

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan suatu pembahasan yang didasarkan pada sumber referensi yang bertujuan untuk memperkuat materi pembahasan dan penelitian. Tinjauan pustaka merupakan salah satu metode pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara mempelajari buku atau referensi lainnya sebagai penunjang penelitian serta mempelajari informasi serta data tertulis yang diperlukan. (Maulin Melly et al., 2013).

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Sebagai dasar berpikir dan sebagai referensi Peneliti dalam menjalankan penelitian ini, maka peneliti memilih tiga penelitian sebelumnya yang dianggap relevan sebagai tinjauan pustaka. Dengan mengacu pada penelitian tersebut, peneliti melakukan studi pendahuluan dengan meninjau penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, yang membahas hal yang sama dan relevan dengan topik yang akan diteliti oleh Peneliti.

Berikut ini adalah tabel 2.1 dan Peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang penelitian yang sejenis.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
(Rino Adibowo, 2014)	Implementasi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (Studi di Desa Karangsong Kabupaten Indramayu Jawa Barat)	Jenis pada Penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan studi deskriptif	Kesimpulan singkat dari teks tersebut adalah bahwa pelaksanaan Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) di Kabupaten Indramayu melibatkan pemerintah daerah, dinas terkait, kalangan akademisi, dan kelompok masyarakat. Meskipun para pelaksana program belum maksimal dibandingkan dengan jumlah masyarakat pesisir, kerjasama dengan pihak lain diperlukan untuk memastikan PEMP berjalan dengan baik. Keterlibatan aparat pemerintah dinilai cukup baik, namun perlu memperjelas prosedur kerja dan program kerja PEMP di Dinas Perikanan dan Kelautan untuk memaksimalkan keberhasilannya. Tujuan utama PEMP adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir secara terpadu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian</li> <li>• Teori yang digunakan</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Dalam penelitian Rino Adibowo lebih fokus terhadap IMPLEMENTASI KEBIJAKAN.</li> </ul>

<p>(Yuni Mogot et al., 2022)</p>	<p>Gerakan Sosial Virtual Menyikapi Tragedi Kanjuruhan</p>	<p>Jenis pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan metode analisis isi</p>	<p>kemajuan teknologi digital telah mempengaruhi bentuk gerakan sosial, termasuk lahirnya gerakan sosial virtual. Tragedi Kanjuruhan memicu respons gerakan sosial virtual yang mendapat perhatian pemerintah Indonesia. Pemerintah merespons dengan membentuk tim gabungan untuk menyelidiki dan menetapkan tersangka atas kelalaian yang berkontribusi terhadap tragedi tersebut. Gerakan sosial virtual memberikan wadah bagi masyarakat untuk menyuarakan keprihatinan dan menuntut keadilan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Teori yang digunakan</li> <li>• Metode Penelitian</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Dalam penelitian Yuni Mogot, lebih fokus kepada Gerakan Sosial.</li> </ul>
<p>(Surya &amp; Maulin, 2015)</p>	<p>Eksistensi Cyber Unikom sebagai media informasi oleh Direktorat ICT &amp; Multimedia dalam penyampaian informasi kepada mahasiswanya.</p>	<p>Jenis pada Penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan studi deskriptif</p>	<p>Cyber Unikom efisien dalam memberikan informasi, meskipun perlu peningkatan dalam pembaruan informasi yang lebih teratur. Partisipasi pengelola dan pengguna Cyber Unikom dalam menyumbangkan tenaga, keterampilan, dan ide berperan penting dalam keberhasilan program tersebut. Kepercayaan timbal balik antara pimpinan Unikom dan pengelola Cyber</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Dalam penelitian ini lebih fokus kepada pembahasan mengenai Eksistensi Cyber Unikom sebagai media informasi.</li> </ul>

			Unikom terbangun, dan eksistensi Cyber Unikom sudah diakui dan diandalkan oleh pengguna.	
--	--	--	--	--

