorsi dalam proses komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan tidak selalu terdengar atau dimengerti sebagaimana mestinya. Berikut adalah beberapa hambatan dalam komunikasi:

1. Hambatan Internal dimulai dari individu itu sendiri yang berkaitan dengan kondisi fisik dan mentalnya. Contohnya, seseorang dengan gangguan pendengaran akan mengalami kesulitan dalam berkomunikasi.
2. Hambatan Eksternal berbeda dengan Hambatan Internal, dimana hambatan ini timbul dari faktor-faktor di luar individu, baik dari lingkungan fisik maupun lingkungan sosial budaya. Sebagai contoh, perbedaan latar belakang sosial budaya antar individu dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam proses komunikasi.

2.2.2 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Pada prinsipnya, strategi merupakan proses perencanaan dan manajemen yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, strategi memberikan arahan mengenai taktik operasional sebagai panduan yang menunjukkan jalannya pelaksanaan. Strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen komunikasi yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi haruslah fleksibel dan dapat disesuaikan dengan situasi tertentu sehingga taktik operasional komunikasi dapat disesuaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

“.....Strategi komunikasi panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” Effendy (Suryadi, 2021)

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Tak hanya itu, strategi komunikasi akan berhadapan dengan kenyataan tentang apa dan bagaimana semua aktivitas yang dilakukan mampu efektif dalam mewujudkan ide, pemikiran, dan cara-cara yang sebelumnya diketahui dan dipahami oleh para pelaku komunikasi. Strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan komunikasi yang tentu ada didalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri.

Berbicara terkait dengan sifat strategi komunikasi menurut (Suryadi, 2021) maka keberadaannya akan melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi itu sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi. Adapun sifat strategi komunikasi dapat dideskripsikan berikut ini:

1. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
2. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
3. Membutuhkan *setting* komunikasi yang jelas.
4. Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi.
5. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.

6. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikan.

Dengan demikian, ada sifat khusus dari keberadaan strategi komunikasi yaitu mencerminkan suatu epistemologis dari semua implementasi model, teori, dan jenis komunikasi dengan tujuan menguasai lingkungan komunikasi sehingga masih memperoleh target komunikasi yang unggul. Sifat strategi komunikasi oada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya didahului sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.

”Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan” (Effendy, 2017).

Strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Effendy, menjelaskan bahwa strategi komunikasi ini merupakan cara dalam mengatur proses perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga sangat penting bagi suatu perusahaan atau pemerintahan yang mengadakan suatu program, agar menerapkan strategi komunikasi ini agar lebih efektif.

2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan elemen yang sangat vital dalam konteks organisasi atau lembaga. Proses pembentukan suatu organisasi dimulai dengan interaksi komunikasi yang terjadi di antara para pendiri. Kemudian, organisasi

tersebut berkembang melalui proses komunikasi yang berkelanjutan untuk menjaga kinerja serta hubungan antara pengurus dan anggota. Kerjasama dan sinergi di antara sumber daya manusia dalam organisasi tidak dapat terwujud tanpa adanya komunikasi yang efektif. Baik pemimpin maupun anggota organisasi harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, karena hal ini menjadi kunci penting dalam mencapai tujuan bersama. Tiap individu di dalam sebuah organisasi memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing. Keterampilan berkomunikasi menjadi modal utama dalam mencapai keberhasilan, tak peduli pada tingkat jabatan mana pun. Semakin tinggi posisi seseorang dalam organisasi, semakin penting pula keterampilan komunikasinya.

“Komunikasi organisasi (terutama pada organisasi formal) dapat dibedakan menjadi dua macam pengertian sebagai berikut. Pertama adalah Tata Hubungan Administrasi disebut juga tata hubungan fungsi, yaitu tata hubungan (komunikasi) yang dilakukan oleh setiap orang yang mempunyai fungsi dan kedudukan sebagai administrator atau manajer dengan para bawahan atau pegawai pelaksana yang mengandung unsur perintah. Kedua adalah Hubungan Tata Usaha adalah hubungan yang terjadi atau yang berlangsung antara satuan organisasi dengan satuan lain didalam organisasi dan tidak mengandung unsur perintah, hubungan ini hanya bersifat pengiriman informasidalam rangka pelaksanaan pekerjaan organisasi. Pengiriman informasi ini dapat dilakukan melalui surat-surat atau dapat juga melalui telepon” Wursanto dalam (Suranto, 2018)

Komunikasi dalam konteks organisasi dapat terjadi pada berbagai waktu, asalkan terdapat individu yang menduduki suatu posisi atau jabatan di dalam organisasi tersebut untuk memberikan atau menerima informasi. Sebagai contoh, seorang kepala divisi memberikan instruksi atau informasi kepada stafnya, dan kemudian staf tersebut menerima dan merespons informasi tersebut. Dengan demikian, terjadi komunikasi organisasi (*downward communications*) setiap kali ada pertukaran informasi, baik dalam bentuk perintah maupun informasi lainnya.

