

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti mencari penelitian yang mempunyai kesamaan dan diangkat untuk mendukung proses penelitian

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Tinjauan penelitian merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti, melihat hasil karya ilmiah peneliti terdahulu dimana dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan peneliti pendukung penelitian tentunya dengan hasil karya ilmiah yang memiliki kesamaan dalam pembahasan.

Tabel 2.1.
Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama	Nazma Fitria	Aprilia Lianjani	Jofar Muliawan Putra
Judul	KOMUNIKASI PEMERINTAHAN DALAM MENCEGAH PENYEBARAN BERITA HOAKS KEPADA MASYARAKAT PROVINSI JAWA BARAT OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI JAWA BARAT	STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TANGGERANG SELATAN DALAM SESOSIALISASIKAN PROGRAM SMART CITY	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPIL KOTA BANDUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN APLIKASI SALAMAN KEPADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG

Nama	Nazma Fitria	Aprilia Lianjani	Jofar Muliawan Putra
Tahun	2020	2018	2020
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah	Universitas Komputer Indonesia
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil Penelitian ini menyatakan Penyebaran berita hoaks menjadi satu masalah berkelanjutan di Jawa Barat karena masih bertebaran berita hoaks dan aduan dari masyarakat terkait hoaks di Jawa Barat.	Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Pemerintah kota Tangerang Selatan melalui divisi smart city melakukan sosialisasi melewati lima tahap , yaitu penelitian , meninjau kembali program dan tahap perencanaan pemkot tangsel membuat perencaan strategi dengan unsur-unsur komunikasi.	Hasil Penelitian ini menyatakan menunjukan bahwa Disdukcapil Kota Bandung melakukan strategi komunikasi dengan menentukan Tujuan untuk menyampaikan pesan melalui sosialisasi tentang Aplikasi salaman kepada masyarakat Kota Bandung.
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini membahas Komunikasi Pemerintah dalam pencegahan penyebaran berita hoax kepada masyarakat Provinsi Jawa Barat oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat	Penelitian ini membahas tentang Strategi komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam sosialisasi smart city	Penelitian ini membahas tentang Strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bandung dalam mensosialisasikan aplikasi salaman kepada masyarakat Kota Kandung

Sumber Peneliti 2021

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas bahwa ada kesamaan dalam penelitian peneliti yaitu membahas komunikasi pemerintahan dan sosialisasi program dan gagasan, penelitian ini mempunyai perbedaan dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti membahas dan menganalisis bagaimana komunikasi yang di gunakan oleh pemerintahan dalam mensosialisasikan Kang Pisman di Kota Bandung.

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya sama. *Communico, communication* atau *communicare* yang artinya membuat sama (*make to common*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Komunikasi adalah sebuah aktivitas yang sangat berkaitan dengan hakekat manusia tidak bisa hidup sendiri.

Menurut Berger dan Chaffe dalam buku Rismawaty dan dkk yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi* menerangkan bahwa ilmu komunikasi adalah:

”Communication science seeks to understand the production processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing, and effect,” (ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem signal dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan yang berhubungan dengan produksi pemrosesan, dan efeknya) (Wiryanto dalam Rismawaty, Surya, Juliano, 2014:63).

Dalam pengertian diatas peneliti memahami bahwa Ilmu komunikasi itu merupakan proses penyampaian informasi dengan baik memiliki simbol dalam mengembangkan komunikasi dari hukum generalisasi dan menjelaskan hubungann

Ilmu Komunikasi di katakan bersifat interdisipliner yaitu memanfaatkan ilmu-ilmu lain yang berada dalam sebuah rumpun-rumpun ilmu sosial. Selain itu proses berkembangnya komunikasi memanfaatkan ilmu-ilmu yang berada ilmu alam/eksata yang bersifat terapan seperti model komunikasi Shannon-Weaver (Vardiansyah dalam Rismawaty, Surya, Juliano, 2014:62).

Dalam kutipan diatas menerangkan bahwa ilmu komunikasi itu bersifat interdisipliner yaitu memanfaatkan kajian ilmu-ilmu lain yang mempunyai kaitan dengan ilmu sosial dan juga perkembangan komunikasi yang berada dalam ruanglingkup ilmu alam yang bersifat terapan seperti model komunikasi *Shannon-Weaver*.