*Sumber: Peneliti, 2023*

## **2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi**

### **2.1.2.1 Pengertian Komunikasi**

Manusia selalu ingin berhubungan dengan manusia lainnya. menginginkan untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi di dalam dirinya. Keinginan untuk mengetahui ini mendorong manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi melibatkan pengungkapan diri dari individu dan penerimaan informasi dari orang lain. secara etimologis atau menurut asal katanya istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu communication dan perkataan ini bersumber pada kata communis. Arti communis di sini adalah sama dalam bahasa inggrisnya “commun”, andai kata Berkomunikasi menjadi (To communicate), ini berarti bahwa usaha untuk menimbulkan kesamaan makna mengenai sesuatu hal. Menurut Effendy dalam Rismawaty dkk, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang ditanyakan orang lain kepadanya maka komunikasi berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika ia tidak mengerti maka komunikasi tidak berlangsung dengan lain perkataan hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif (Rismawaty et al., 2014:65)

Sedangkan secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa

komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksud di sini adalah komunikasi manusia atau bahasa asing human communication yang sering kali pula disebut komunikasi sosial atau social communication. Menurut Carl I. Hovland dalam Rismawaty, Surya & Juliano

"komunikasi adalah proses yang terjalin antara seorang (komunikator) menyampaikan stimulus (dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak) (Rismawaty et al., 2014:67).

Pengertian komunikasi bersifat dasar. Dengan kata lain, komunikasi itu antara kedua belah pihak yang berhubungan sekurang-kurangnya harus mempunyai pemahaman yang sama. Dikatakan minim karena kegiatan komunikasi tidak hanya bersifat informatif, yaitu bagi orang lain untuk memahami dan diberitahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain siap menerima pemahaman atau keyakinan; melakukan suatu tindakan atau tugas dan lain-lain (Sumadiria, 2014:3).

#### **2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Untuk berkomunikasi dengan efektif, kita perlu menyadari bahwa kita memiliki perspektif yang berbeda dalam melihat segala sesuatu dan memanfaatkan pemahaman ini sebagai acuan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Menurut (Rismawaty et al., 2014:96) Penegasan Untuk melihat sebuah proses komunikasi secara lebih lengkap, seperti yang diungkapkan Lasswell yaitu komunikasi sebagai sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (source) kepada komunikan (receiver) melalui media yang menimbulkan efek tertentu, komponen komunikasi terdiri dari: Komunikator & Komunikan, Pesan, Media, Efek

Dalam komunikasi terdapat komunikator sebagai pembuat atau pengirim informasi yang terdiri dari satu orang, atau bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Komunikator harus mampu mengembangkan diri sebagai penyebar pesan, memanipulasi pesan, memilih media, menganalisis audiens agar pesan-pesan dapat memengaruhi khalayak. Pesan yang dimaksud adalah komposisi komunikasi yang disampaikan pengirim kepada penerimanya. Pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui jaringan komunikasi, seperti telepon, media cetak, radio, broadcast, dll. Isi pesan tersebut dapat berupa ilmu pengetahuan informasi, nasihat, hiburan dll. Komunikasi merupakan sasaran dari komunikasi karena berupa isi pesan picture yang disampaikan komunikator. Sedangkan efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan dirasakan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima.

### **2.1.2.3 Proses Komunikasi**

Kita biasa menerima komunikasi tanpa banyak berfikir karena sering melakukannya, namun sebenarnya ini melibatkan proses yang kompleks. Menurut Effendy, Proses komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder (Rismawaty et al., 2014:94).

#### **1. Proses komunikasi secara primer.**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam

proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non verbal (gestur, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Prosesnya, pertama-tama komunikator menyampaikan (encode) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menerjemahkan (decode) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (coding) adalah komunikator dapat menyandikan dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

## 2. Proses komunikasi secara sekunder

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 menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, 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) dan media nirmassa (telepon, surat). Pada

umumnya kalau kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas.