“Tujuan komunikasi diorganisasi dapat diklasifikasikan dalam dua kategori, yaitu berkomunikasi dalam rangka penyelesaian tugas, dan berkomunikasi untuk membina hubungan baik dengan orang lain, terutama dengan para kolega” (Suranto 2018).

Rencana dan implementasi komunikasi dalam sebuah organisasi seharusnya didasarkan pada kepentingan organisasi secara keseluruhan daripada kepentingan individu. Oleh karena itu, dibutuhkan proses yang berkesinambungan yang melibatkan semua anggota dalam mengidentifikasi, mendiskusikan, memutuskan, dan melaksanakan solusi terhadap masalah komunikasi di dalam organisasi. Terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi ketika menjalin komunikasi yang efektif.

“Dengan komunikasi yang baik, diharapkan dapat diperoleh manfaat bagi organisasi sebagai berikut citra organisasi lebih baik, respon khalayak lebih dinamis, kemitraan lebih kuat, arus kerja lebih teratur, produktivitas meningkat, pengambilan keputusan lebih cepat, pemecahan masalah lebih akurat” (Suranto, 2018).

Organisasi memiliki sebuah sistem antara para anggotanya agar mencapai tujuan. Para anggota maupun pengurus organisasi mendapatkan reward ataupun kepuasan dari pekerjaannya. Karena, dalam mencapai tujuan sebuah organisasi tentunya diperlukan kerjasama antar anggota –anggotanya. Organisasi memang dituntut untuk memberikan reward atau feedback kepada para anggotanya, namun para anggotanya pun harus bekerja menyesuaikan apa yang diinginkan oleh organisasi sendiri. Terdapat dua tipe organisasi berdasarkan dari tujuan didirikannya sebuah organisasi diantaranya tipe organisasi bisnis dan sosial.

“Organisasi bisnis dioperasikan dengan mengusung tujuan utama untuk mencari keuntungan secara ekonomi. Dengan demikian, indikator tingkat keberhasilan organisasi diukur dengan cara membandingkan antara modal yang dikeluarkan dengan manfaat ekonomis yang diterimanya. Sebaliknya, organisasi sosial justru bersifat nirlaba. Organisasi sosial dioperasikan

bukan untuk mencapai keuntungan secara material, namun bertujuan untuk mencapai harmoni sosial tertentu “ (Suranto, 2018).

2.2.4 Tinjauan Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat adalah proses yang dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan kesadaran terhadap situasi dan masalah yang mereka hadapi, serta berusaha mencari solusi yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut (memiliki kesadaran kritis).

“Partisipasi adalah peran serta seseorang atau kelompok masyarakat dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, waktu, keahlian, modal, dan atau materi, serta ikut memanfaatkan dan menikmati hasil-hasil pembangunan“ Sumardi dalam (Sulaeman, 2019).

Berbeda dengan pendapatnya Basrowi (Hakim, 2017) yang mengatakan bahwa partisipasi masyarakat dapat dilihat dan dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Partisipasi *non* fisik, adalah keikutsertaan masyarakat dalam menentukan arah, pendidikan nasional dan meratanya animo masyarakat untuk menuntut ilmu melalui pendidikan, sehingga pemerintah tidak akan kesulitan mengarahkan rakyat untuk bersekolah.
2. Partisipasi fisik, adalah partisipasi masyarakat dalam bentuk menyelenggarakan usaha-usaha pendidikan, seperti mendirikan dan menyelenggarakan usaha sekolah, menyelenggarakan usaha-usaha beasiswa, membantu pemerintah membangun gedung-gedung untuk masyarakat, dan menyelenggarakan usaha-usaha perpustakaan berupa buku atau bentuk bantuan lainnya.

Partisipasi sering diasosiasikan dengan aktivitas yang terkait dengan proses pembangunan, pengambilan keputusan, kebijakan, dan pelayanan pemerintah. Partisipasi memiliki arti yang penting dalam proses pembangunan, yang tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat.

Menurut T. Ndraha dalam (Hakim, 2017) partisipasi sebagai pengambilan bagian dalam kegiatan bersama dalam pencapaian hasil dari program pembangunan yang tidak mencapai sasaran karena kurangnya partisipasi masyarakat. Keadaan ini dapat terjadi karena beberapa sebab, antara lain :

1. Pembangunan hanya menguntungkan segolongan kecil masyarakat dan tidak menguntungkan rakyat banyak.
2. Pembangunan, meskipun dimaksudkan menguntungkan rakyat banyak, tetapi rakyat kurang memahami maksud itu.
3. Pembangunan dimaksudkan untuk menguntungkan rakyat dan rakyat memahaminya, tetapi cara pelaksanaannya tidak sesuai dengan pemahaman mereka.
4. Pembangunan dipahami kan menguntungkan rakyat, tetapi sejak semula rakyat tidak diikutsertakan.