2.1.2.2 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Komunikasi dapat menyarankan suatu tindakan, pikiran, dan suatu makna atau menyampaikan pesan yang memiliki makna yang sama (Mulyana,2011:46).

Kutipan diatas menerangkan bahwa istilah komunikasi dalam bahasa inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio* yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, jadi komunikasi ini bisa memberikan sebuah tindakan tertentu, menyapaikan pikiran yang memiliki makna yang sama.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia, dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagai informasi

(*Information sharing*) untuk tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan (Stuart dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014:65).

Dalam dikutipan diatas menjelaskan bahwa komunikasi merupakan hal yang mendasar dalam suatu kehidupan manusia, komunikasi sendiri juga sudah menjadi fenomena dalam terbentuknya komunitas masyarakat yang integrasi oleh informasi yang di sampaikan oleh masyarakat itu sendiri seperti sharing dalam berbicara atau menyampaikan pesan yang memiliki kesamaan dalam tujuan bersama.

Definisi Komunikasi Menurut Hovland, Janis dan Kelly yang di kutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya *Perencanaan & Strategi Komunikasi sebagai berikut:*

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Kincaid dalam Cangara, 2017:36).

Komunikasi merupakan sebuah proses dua orang atau lebih melakukan sebuah interaksi dalam proses pertukaran informasi dengan satu sama lain. Dengan begitu komunikasi merupakan proses timbal balik berupa efek yang ditimbulkan setelah mendapatkan rangsangan melalui pesan atau informasi yang diberikan oleh komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan).

2.1.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses untuk menyampaikan sebuah persepsi di antara dua pihak yang mengadakan interaksi. Terdapat ada beberapa Unsur-unsur

komunikasi Menurut Cangara dalam Manap Solihat,dkk yang berjudul

Interpersonal Skill yaitu:

1. Sumber
Dalam komunikasi selalu melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim pesan/informasi.
2. Pesan
Pesan dalam komunikasi mempunyai peran penting dalam penyampaian kepada penerima pesan.
3. Media
Media yang di gunakan dalam memindahkan pesan dari sumber kepada penerima informasi.
4. Penerima
Penerima dalam hal ini sebagai pihak yang menjadi sasara pesan yang di kirimkan oleh sumber informasi.
5. Pengaruh
Pengaruh dalam hal ini adalah perbedaan dalam atau apa yang di lakukan penerima pada saat sesudah dan sebelum menerima sebuah pesan.
6. Tanggapan Balik
Hasil dari yang di sampaikan atau umpan balik adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima.
7. Lingkungan
Pengaruh dalam hal ini lingkungan merupakan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi jalanya sebuah komunikasi.
(Cangara dalam Solihat, Maulin, Solihin, 2015:12).

Dalam kutipan diatas menyampaikan ada 7 unsur komunikasi yang terdiri dari sumber adalah sebagai sumber dalam mendapatkan informasi, pesan ini merupakan cara dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan, media adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan informasi, penerima merupakan sasaran dalam menyampaikan pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan, pengaruh merupakan efek dari penyampaian informasi yang memiliki perbedaan dalam pikiran atau menggunakan alat bantu, tanggapan balik merupakan salah satu bentuk untuk mengetahui bagaimana pesan yang di sampaikan dapat di mengerti oleh penerima pesan atau tidak, dan lingkungan adalah

memiliki faktor penting dan mempunyai pengaruh dalam berjalan nya suatu komunikasi.

2.1.3. Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Kelangsungan hidup suatu organisasi bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan. Manusia dilihat sebagai pemroses informasi yang memberi respon terhadap informasi yang ditemukannya dalam lingkungan. Istilah suatu organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan.

Analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan diantara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama, yang memiliki jenis-jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka; yang pikiran keputusan, dan perilakunya diatur oleh kebijakan-kebijakan, regulasi dan aturan-aturan: yang mempunyai gaya berlainan dalam berkomunikasi, mengelola, dan memimpin; yang di motivasi oleh kemungkinan-kemungkinan yang berbeda; yang berada pada tahap perkembangan berlainan dalam berbagai kelompok; yang memperepi iklim komunikasi yang berbeda; yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dan tngkat kecukupan informasi yang berbeda; yang mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan; dan yang membutuhkan penggunaan tingkat materi dan energi yang berbeda untuk berkomunikasi efektif “*Interaksi di atara semua faktor tersebut dan mungkin lebih*

banyak lagi di sebut sistem komunikasi organisasi”(Pace dan Faules dalam Rismawaty,Surya,Juliano 2014:204)

Goldhabert berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah(Goldhabert dalam Rismawaty,Surya,Juliano 2014: 204).