### **2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi**

#### **2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi sangat penting untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam komunikasi. Dengan merancang perencanaan yang tepat, diharapkan kita dapat mencapai tujuan kita dengan lebih efektif dan efisien, serta menemukan cara yang paling efisien dan tepat untuk mencapai pesan yang diinginkan. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang pada jenderal (The Art of General), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Menurut Middleton dalam Effendy. Jadi, strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan pengelolaan (management) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktek operasionalnya”. (Effendy, 2003:100). Menurut silvia dalam bukunya juga menyatakan bahwa strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah untuk mencapai tujuannya saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Silviani, 2021:22).

Menurut pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam buku Cangara yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyatakan:

*“Menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi yang sangat baik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran*



*(media), penerima, sampai pengaruh (efek) yang disusun sedemikian rupa untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal". (Cangara, 2013:61)*

Menurut Cangara dalam bukunya juga menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan, yakni: penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran (evaluasi), dan pelaporan". (Cangara, 2017:76) Oleh karena itu, tahapan strategi komunikasi meliputi lima tahapan, yaitu:

### **1. Penelitian (research)**

Tujuan dari penelitian (research) adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di dalam lembaga, mengumpulkan, menganalisis, dan menerjemahkan informasi atau data secara sistematis dalam memahami suatu fenomena.

### **2. Perencanaan (Plan)**

Perencanaan (plan) adalah prosedur yang dilakukan setelah menerima hasil penelitian (diagnosis). Terkait sumbernya darimana, medianya melalui apa saja, targetnya apa dan dampak yang di harapkannya seperti apa.

### **3. Pelaksanaan (Execute)**

Pelaksanaan (execute) merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengimplementasikan rencana komunikasi yang telah disusun. Terkait implementasi/penerapannya dan sarana yang menjadi alat untuk mencapai tujuan.

### **4. Pengukuran/evaluasi (Measure)**

Pengukuran/evaluasi (Measure) menunjukkan hasil akhir dari tindakan yang dilakukan. Misalnya apakah keabsahan sumber, data, media dan pelaksanaan yang digunakan dapat mencapai tujuan, dapatkah remaja memahami pesan yang disampaikan, dan berpengaruh terhadap perilaku remaja. Dari hasil tersebut adakah kebijakan yang ditetapkan. Apa tolak ukur yang menjadi perhitungan dan perbandingan.

### **5. Pelaporan (report)**

Pelaporan (report) adalah Hasil akhir dari tindakan yang sudah dilakukan bagaimana teknis pelaporannya dan ukuran dalam menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan atau pedoman terkait.

#### **2.1.3.2 Faktor Pendukung Strategi Komunikasi**

Membuat rencana komunikasi harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat. Berikut adalah beberapa elemen komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap elemen tersebut. (Effendy, 2003:35)

1. Mengenali sasaran komunikasi

Untuk mengenali sasaran komunikasi perlu disesuaikan dengan pengetahuan kita tentang individu yang terbentuk di dalam dirinya berdasarkan pengalaman, proses pendidikan, dan gaya hidup yang beragam pada tiap individu.

## 2. Faktor situasi dan kondisi

Memahami konteks komunikasi saat penerima pesan mengalami hambatan dalam menerima informasi yang disampaikan, mempersiapkan kalimat pendukung yang dapat digunakan untuk menambah kejelasan makna. sehingga komunikator perlu memahami situasi dan kondisi komunikasi agar pesan yang ingin disampaikan kepada target komunikasi dapat berhasil tersampaikan secara efektif.