Keterlibatan masyarakat memiliki dampak yang besar dalam seluruh rangkaian pembangunan. Keterlibatan masyarakat dalam program pemberdayaan seharusnya melibatkan semua tahapan dari awal hingga akhir proses tersebut. Menurut T. Ndraha dalam (Hakim, 2017) mengatakan bahwa partisipasi publik dapat terjadi pada empat jenjang, yaitu :

1. Partisipasi dalam proses pembentukan keputusan.
2. Partisipasi dalam pelaksanaan.
3. Partisipasi dalam pemanfaatan hasil.
4. Partisipasi dalam evaluasi.

Menurut Slamet dalam (Hakim, 2017), Faktor-faktor internal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat adalah:

1. Jenis kelamin

Partisipasi yang diberikan oleh seorang pria dan wanita dalam pembangunan adalah berbeda. Hal ini disebabkan oleh adanya sistem pelapisan sosial yang terbentuk dalam masyarakat yang membedakan kedudukan dan derajat, hal ini akan menimbulkan perbedaan-perbedaan hak dan kewajiban antara pria dan wanita. Menurut Soedarno dalam (Hakim, 2017) bahwa dalam sistem pelapisan atas dasar seksualitas ini, golongan pria memiliki hak istimewa dibandingkan golongan wanita. Dengan demikian kecenderungannya bahwa kelompok pria akan lebih banyak berpartisipasi.

2. Usia

Perbedaan usia akan mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat. Dalam masyarakat terdapat perbedaan kedudukan dan derajat atas dasar senioritas, sehingga akan memunculkan golongan tua dan golongan muda yang berbeda-beda dalam hal-hal tertentu seperti, menyalurkan pendapat dan mengambil keputusan, menurut Soedarno dalam (Hakim, 2017). Sedangkan Slamet dalam (Hakim, 2017) mengatakan bahwa usia berpengaruh pada

keaktifan seseorang untuk berpartisipasi. Oleh karenanya golongan tua dianggap lebih berpengalaman sehingga akan lebih banyak memberikan pendapat dalam hal menetapkan keputusan.

3. Tingkat pendidikan

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan adalah tingkat pendidikan. Semakin tinggi latar belakang pendidikannya, tentunya mempunyai pengetahuan yang luas tentang pembangunan dan bentuk serta tata cara partisipasi yang dapat diberikan. Faktor pendidikan dianggap penting, karena dengan pendidikan yang diperoleh, seseorang lebih mudah berkomunikasi dengan orang luar dan cepat tanggap terhadap inovasi Menurut Litwin dalam (Hakim, 2017).

4. Tingkat penghasilan

Menurut Barros dalam (Hakim, 2017) bahwa penduduk yang lebih kaya kebanyakan membayar pengeluaran secara tunai dan jarang melakukan kerja fisik secara sendiri. Sementara penduduk yang berpenghasilan pas-pasan cenderung berpartisipasi dalam hal tenaga.

5. Mata pencaharian

Hal ini berkaitan dengan tingkat penghasilan seseorang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mata pencaharian dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Hal ini disebabkan pekerjaan akan berpengaruh terhadap waktu luang seseorang untuk terlibat dalam pembangunan, misalnya dalam hal menghadiri pertemuan, kerjabakti dan lain-lain

“Partisipasi masyarakat adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi” Isbandi dalam (Surat, 2020)

Partisipasi masyarakat melibatkan berbagai tahapan dalam proses pengelolaan masalah dan potensi di dalam masyarakat. Ini termasuk pengidentifikasian masalah dan potensi, pengambilan keputusan tentang solusi alternatif, implementasi upaya untuk mengatasi masalah tersebut, dan juga keterlibatan masyarakat dalam mengevaluasi dampak perubahan yang terjadi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merujuk pada urutan berpikir yang digunakan oleh peneliti sebagai panduan atau skema yang mendasari suatu penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan menguraikan pokok masalah yang menjadi fokus penelitian serta menyajikan dasar untuk mencari solusi terhadap masalah yang diidentifikasi. Peneliti membentuk kerangka pemikiran dengan mengacu pada teori-teori yang telah dikemukakan oleh para ahli yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat sebuah masalah yaitu tentang Strategi Komunikasi Program Rembug Bedas Sebagai Sarana Komunikasi Publik Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Bandung. Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Effendy.

”Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan” (Effendy, 2017).