Dalam kutipan diatas menerangkan bahwa komunikasi organisasi suatu cara dalam menciptakan pesan dalam sebuah perkumpulan yang memiliki tujuan yang sama yang saling bergantungansatu dengan lainnya untuk mengatasi lingkungan yang cenderung akan berubah keadaanya

2.1.3.2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Terdapat empat fungsi komunikasi organisasi menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi yaitu :

1. Fungsi Informatif

Komunikasi Organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi.memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas baik dari anggota organisasi di harapkan menjadi peluang besar dan mempermudah organisasi mencapai tujuan yang telah di tetapkan bersama.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif merupakan fungsi yang berhubungan dengan peraturan yang berlaku di dalam organisasi hal yang berperan dalam fungsi ini adalah atasan atau puncak pimpinan yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi dan bawahan membutuhkan kepastian tugas dalam batasan atas pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif dalam hal ini berkaitan dengan pimpinan mempengaruhi bawahannya dalam organisasi sehingga bawahan dapat bekerja dengan sukarela dan mengedepankan kepentingan organisasi.

4. Fungsi Intergratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.(Senjaya dalam Rismawaty,Surya,Juliano 2014:207).

Dalam kutipan diatas fungsi komunikasi organisasi ini ada 4 fungsi yang pertama fungsi informatif merupakan organisasi mempunyai kekuatan dalam pengelolaan informasi dengan sebanyak-banyaknya, fungsi regulatif merupakan fungsi yang berhubungan dengan aturan yang sudah dikesepakati oleh organisasi tersebut,fungsi persuasif merupakan memanfaatkan yang dimiliki oleh pemimpin organisasi untuk mendapatkan sebuah dukungan secara sukarela,fungsi intergratif bagaimana organisasi menyediakan saluran untuk memfasilitasi anggotanya demi menunjang kinerja.

2.1.3.3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi pada dasarnya memiliki tujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada dalam organisasi agar terwujudnya tujuan organisasi yang ditetapkan sebelumnya.Komunikasi Organisasi adalah suatu Disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat (Pace dan Faules dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014:203).

Komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dalam suatu lingkungan.

2.1.4. Tinjauan Strategi Komunikasi

2.1.4.1. Definisi Strategi Komunikasi

Komunikasi suatu cara untuk menghasilkan sebuah pencapaian yang di dasari oleh strategi berkomunikasi yang baik dan efisien dan dalam proses penerapannya secara meluas serta sesuai dengan sudah di tentukan tahapan-tahapan proses komunikasi.

Menurut Onong Ucjana Effendy dalam bukunya *Dimensi-Dimensi Komunikasi* mengatakan sebagai berikut: “Strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi(*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi(*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan (Effendy 1986:84)

Berdasarkan pengertian strategi komunikasi di atas komunikasi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan sehingga tujuan tersebut tercapai dengan tanpa adanya hambatan komunikasi

Secara Khusus strategi merupakan sebuah tindakan yang bersifat memberikan perubahan dan meningkatkan terus menerus dilakukan di dasari sudut pandang mengenai apa yang di harapkan ke depannya

Menurut Hafied Cangara dalam buku *Perencanaan & Strategi Komunikasi* mengatakan bahwa:

“Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tantara. Lalu muncul kata *strategos* yang memiliki arti pemimpin tantara pada tingkat atas. Jadi, strategi merupakan konsep militer yang bias diartikan sebagai seni perang para Jenderal (*The Art Of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan berbagai perang” (Cangara, 2017:64).

Dalam kutipan diatas menyatakan bahwa strategi adalah sebuah konsep yang sering digunakan dalam militer yang dapat di artikan memiliki makna seni perang para jendral dalam rancangan terbaik untuk mendapatkan apa yang menjadi tujuan utama.