## 3. Pemilihan media komunikasi

Setiap kondisi menunjukkan situasi khusus berdasarkan pesan, jenis informasi, dan tujuan komunikasi serta jumlah orang yang terlibat. Sebagai contoh, situasi yang memerlukan persetujuan. Pada situasi tersebut, pesan yang ingin disampaikan harus detail dan dalam bentuk diskusi yang bertujuan mencapai kesepakatan atau persetujuan yang melibatkan banyak orang. Oleh karena itu, media yang paling tepat harus dipilih agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. seperti menggunakan media cetak, telepon, email, zoom meeting, pertemuan, atau situs web.

#### 4. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Komunikasi memiliki pesan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini menentukan teknik yang harus digunakan. apakah menggunakan teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Peranan komunikator dalam komunikasi.

#### 5. Daya tarik sumber

daya tarik sumber merupakan kesan utama komunikan terhadap komunikator sebagai sumber, tahap awal dalam membentuk persepsi terhadap suatu bentuk komunikasi, dan memiliki peranan penting dalam membentuk minat audiens apakah membuat respon positif atau negatif dipengaruhi oleh pesan apa yang disampaikan.

#### 6. Kreadibilitas sumber

Komunikator perlu membangun kepercayaan atau persepsi positif yang baik dari masyarakat, berkaitan dengan reputasi, dan pengalaman seseorang dalam bidang yang digelutinya. Kredibilitas menjadi tolak ukur terkait bagaimana seseorang dapat dipercaya.

Yang harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh. Dalam menyusun strategi komunikasi, terdapat empat faktor penting yang harus diperhatikan. Antara lain:

1. Memahami audiens. Audiens yang aktif akan saling berhubungan dan mempengaruhi komunikator dan komunikan.
2. Menentukan pesan yang efektif dengan tema dan materi yang menarik perhatian audiens.

3. Menetapkan metode penyampaian atau kode yang sesuai dengan audiens, seperti metode redundansi dan canalizing, serta metode informatif, persuasif, edukatif, dan kursif.
4. Memilih media komunikasi yang tepat, tergantung pada tujuan, pesan, dan teknik yang digunakan. Setiap media memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing.

Secara umum, strategi komunikasi dilakukan melalui 10 tahapan yang harus diperhatikan dengan serius.:

1. Analisis program / Masalah
2. Analisis Situasi
3. Analisis Khalayak
4. Tujuan Komunikasi
5. Strategi Komunikasi
6. Perencanaan kegiatan pengembangan media
7. Produksi dan uji coba media
8. Penggunaan Media
9. Media monitoring dan sistem pengelolaan informasi
10. Evaluasi dan analisis masalah

Memahami strategi komunikasi serta lingkungannya akan membantu mencapai kesuksesan dalam program humas, pemasaran, atau kegiatan komunikasi di sebuah lembaga, perusahaan, atau organisasi, juga pada tingkat individu. Di Dinas Pengendalian Penduduk & Keluarga Berencana Kota Bandung, Strategi

komunikasi yang dilakukan oleh Duta Generasi Berencana yaitu melalui program sosialisasi dan pembinaan.

## **2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.**

### **2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi**

Mempelajari organisasi adalah mempelajari perilaku pengorganisasian, dan inti perilaku tersebut adalah komunikasi. Setelah mengetahui hakikat organisasi dan komunikasi, maka kita dapat melihat arah dan pendekatan yang ada pada komunikasi organisasi. menurut Pace dan Faules (2002) "Komunikasi organisasi lebih dari sekadar apa yang dilakukan orang-orang. Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat".

Menurut Goldhaber yang dikutip oleh Rismawaty, dkk dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi" berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. (Rismawaty et al., 2014:204).

### **2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi yaitu:

#### **1. Fungsi Informatif**

Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang

diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang di dalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

## 2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

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

## 3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

#### 4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Rismawaty et al., 2014:206).



### **2.1.4.3 Tujuan Komunikasi Organisasi**

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada di dalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli dalam Sinurat yang dikutip dari Rismawati, dkk, berikut ini:

1. Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertikal yang terdiri dari downward communication dan upward communication serta komunikasi horizontal (Rismawaty et al., 2014:206).