Dari pernyataan tersebut, peneliti mengambil tiga kata kunci untuk dijadikan masalah dalam kerangka pemikiran, antara lain:

1. Perencanaan

Perencanaan dalam hal ini terkait dengan bagaimana pemerintah Kabupaten Bandung yang menyelenggarakan program Rembug Bedas sebagai sarana silaturahmi, menjaring aspirasi dan sebagai sarana komunikasi *public* yang disampaikan lewat forum dengan melibatkan kepala pemerintahan daerah dengan masyarakatnya secara langsung.

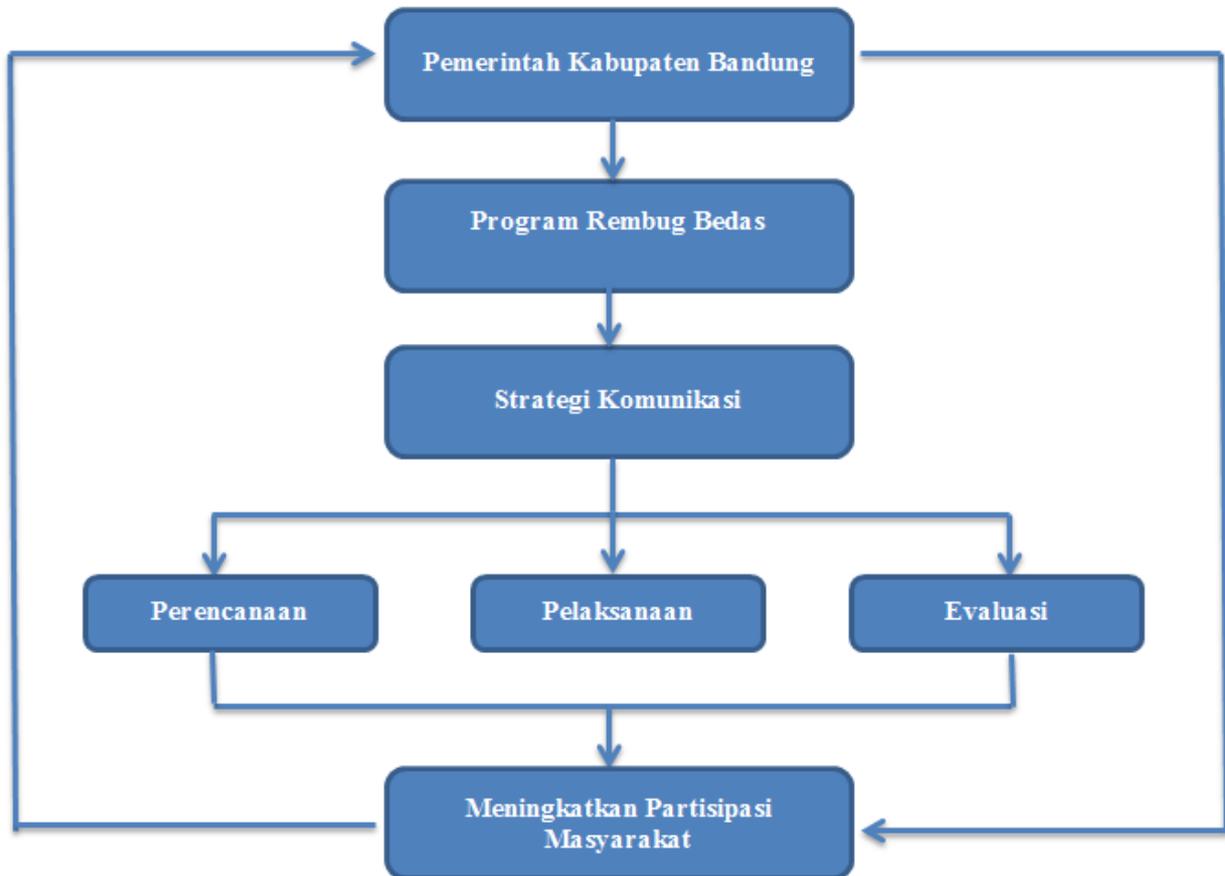
2. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan kegiatan meliputi menentukan, mengelompokan, mencapai tujuan, penugasan orang-orang dengan memperhatikan lingkungan fisik, sesuai dengan kewenangan yang dilimpahkan terhadap setiap individu untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Hal ini menyangkut proses penyampaian informasi, kejelasan informasi dan konsistensi informasi yang disampaikan.

3. Evaluasi

Evaluasi adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam rangka menilai suatu alat, metode, atau hasil kerja manusia, yang hasilnya menjadi parameter keputusan untuk kegiatan selanjutnya. Informasi yang dikumpulkan dari proses evaluasi dapat meningkatkan tingkat kinerja kegiatan yang sedang berlangsung, mendapatkan gangguan interupsi yang terjadi sedari awal hingga evaluasi, dan menyadari apa yang harus dilakukan ke depan untuk menghindari masalah dan terus tetap produktif.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2024