Menurut pakar perencanaan komunikasi Middleton yang di kutip oleh Hafied Cangara dalam buku *Perencanaan & Strategi Komunikasi* mengatakan bahwa :

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

Strategi komunikasi merupakan gabungan dari element komunikasi yang terbaik mulai dari komunikator,pesan,saluran, penerima sampai ke pengaruh yang rencanakan komunikasi yang maksimal

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik oprasionalnya. Demikian dengan strategi komunikasi yang merupakan sebuah panduan untuk perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang telah di sepakati bersama.(Effendy,1981:84)

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam berkomunikasi dengan siapa dan mengatur komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah di rencanakan secara bersama-sama.

Sedangkan menurut Hafied Cangara ada lima tahap strategi dalam buku *perencana&strategi komunikasi* sebagai berikut :

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Perencanaan (*Plan*)
- c. Pelaksanaan (*execute*)
- d. Pengukuran/Evaluasi (*Measure*)
- e. Pelaporan (*report*)

Dalam pengertian di atas menjelaskan bahwa unruk mengetahui masalah yang di hadapi suatu lembaga (*research*), tindakan yang akan diambil setekah hasil penelitian di peroleh(*plan*),tindakan yang ambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah di buat(*execute*),tindakan yang dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksankan(*measure*),tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah di laksanakan(*report*).

Menurut Arifin mengungkapkan bahwa definsi strategi komunikasi dalam bukunya “*Strategi Komunikasi :sebuah pengantar Ringkas*” mengatakan bahwa :

“Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan guna mencapai tujuan, jadi merumuskan suatu strategi komunikasi bertarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang akan di hadapi dan yang akan dihadapi dimasa depan guna mencapai efektifitas”(Arifin, 1984:10).

Dari pengertian strategi komunikasi di atas adalah strategi komunikasi ini dapat di tempuh dengan beberapa cara dengan menggunakan komunikasi langsung untuk menciptakan perubahan dengan mudah dan cepat sehingga tindakan yang di lakukan sesuai dengan apa yang disepakati.

2.1.4.5. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R Wayne pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam Buku *techniques for effective communication* menyatakan bahwa tujuan sentral Strategi komunikasi adalah:

- 1) *To secure understanding*
- 2) *To establish acceptance*
- 3) *To Motivate Action*

Berdasarkan pengertian di atas adalah memastikan bahwa pesan di sampaikan oleh Komunikator dapat tersampaikan baik oleh komunikan (*to secure understanding*), komunikan di bina agar komunikan lebih memahami (*to establish acceptance*). Pada akhirnya didukung pelaksanaanya atau kegiatan di motivasikan (*to motivate action*). Dalam hal ini peran komunikan merupakan bagian penting dalam menggerakkan kemampuan untuk menyusun strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang sudah di tetapkan (Effendy,2019:32).

Strategi komunikasi bukan hanya proses pemikiran dalam merumuskan,mengevaluasi, tetapi ada hal-hal yang menjadi perhatian dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mendukung tujuan strategi komunikasi.

2.1.5 Tinjauan Komunikasi Pemerintah

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Pemerintahan

Secara etimologis Pemerintahan dari kata “pemerintah” dan “perintah” yang mempunyai arti yaitu menyuruh melakukan sesuatu pekerjaan. Namun tinjauan asal kata dari “pemerintahan” sebenarnya berasal dari bahasa inggris “*Government*” yang di terjemahkan sebagai “pemerintah” dan “pemerintahan” dalam banyak

tulisan. Namun ada pendapat dari para ahli bahwa “*Government*” tidak selalu memiliki makna pemerintahan, seperti menurut Samuel Edward Finer dalam buku Erliana Hasan yang berjudul *Komunikasi Pemerintahan* mengartikan bahwa *Government* adalah sebagai *Public Servant* yakni “pelayanan” dan memiliki arti sebagai berikut:

- 1) Pengertian *Government* menunjukkan kegiatan atau proses memerintah dalam melakukan kontrol atas pihak lain (*the activity or proses of governing*).
- 2) Pengertian *Government* menunjukkan kepada masalah-masalah negara dalam kegiatan.
- 3) Pengertian *Government* menunjukkan bagaimana cara, metoda, atau sistem yang berkaitan dengan masyarakat tertentu yang diperintah (*the manner, method or system by which a particular society is governed*). (Hasan, 2014:1)

Dari uraian di atas, peneliti memahami bahwa komunikasi pemerintahan menunjukkan bagaimana kegiatan atau proses memerintah dalam permasalahan negara yang di hadapi melalui cara, metoda, atau sistem yang berkaitan dengan masyarakat.