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya “Komunikasi Organisasi”, “tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan.” (Rismawaty et al., 2014:207).

Di dalam organisasi, mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan adalah tujuan strategi pada umumnya. Sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada digambarkan melalui strategi. sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Sumadiria menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu:

1. To secure understanding — memastikan pesan diterima oleh komunikan.
2. To establish acceptance — membina penerimaan pesan.
3. To motivate action — tindakan yang dimotivasikan (Sumadiria, 2014:5)

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Pada prinsipnya kerangka pemikiran cara berpikir peneliti, berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kerangka pemikiran dapat diakhiri dengan model kerangka berfikir yang menggambarkan alur pikir peneliti. Peneliti akan membahas kata kunci atau subfokus yang mewakili inti permasalahan pada penelitian ini.

Kerangka berpikir adalah penjelasan untuk menggambarkan semua gejala yang terjadi di dalam suatu penelitian untuk diselesaikan sesuai kriteria yang telah dibuat. Pembahasan pada penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Dinas Pengendali Penduduk Dan Keluarga Berencana (DPPKB) Di Kota Bandung.

Dalam kegiatan sehari-hari kehidupan manusia tidak terlepas dari yang namanya komunikasi dan proses perencanaan. Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan dan pengelolaan komunikasi agar komunikasi yang disampaikan efektif dan tepat sasaran, sama halnya seperti Kebijakan yang seharusnya keberadaannya ada sebelum strategi dilaksanakan, karena pada dasarnya kebijakan adalah Standar Operasional Prosedur (S.O.P), Strategi tidak akan berjalan dengan baik bila tidak ada kebijakan, karena tidak ada yang mengatur kewenangan hukum, politis dan finansial untuk melakukannya.

Tujuan dari kerangka berfikir disini yaitu untuk menggabungkan antara pokok permasalahan dalam penelitian dengan teori yang diambil, maka dari itu dalam penelitian ini saya mengambil teori dari cangara yang berpendapat bahwa strategi memiliki 5 tahapan yakni: penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran/evaluasi, dan pelaporan". Memilih teori tersebut karena lebih relevan

dengan permasalahan yang terjadi di Dinas Pengendali Penduduk dan Keluarga Berencana.

Maka peneliti menetapkan sub fokus peneliti untuk menganalisa fokus penelitian mengenai penjelasan setiap sub fokusnya, sebagai berikut:

### **1. Penelitian (research)**

penelitian merupakan survey untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di dalam Dinas Pengendali Penduduk dan Keluarga Berencana meliputi masalah terkini yang nyata terjadi pada remaja sekarang ini, mengumpulkan, menganalisis, dan menerjemahkan informasi atau data secara sistematis dalam memahami suatu fenomena. Dalam hal ini strategi komunikasi yang dilakukan DPPKB oleh duta GenRe untuk mencari tahu bagaimana proses lembaga dalam melakukan penelitian/survey untuk mengetahui permasalahan yang terjadi, dan alasan adanya organisasi GenRe ini apa dan mengapa dilakukan oleh Duta GenRe, bagaimana S.O.P dalam pelaksanaan strategi komunikasi.

### **2. Perencanaan (Plan)**

Perencanaan (plan) adalah prosedur yang dilakukan setelah menerima hasil penelitian (diagnosis). Terkait sumbernya darimana, medianya melalui apa saja, targetnya apa dan dampak yang di harapkannya seperti apa. Dalam hal ini strategi komunikasi yang dilakukan DPPKB oleh duta GenRe untuk mencari tahu Darimana Sumber yang diambil untuk melaksanakan strategi komunikasi ini, Bagaimana Pesan yang disampaikan oleh duta Generasi

berencana ini, melalui media apa saja, target sasarannya siapa, efek/dampak apa yang diharapkannya.