Pemerintah merupakan organisasi yang memiliki hak untuk melaksanakan tugas kewenangan yang berdaulat. Pemerintah dalam arti luas merupakan sesuatu yang lebih besar cangkupan dari suatu kementerian yang diberikan tanggung jawab untuk memelihara perdamaian dan keamanan negara.

Pemerintahan dalam arti sempit dipandang sebagai aktivitas dalam memerintah yang di lakukan oleh pemerintah (eksekutif saja) dan jajarannya untuk mencapai tujuan negara. Sedangkan Pemerintahan dalam arti luas adalah dapat di pandang sebagai aktivitas pemerintah di lakukan oleh organ-organ atau badan-badan.

Pemerintah sendiri memiliki kewajiban untuk membuah keputusan apa yang diinginkan oleh masyarakat yang sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku dalam negara, hal ini menjadi proses yang harus di lakukan demi menuju tujuan yang diinginkan.

Dari uraian teoritis komunikasi dan kajian teoritis pemerintahan yang diaplikasikan ke dalam pengertian komunikasi pemerintahan menurut Erliana Hasan dalam buku *Komunikasi Pemerintahan* sebagai berikut:

“Komunikasi Pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara(dalam hal ini pemerintah dapat di asumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, tetapi dalam suatu situasi tertentu posisi tersebut bisa berubah masyarakat menjadi menjadi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah sendiri sebagai posisi mencermati apa yang menjadi keinginan masyarakat)” (Hasan,2014:95).

Dalam kutipan diatas menerangkan bahwa komunikasi pemerintahan yaitu proses penyamapian ide,gagasan, dan program yang dimiliki oleh pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan yang sudah dikesepakati bersama dalam hal ini pemerintah sebagai komunikator yang menyampaikan pesan atau informasi dan masyarakat sebagai komunikan yang menerima pesan atau informasi,begitpun dengan sebaliknya masyarakat dalam hal ini bisa menjadi komunikator yang menyampaikan gagasan dan pemerintah sebagai komunikan yang menerima pesan dan mencermati apa yang menjadi keinginan masyarakat.

2.1.5.2 Karakteristik Komunikasi Pemerintahan

Pada umumnya hampir seluruh aparatur pemerintah memahami tentang komunikasi, namun tidak semua memahami betul bagaimana berkomunikasi yang

efektif, pada komunikasi informasi ide atau gagasan yang di sampaikan oleh pihak pertama bertujuan agar pihak kedua bisa memahami dan menangkap ide dan gagasan yang disampaikan sebagaimana oleh pihak pertama, Khusus nya dalam kegiatan penyelenggaraan pemerintah untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemerintah yang mencakup memberikan pelayanan ke masyarakat, pemberdayaan masyarakat, dan mencapai kesejahteraan masyarakat (Hasan,2014:96).

Kutipan diatas menerangkan karakteristik komunikasi pemerintahan yaitu pada umumnya aparatur pemerintahan pasti memahami bagaimana komunikasi tetapi tidak semuanya memahami bagaimana komunikasi yang efektif bila berhadapan dengan masyarakat, terutama penyampaian ide atau informasi yang di sampaikan pihak pertama yaitu pemerintah sendiri khusus nya dalam kegiatan penyelenggaraan pemerintah dan melaksanakan fungsi-fungsi pemerintah seperti memberikan pelayanan kepada masyarakat baik tertulis maupun tidak tertulis, pemberdayaan masyarakat, dan mencapai kesejahteraan masyarakat.

Tetapi kenyataan dilapangan memang banyak terjadi distorsi atau gangguan dalam memahami gagasan atau ide ketika berhadapan dengan masyarakat dan tidak jarang menimbulkan masalah bahkan dapat memunculkan konflik.

Berdasarkan wewenang dan posisi struktur organisasi pemerintah cenderung memberitahu (*telling*) bukan mendengar (*listening*), sebaliknya bawahan akan mengatakan kepada atasan mereka terhadap apa yang menjadi harapan mereka agar bisa didengar oleh atasan, jadi perbedaan antara komunikan dan komunikator menjadi hambatan dalam proses komunikasi yang efektif, oleh sebab itu dalam

menciptakan komunikasi yang efektif yang di kemukakan oleh Gibson dalam buku

Erliana Hasan yang berjudul *Komunikasi Pemerintahan* sebagai berikut:

- 1) Mengadakan tindakan langsung(*following up*)
- 2) Mengatur Arus Informasi (*regulating information flow*)
- 3) Memanfaatkan umpan balik (*utiling feedback*)
- 4) Penghayatan (*empathy*)
- 5) Pengulangan (*repetition*)
- 6) Mendorong saling mempercayai(*encouraging mutual trust*)
- 7) Penetapan waktu secara efektif (*effective timing*)
- 8) Menyederhanakan bahasa
- 9) Mendengarkan secara efektif
- 10)Memanfaatkan selentingan.
(Hasan,2014:101).

Dari uraian diatas peneliti memahami bahwa dalam menciptakan komunikasi yang efektif yaitu dengan mengadakan tindakan langsung, mengatur arus informasi, memanfaatkan umpan balik, penghayatan, pengulangan, mendorong saling mempercayai, penetapan waktu secara efektif, menyederhanakan bahasa, mendengarkan secara efektif, memanfaatkan selentingan.

Menurut Hovland, Janis dan Kelly yang kaji oleh Erliana Hasan dalam buku *Komunikasi Pemerintahan* mengatakan bahwa keberhasilan komunikasi dalam menyampaikan ide atau gagasan, program yaitu ditentukan oleh karakteristik komunikator dengan kemampuan seseorang dalam menyampaikan pesan atau informasi sebagai berikut:

- 1) Kredibilitas yaitu kepercayaan penerima pesan (komunikator) terhadap komunikan yang meliputi unsur-unsur keterampilan dan keahlian yang dimiliki komunikator untuk berkomunikasi (menyajikan isi pesan sesuai keahlian yang di miliki komunikan).
- 2) Daya tarik yaitu yang di miliki komunikator dalam penyampaian pesan yang mencakup daya tarik fisik dan daya tarik non-fisik.
- 3) *Power* yaitu kewenangan yang dimiliki komunikator dan atau kewenangan komunikan untuk memberikan *reward and punishment*(penghargaan dan hukuman) yang dianggap mampu membangkitkan motivasi di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

- 4) Eksistensi Komunikasi yaitu kemampuan mengemas dan menafsirkan pesan secara berkualitas, komprehensif, sistematis, dan logis sehingga isi pesan yang disampaikan mampu menggugah dan membangkitkan inspirasi kedua belah pihak yang berkomunikasi.
- 5) Setting Komunikasi yang kondusif (nyaman, menyenangkan dan menantang).
- 6) Mekanisme penyampaian pesan berkaitan dengan metode dan media yang sesuai dengan kemampuan dan kapasitas indera penerima pesan serta dan kondisi saat berkomunikasi.
(Hasan, 2014:12)

Dari uraian diatas peneliti dapat memahami bahwa pentingnya kemampuan komunikator dalam hal ini komunikasi pemerintah dalam menyampaikan ide-ide dan gagasan terhadap perilaku masyarakat. Agar sebuah komunikasi dapat berjalan dengan efektif untuk mengarahkan masyarakat kepada tujuan yang ditentukan oleh komunikator atau pemerintah harus memiliki kemampuan komunikasi persuasif yang baik. Komunikasi persuasif selain dapat dilakukan secara personal tetapi juga dapat diterapkan dalam media komunikasi seperti media yang dimanfaatkan pemerintah untuk menggiring opini masyarakat. Begitu pula dengan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah bukan hanya sekedar alat untuk menyampaikan pesan dan informasi saja tetapi komunikasi bisa menjadi sarana untuk menggabungkan aktivitas dalam bekerja, komunikasi pemerintahan dapat diukur keberhasilannya melalui karakteristik komunikator yaitu kredibilitas, daya tarik, *power*, eksistensi komunikasi, setting komunikasi kondusif, dan mekanisme penyampaian pesan.