### **3. Pelaksanaan (Execute)**

Pelaksanaan (execute) merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengimplementasikan rencana komunikasi yang telah disusun. Terkait implementasi/penerapannya dan sarana yang menjadi alat untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini strategi komunikasi yang dilakukan DPPKB oleh duta GenRe untuk mencari tahu Bagaimana Tindakan yang dilakukan DPPKB dalam menjalankan strateginya dan bagaimana Implementasi yang dilakukan duta GenRe, Sarana implementasi yang disediakan apa saja, Apakah sudah cukup untuk melakukan proses pelaksanaannya.

### **4. Evaluasi (Measure)**

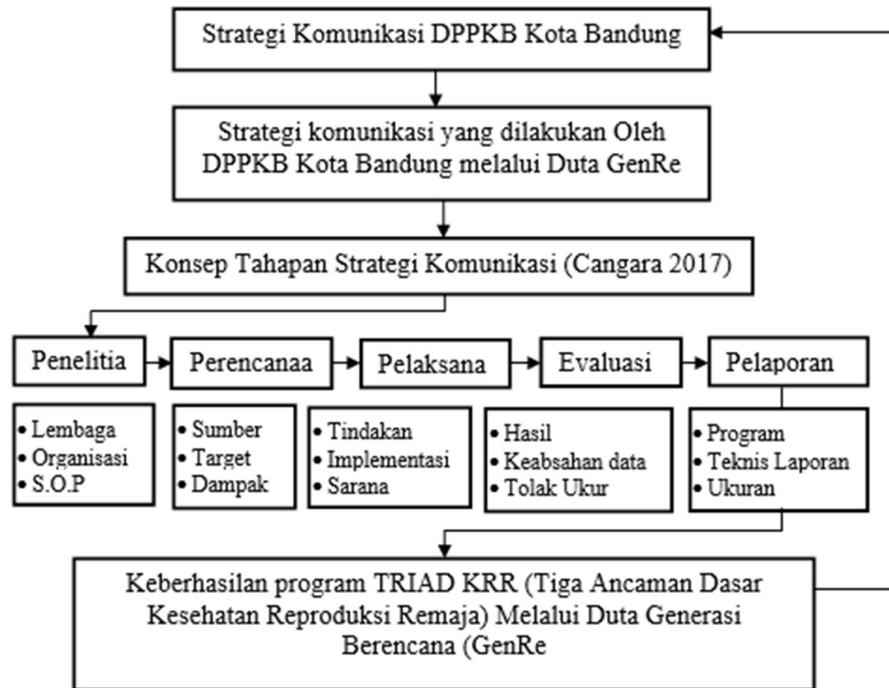
Pengukuran/evaluasi (Measure) menunjukkan hasil akhir dari tindakan yang dilakukan. Misalnya apakah keabsahan sumber, data, media dan pelaksanaan yang digunakan dapat mencapai tujuan, dapatkah remaja memahami pesan yang disampaikan, dan berpengaruh terhadap perilaku remaja. Dari hasil tersebut adakah kebijakan yang ditetapkan. Apa tolak ukur yang menjadi perhitungan dan perbandingan. Dalam hal ini strategi komunikasi yang dilakukan DPPKB oleh duta GenRe untuk mencari tahu bagaimana Hasil akhirnya setelah menjalankan Strategi komunikasinya, Keabsahan datanya apakah sudah pakai itu sudah valid atau reliabel dan apa tolak ukur DPPKB dalam menjalankan Strategi komunikasi ini.

### **5. Pelaporan (report)**

Pelaporan (report) adalah Hasil akhir dari tindakan yang sudah dilakukan bagaimana teknis pelaporannya dan ukuran dalam menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan atau pedoman terkait. Dalam hal ini strategi komunikasi yang dilakukan DPPKB oleh duta GenRe untuk mencari tahu Apakah setiap program yang dilaksanakan dilaporkan ke pusat, bagaimana teknis pelaporannya dan ukurannya dalam menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan atau pedoman terkait.

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 20223