2.1.5.3 Hambatan Komunikasi Pemerintah

Ketika berkomunikasi dilihat secara sekilas akan mudah tetapi kenyataannya dalam kondisi lapangan tidak terlepas dari berbagai gangguan dan kendala saat pelaksanaannya. Dalam proses penyampaian pesan berlangsung efektif serta mencapai tujuan komunikasi maka perlu pengertian dan kesepakatan bersama, Deddy Mulyana menyatakan bahwa komunikasi yang efektif yaitu sebagai berikut:

“Komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan persertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi) kesamaan dalam hal tertentu misalnya bahasa, tingkat pendidikan, ataupun tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik, sehingga komunikasi yang dilakukan bisa lebih efektif (Mulyana,2006:13).

Dari uraian diatas, peneliti dapat memahami bahwa dalam komunikasi untuk mendapatkan hasil sesuai harapan memiliki unsur kesamaan sehingga komunikasi yang dilakukan lebih efektif dan tepat sasaran.

Tidak mudah dalam melakukan komunikasi dengan efektif ada banyak faktor hambatan yang bisa merusak komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* ada beberapa hal yang menjadi hambatan komunikasi yang menjadi perhatian ketika komunikator ingin komunikasinya berjalan sesuai tujuan yaitu sebagai berikut:

1) Gangguan

Ada dua jenis gangguan yang menjadi penghambatan jalannya komunikasi yang efektif yaitu gangguan sematic dan gangguan mekanik. Gangguan sematic adalah gangguan yang disebabkan oleh bahasa terutama perbedaan dan pemahaman yang digunakan oleh komunikator atau komunikan sehingga menimbulkan ketidakselarasan dalam pesan yang disampaikan, sedangkan gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh sarana dalam komunikasi terutama yang menggunakan alat penggunaan media.

2) Kepentingan

Komunikator tidak memperhatikan kepentingan komunikan, hal ini dapat menimbulkan ketidak seimbangan antara komunikator dan komunikan.

3) Motivasi Terpendam

Motivasi merupakan salah satu faktor seseorang memiliki tujuan, keinginan, dan kebutuhan. Sehingga ketika berkomunikasi sesuai motivasi seorang komunikan maka proses komunikasi itu akan berjalan dengan efektif.

4) Prasangka

Apabila komunikan memiliki prasangka terhadap komunikator, maka kecurigaan komunikan kepada ke komunikator dapat menyebabkan hambatan dalam berkomunikasi. Selain itu adanya prasangka dan menentang kepada orang menyebabkan memperburuk keadaan, tetapi sebaliknya apabila komunikator mampu memberikan kesan baik kepada komunikan maka komunikasi bisa berjalan dengan efektif (Effendy,2003,45).

Dari uraian diatas peneliti dapat memahami bahwa ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam komunikasi pemerintahan yaitu yang pertama gangguan dimana gangguan fisik atau media yang digunakan, dan gangguan perbedaan bahasan dan pemahaman akan menghambat terjadinya komunikasi, begitu juga dengan perbedaan kepentingan, motivasi terpendam, dan yang terakhir prasangka. Jika masyarakat tidak memiliki kepercayaan dengan pemerintah dalam bentuk apapun.

2.1.6 Tinjauan Sosialisasi

2.1.2.4. Definisi Sosialisasi

Sosialisasi itu sendiri sangat penting keberadaannya , karena bila tidak ada sosialisasi maka dari itu dapat dipastikan apapun tujuan yang kita rencanakan untuk diri kita sendiri ataupun untuk orang lain tidak akan tercapai. Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan itu. Kemudian, Dalam kaitannya dengan kegiatan sosialisasi yang

dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk selalu memanfaatkan apa yang sudah sosialisasi..

Menurut Charlotte Buehler dalam buku *sosiologi memahami dan mengkaji masyarakat* mengatakan bahwa sosialisasi merupakan:

“Sosialisasi adalah proses membantu individu untuk belajar menyesuaikan diri tentang bagaimana cara hidup dan cara berfikir kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya” (Buehler dalam Murdiyatomoko, 2007:101).

Dari pengertian sosialisasi di atas menjelaskan bahwa sosialisasi proses individu belajar untuk bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar, sosialisasi sangat di perlukan sedak dini hingga dewasa karena menjadi hal mendasar yang di butuhkan dan memiliki kemungkinan individu senantiasa berpartisipasi secara maksimal dalam berkehidupan sosial bermasyarakat sosialisasi sendiri merupakan alasan utama dalam menyampaikan norma, nilai-nilai, dan peran yang di miliki manusia.

2.1.2.4.2 Tujuan Sosialisasi

Menurut Brunce J. Coben, dalam buku *sosiologi memahami dan mengkaji masyarakat* mengatakan bahwa empat tujuan pokok sosialisasi merupakan:

1. Individu harus diberi keterampilan yang di butuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
 2. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuan untuk membaca, menulis, dan berbicara.
 3. Pengendalian fungsi-fungsi organik harus di pelajari melalui latihan latihan mawas diri yang tepat
 4. Setiap individu harus dibiasakan dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat
- (Cohen dalam Murdiyatomoko ,2007:102).

Dalam kutipan diatas menerangkan bahwa ada empat point tujuan pokok sosialisasi seseorang harus diberikan keterampilan yang dibutuhkan dalam kehidupan di sosial masyarakat, individu dalam hal ini komunikator harus mampu berkomunikasi yang jelas dan efektif dalam kemampuan membaca, menulis dan berbicara di hadapan banyak orang, perlu latihan untuk melatih diri dalam nanti menyampaikan informasi, dan komunikator juga harus bisa menyesuaikan dengan kepercayaan yang ada di lingkungan masyarakat itu sendiri.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur peneliti yang di jadikan sebuah skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian, peneliti akan menjelaskan permasalahan penelitian yang di susun dengan cara menggabungkan teori dan masalah yang akan di bahas selama penelitian.

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang Komunikasi Pemerintah Kelurahan Pasteur melalui sosialisasi Program Kang Pisman ,dimana dalam hal ini sosialisasi sarana dalam penyampaian informasi dan edukasi dalam mengelola sampah di lingkungan masyarakat.

Maka dalam penelitian ingin mengetahui komunikasi Pemerintah kelurahan pasteur dalam yang di lakukan pada sosialisasi Program Kang Pisman kepada masyarakat untuk mengetahui bagaimana komunikasi Pemerintah tersebut.

Untuk menganalisis permasalahan peneliti menggunakan teori dari Erliana Hasan keberhasilan komunikasi pemerintahan ditentukan oleh karakteristik komunikator Sebagai berikut:

- 1) Kredibilitas
- 2) Daya Tarik

- 3) Power
- 4) Eksistensi komunikasi
- 5) Setting Komunikasi yang kondusif
- 6) Mekanisme penyampaian pesan

Melihat dari definisi diatas untuk melihat Komunikasi Pemerintahan Kelurahan Pasteur dalam sosialisasi Program Kang Pisman di Kota Bandung, peneliti memiliki fokus pada enam indikator yaitu:

- 1) Kredibilitas : Kepercayaan masyarakat terhadap Kelurahan Pasteur meliputi unsur-unsur keterampilan dan keahlian Kelurahan Pasteur untuk berkomunikasi dalam melakukan interaksi sesuai dengan keahliannya
- 2) Daya Tarik : Sesuatu yang di miliki Kelurahan Pasteur dalam menyampaikan pesan mencakup daya tarik fisik maupun non fisik
- 3) Power : Kewenangan yang dimiliki Kelurahan Pasteur untuk memberikan penghargaan dan hukuman dianggap mampu membangkitkan motivasi masyarakat untuk meningkatkan kepedulian lingkungan lewat Program Kang Pisman
- 4) Eksistensi Komunikasi: Kemampuan Kelurahan Pasteur dalam pengemasan pesan yang berkualitas dapat dikatakan pesan yang komprehensif, sistematis, dan logis. Sehingga isi pesan yang disampaikan Kelurahan Pasteur dalam sosialisasi program Kang Pisman mampu menyadarkan masyarakat untuk peduli lingkungan.
- 5) Setting Komunikasi Kondusif: Kelurahan Pasteur mampu menciptakan kondisi yang kondusif dan memiliki rencana kepada masyarakat untuk bisa ikut serta dalam program Kang Pisman.

- 6) Mekanisme penyapaian pesan: Sesuatu yang berkaitan dengan metode dan media apa yang digunakan oleh Kelurahan Pasteur dengan kemampuan dan kapasitas indera masyarakat serta situasi dan kondisi saat berkomunikasi dengan masyarakat.

Gambar 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran

