

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra Lembaga di Kalangan Pelapor (Studi Kualitatif Deskriptif di Pengadilan Negeri Bandung Kelas IA Khusus).”

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi, peneliti mencarinya dengan menggunakan penelusuran data online (*internet*), dan memahami keterangannya.

Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang peneliti temukan, yang membahas mengenai Strategi Komunikasi :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ema Noviana (2022) Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Strategi Komunikasi Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Pada Masyarakat	Pendekatan Penelitian Kualitatif.	Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang dalam meningkatkan citra yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja, citra perusahaan ini terbentuk oleh sebuah strategi. Sebagai	Penelitian Ema Noviana meneliti Strategi Komunikasi Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Pada Masyarakat, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi Bagian Pelayanan terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui

				contoh, dalam pelayanannya lebih cepat memberikan informasi terupdate dan cepat. Serta selalu memberikan solusi dalam pelayanannya	Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra di Kalangan Pelapor
2.	Aldo Khansa Surya Alfattah (2022) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara	Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif	Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara dilakukan dengan menggunakan Komunikasi Pemasaran. Hal tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik mengenai kegiatan serta kebijakan-kebijakan yang harus diinformasikan kepada publik.	Penelitian Aldo Surya Alfattah meneliti tentang Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra Lembaga di Kalangan Pelapor.
3.	Assoc. Prof. Dr. Melly Maulin Purwaningulan, S.Sos., M.Si. (2020) Universitas Komputer Indonesia	Implementasi Komunikasi Pemasaran Syariah Pada E-Commerce Fashion Muslim di Indonesia.	Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian membuktikan bahwa transaksi e-commerce mengikuti akad jual beli secara umum dalam hukum Islam. Idealnya, proses implementasi mencakup empat karakteristik pemasaran syariah, yaitu Teistis (Al-Rabbaniyah), Etis (Al-Akhlaqiyah), Realistis (Al-Waqiah), dan Humanistis (Al-Insaniyah).	Penelitian Assoc. Prof. Dr. Melly Maulin Purwaningulan, S.Sos., M.Si. meneliti tentang Implementasi Komunikasi Pemasaran Syariah Pada E-Commerce Fashion Muslim di Indonesia., sedangkan penelitian peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra Lembaga di Kalangan Pelapor.
4.	Dr. H. Eddy Syarif, M.Si. (2019) Universitas Komputer Indonesia	Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap dan Pendapat Pemuda	Metode Penelitian Kuantitatif	Aspek Afektif berhubungan dengan emosional seseorang tidak menunjukkan pengaruh, begitu pula	Dr. H. Eddy Syarif, M.Si. meneliti tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap dan Pendapat Pemuda

		Mengenai Ujaran Kebencian		aspek konatif dari sikap ujaran kebencian tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung dalam munculnya pengaruh pada sikap ujaran kebencian. Begitu pula pendapat pemuda sangat tidak baik terhadap ujaran kebencian di media sosial	Mengenai Ujaran Kebencian, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra Lembaga di Kalangan Pelapor.
--	--	---------------------------	--	---	--

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti 2023

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Di dalam buku Komunikasi Politik menyatakan bahwa kata komunikasi atau *communication* berasal dari Bahasa Latin, *communis*. Kata ini mengandung arti yang sama dengan kata *communico*, *communication*, atau *communicare*, yaitu menciptakan makna yang sama. Artinya komunikasi menyorankan pikiran, makna, atau pesan dipahami secara sama. Pendapat lain oleh Agus M. Hardjana tentang komunikasi yaitu “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan” (Ryan et al., 2013). Andrew E. Sikula (Mangkunegara, 2015:145) mendefinisikan komunikasi “Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain” (Ryan et al., 2013).

Komunikasi secara umum adalah proses pembentukan, pengiriman, penerimaan, dan pemrosesan pesan yang muncul secara langsung dan/atau antara

dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi memberikan pengertian dasar bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam keitannya dengan pembuatan, pengiriman, penerimaan, dan pemrosesan pesan. Setiap media dengan demikian memenuhi empat fungsi :

1. Membuat
2. Mengirim
3. Menerima
4. Memproses pesan.

Empat Tindakan ini biasanya terjadi satu demi satu. Mengedit pesan berarti membuat suatu gagasan atau pemikiran. Ini terjadi dalam pikiran orang tersebut selama proses berlangsung sebagai sistem saraf. Pesan yang dihasilkan kemudian dikirim ke alamat lain baik secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Di dalam buku Pengantar ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communication*) oleh **Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano P.** (2014 : 96-126) Menyatakan bahwa untuk melihat sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) mealui media yang menimbulkan efek tertentu memiliki 4 (unsur) sebagai berikut:

1. Komunikator dan Komunikan

Istilah Komunikator dan Komunikan merupakan istilah umum yang digunakan dalam setiap kegiatan komunikasi. Menurut Hardiansyah (2015), komunikator adalah tindakan seseorang atau satu pihak dalam mengirim atau menyampaikan pesan dalam proses komunikasi (Mathematics, 2016).

2. Pesan

Pesan (*message*) terdiri atas dua aspek, yaitu isi pesan dan simbol yang digunakan untuk mengungkapkannya. Simbol utama komunikasi biasanya Bahasa, karena Bahasa dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan pendapat, hal-hal konkret dan abstrak, pengalaman masa lalu dan masa depan, dll. (Suryanto, 2015). Makna pesan tersebut meliputi dua hal pokok, yaitu :

- a. *Content Meaning*, adalah makna literal dari pesan, yang sering diterjemahkan secara verbal. Makna ini mudah dipahami karena pesan antara pengirim dan penerima selalu diucapkan dalam bahasa yang sama.
- b. *Relationship Meaning*, adalah makna pesan yang harus dipahami secara emosional (konotasi). Pesan yang dikirim atau diterima hanya dipahami oleh pihak yang sudah menjalin hubungan tertentu.

Sebuah pesan yang diteruskan, dinyatakan sah jika memenuhi persyaratan, yaitu :

- a. Dipikirkan dengan baik dan berdasarkan kebutuhan.
- b. Dapat menggunakan bahasa yang dimengerti oleh kedua belah pihak
- c. Memenuhi kepentingan dan kebutuhan penerima dan mengarah pada kepuasan.

3. Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi. Komunikasi jarang terjadi melalui satu saluran, manusia dapat menggunakan dua atau

tiga saluran sekaligus. Misalnya, dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengar (saluran audio), tetapi manusia juga memberikan sinyal fisik dan menerima isyarat visual (saluran visual). Manusia juga mengantisipasi dan mencium bau (saluran penciuman) dan sering menyentuh dan bahkan berkomunikasi (saluran taktil).

Menurut (Fatria, 2017:136) media adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan pesan dan dapat merangsang pikiran, dapat membangkitkan semangat, perhatian dan kemauan siswa sehingga dapat mendorong terjadinya proses pembelajaran pada siswa (Widhianto, 2021).

4. Efek

Komunikasi selalu mempengaruhi satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Setiap Tindakan komunikatif selalu memiliki konsekuensi. *Pertama*, komunikator/mediator dapat memperoleh informasi atau belajar menganalisis, mensintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. *Kedua*, komunikator/komunikan memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi, dan perasaan, hal tersebut merupakan dampak afektif. *Ketiga*, komunikator/komunikan dapat mempelajari cara atau gerakan baru, seperti melempar bola atau sasaran, serta perilaku verbal dan nonverbal yang benar, ini merupakan efek atau pengaruh psikomotorik.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Mengutip dari buku Pengantar ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communication*) oleh **Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano P.** (2014 : 93-96) disebutkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses. Dalam setiap proses komunikasi, setidaknya melibatkan beberapa komponen komunikasi. Laswell dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi primer dan sekunder.

1. Proses Komunikasi Primer

Secara harfiah, Effendy (1994:11-19) mendeskripsikan bahwa proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.

Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di

tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Proses komunikasi secara sekunder diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb).

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Pengertian Fungsi dalam Kamus Lengkap bahasa Indonesia berarti kegunaan suatu hal, daya guna serta pekerjaan yang dilakukan. Adapun pendapat lain yang menyatakan pengertian fungsi oleh The Liang Gie dalam Zainal (2013) adalah sekelompok aktivitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifatnya, pelaksanaan ataupun pertimbangan lainnya. Fungsi komunikasi secara garis besar adalah menyampaikan informasi yang paling penting untuk mendidik, menghibur, dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku orang lain untuk bertindak. Menurut Suharno (2016:33-37) terdapat lima fungsi dari komunikasi, yaitu :

1. Menyampaikan Informasi (*to Inform*)

Dapat dikatakan bahwa fungsi utama komunikasi adalah penyampaian pesan dan informasi.

2. Mendidik (*to Educate*)

Idealnya, informasi yang disampaikan kepada komunikan, khususnya dalam komunikasi massa harus mengedepankan aspek pendidikan.

3. Menghibur (*to Entertain*)

Selain kelebihan dan kekurangan, hiburan yang sehat dan tidak sehat, jelas bahwa informasi itu sendiri yang dikemas dalam komunikasi massa memiliki misi dan tujuan yang menghibur.

4. Pengawasan (*Surveillance*)

Komunikasi, baik massa maupun antar manusia pada dasarnya memiliki fungsi kontrol.

5. Memengaruhi (*to Influence*)

Dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan pada hakikatnya bertujuan untuk memengaruhi komunikan.

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Menurut (Firmansyah, 2020) komunikasi dapat dipahami dengan menggunakan unsur pokoknya, yaitu komunikasi “Jika digabungkan komunikasi mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran strategi komunikasi (Allisya, 2020). Tujuan adalah hal-hal yang dapat dicapai yang dapat dibagi menjadi tujuan jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Tujuannya adalah untuk menerjemahkan visi dan misi dan apa yang dicapai atau dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan. Sasaran adalah ukuran kuantitatif yang mengukur keberhasilan hasil perusahaan berdasarkan kesimpulan. Tujuan berbeda dengan sasaran. Tujuan adalah suatu target yang ingin dicapai di masa yang akan datang juga dengan waktu yang telah ditentukan yang dicapai melalui berbagai upaya untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sasaran adalah penjelasan untuk menetapkan tujuan, tetapi tentang apa yang akan dicapai atau dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Terdapat beberapa pengertian tujuan yang dijabarkan oleh para ahli diantaranya yakni :

1. Ken Mcelroy

Menurutnya, definisi tujuan adalah langkah pertama dalam proses mencapai kesuksesan dan tujuan juga merupakan kunci mencapai kesuksesan.

2. Tommy Suprpto

Definisi tujuan merupakan realisasi dari misi yang spesifik dan dapat dilakukan dalam jangka pendek. Tujuan merupakan pernyataan tentang keadaan yang diinginkan di mana organisasi atau perusahaan bermaksud untuk mewujudkannya.

3. H.R. Daeng Naja

Tujuan adalah misi sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa yang akan datang dan manajer bertugas mengarahkan jalannya organisasi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

Biasanya istilah strategi sering dipergunakan dalam perang untuk memenangkan pertempuran dengan lawannya, namun kali ini strategi juga dipergunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya atau dalam upaya untuk melayani para konsumen dengan pelayanan yang maksimal. Perencanaan atau strategi lebih cenderung didekati melalui sebuah konsep manajemen. Menurut (Cangara, 2013:22) Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada

untuk mencapai tujuan tertentu. Definisi strategi komunikasi selanjutnya akan dijabarkan oleh beberapa ahli sebagai berikut :

1. Tarone

Tarone mengklaim bahwa strategi komunikasi adalah upaya bersama yang dilakukan oleh dua lawan bicara untuk menyepakati makna.

2. Richard Dimbabley dan Graeme Burton

Mereka berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah bagian pendek dari asal mula sikap atau hubungan komunikasi. hal tersebut melibatkan penggunaan komunikasi verbal dan non-verbal yang disengaja untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

3. Onong Uchjana Effendy

Strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus mampu menjelaskan dan mengarahkan secara taktis apa yang perlu dilakukan.

4. Middleton

Middleton dalam (Cangara, 2013:61), mendefinisikan strategi komunikasi sebagai seni manajemen komunikasi yang berarti kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau dampak yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

2.1.3.1 Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Adapun Langkah-langkah Strategi Komunikasi menurut Anwar Arifin (2010:59-78) dalam bukunya yang berjudul “Strategi Komunikasi” adalah sebagai berikut :

1. Menenal Khalayak
2. Menyusun Pesan
3. Menetapkan Metode, dan
4. Seleksi Pengguna Media

Pemilihan Strategi menurut Arifin (2010) dibagi ke dalam beberapa bagian, yakni:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah salah satu bagian dari proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai kemudian langkah-langkah apa saja yang harus diambil untuk mencapainya. Melalui perencanaan, pihak lembaga dapat mewujudkan citra yang baik dengan perencanaan yang matang.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian mencakup pembagian tugas agar pengaturan kegiatan dapat terkoordinasi untuk menetapkan sebuah rencana. Fungsi organisasi meliputi pembagian tugas yang terpisah untuk masing-masing pihak, membentuk bagian-bagian, mendelegasikan dan membuat izin sistem komunikasi.

3. Penyusunan Staff (*Staffing*)

Penyusunan staff diperlukan agar pelayanan pengaduan berbagai jenis yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan bidang-bidangnya.

4. Pengarahan (*Leading*), dan

Pengarahan diperlukan untuk memberikan semangat dan membimbing agar terjalinnya komunikasi yang baik antara pihak lembaga dengan masyarakat pelapor (masyarakat yang membutuhkan layanan pengaduan).

5. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan mencakup suatu standar kualitas atau kuantitas hasil kerja, baik berupa produk atau jasa yang diberikan sebuah lembaga untuk mencapai sebuah tujuan.

2.1.4 Tinjauan Mengenai Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP)

Pada Tanggal 27 April 2018, Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus menjadi ikon PTSP dengan diresmikannya Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) wilayah Pengadilan Tinggi Jawa Barat oleh Direktur Jendral Badan Peradilan Umum Mahkamah Agung RI di Kantor Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus.

Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus memiliki 7 meja pelayanan terpadu yang terdiri dari :

1. Pidana
2. Perdata

3. Pengadilan Hubungan Industrial
4. Tindak Pidana Korupsi
5. Hukum
6. Tata usaha Persuratan
7. Pojok E-Court

Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus Nomor : W10/U1/4521/KP.04.4/VI/2021 tanggal 7 Juni 2021 tentang pedoman Standar Pelayanan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) pada Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus. Terdapat beberapa jenis layanan peradilan yang masuk ruang lingkup Pelayanan Terpadu Satu Pintu, meliputi :

1. Kepaniteraan Pidana

- a. Penerimaan pelimpahan berkas perkara pidana biasa, singkat, cepat dan ringan/lalu lintas dari Penuntut Umum/Penyidik.
- b. Pendaftaran permohonan praperadilan.
- c. Penerimaan permohonan perlawanan, banding, kasasi, peninjauan kembali dan grasi, dan lain-lain.

2. Kepaniteraan Perdata

- a. Pendaftaran perkara gugatan biasa.
- b. Pendaftaran perkara gugatan sederhana.
- c. Pendaftaran perkara perlawanan/bantahan.
- d. Pendaftaran perkara permohonan, dan lain-lain.

3. Kepaniteraan Pengadilan Hubungan Industrial (PHI)

- a. Pendaftaran perkara gugatan
- b. Permohonan dan pengambilan turunan putusan
- c. Penerimaan permohonan sumpah atas ditemukannya bukti baru dalam permohonan peninjauan kembali, dan lain-lain.

4. Kepaniteraan Tindak Pidana Korupsi (TiPiKor)

- a. Penerimaan pelimpahan berkas perkara Tindak Pidana Korupsi dari Penuntut Umum.
- b. Penerimaan permohonan perlawanan, banding, kasasi, peninjauan kembali dan grasi.
- c. Penerimaan memori/kontra memori perlawanan, banding, kasasi dan peninjauan kembali, dan lain-lain.

5. Kepaniteraan Hukum

- a. Permohonan pendaftaran legalisasi akta kelahiran.
- b. Permohonan legalisasi surat.
- c. Permohonan pendaftaran utang tak tertagih.
- d. Layanan pengaduan/SIWAS-MARI

2.1.5 Tinjauan Mengenai Pelayanan Pengaduan

Mengutip dari situs resmi Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus, Sesuai dengan Surat Keputusan Ketua Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor : 076/KMA/SK/VI/2009, dijelaskan tentang Syarat dan Tata cara Pengaduan, yakni :

1. Disampaikan Secara Tertulis

- a. Pengaduan hanya dapat diterima dan ditangani oleh Mahkamah Agung, Pengadilan Tingkat Banding dan Pengadilan Tingkat Pertama apabila disampaikan secara tertulis oleh pelapor
- b. Pelapor dianjurkan untuk menggunakan formulir khusus untuk menyampaikan pengaduannya, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik di situs resmi Mahkamah Agung. Meskipun demikian, pengaduan yang tidak menggunakan formulir khusus tersebut tetap akan diterima dan dapat ditindaklanjuti.
- c. Dalam hal pelapor kesulitan untuk membaca dan menulis, petugas Mahkamah Agung atau Pengadilan akan membantu menuangkan pengaduan yang ingin disampaikan Pelapor secara tertulis dalam formulir Khusus Pengaduan.

2. Menyebutkan Informasi Yang Jelas

- a. Untuk mempermudah penanganan dan tindak lanjut terhadap pengaduan yang disampaikan, pelapor diharapkan dapat menyebutkan secara jelas informasi mengenai :
 - 1) Identitas aparat yang dilaporkan, termasuk jabatan, serta satuan kerja atau pengadilan tempat Terlapor bertugas.
 - 2) Perbuatan yang dilaporkan.
 - 3) Nomor perkara, apabila perbuatan yang diadukan berkaitan dengan pemeriksaan suatu perkara, dan

- 4) Menyertakan bukti atau keterangan yang dapat mendukung pengaduan yang disampaikan. Bukti atau keterangan ini termasuk nama, alamat dan nomor kontak pihak lain yang dapat dimintai keterangan lebih lanjut untuk memperkuat pengaduan Pelapor.
- b. Pelapor sedapat mungkin diharuskan untuk mencantumkan identitasnya. Namun demikian selama informasi dalam pengaduan yang disampaikan benar dan memiliki dasar yang kuat, pengaduan yang tidak mencantumkan identitas akan tetap ditindaklanjuti oleh Mahkamah Agung.

3. Tata Cara Pengiriman

- a. Pengaduan ditujukan kepada :
 - 1) Ketua atau Wakil Ketua pada Pengadilan Tingkat Pertama atau Pengadilan Tingkat Banding di mana Terlapor bertugas, atau
 - 2) Ketua Wakil Ketua Mahkamah Agung Bidang Non Yudisial, atau Ketua Muda Pengawasan Dengan Tembusan kepada Kepala Badan Pengawasan
- b. Apabila pengaduan dikirimkan melalui pos dalam amplop tertutup, maka harus disebutkan secara jelas bahwa isi amplop tersebut adalah pengaduan dengan menuliskan kata “PENGADUAN Pada Pengadilan” pada bagian kiri atas muka amplop tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikiran pada dasarnya adalah garis penalaran yang digunakan untuk memberikan jawaban tentative terhadap berbagai masalah yang dirumuskan. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian, secara teoritis dan konseptual sebagai berikut :

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini didasari pada pemikiran kerangka teoritis, adapun fokus dari judul penelitian ini adalah strategi komunikasi, Strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi, biasanya dengan cara memanipulasi dan memberikan dorongan sikap defensif. Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu (Rohmah, 2018).

Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara (2013: 61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Menurut Arifin (2010: 10) Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti

dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan seleksi pengguna media. Arifin (2010:79) membagi strategi ke dalam beberapa bagian yaitu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf pengarah dan pengawasan.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran teoritis diatas digunakan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu mengenai Strategi Komunikasi Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Melalui Pelayanan Pengaduan Dalam Mempertahankan Citra Lembaga di Kalangan Pelapor.

Dalam penelitian ini, strategi sebagai fokus dalam penelitian ini menjelaskan sub fokus mengenai tahapan strategi komunikasi yaitu perencanaan, pengorganisasian, sampai pengawasan. Penentuan sub fokus penelitian ini didasarkan pada tujuan yang ingin peneliti capai. Sub-sub fokus yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan oleh Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Pengadilan Negeri Bandung Kelas 1A Khusus yaitu dengan mengamati terlebih dahulu bagaimana respons pelapor tentang pelayanan pengaduan yang kemudian disusun sebuah rencana strategi yang tepat dalam Pelayanan Pengaduan.

2. Pengorganisasian

Setelah merencanakan strategi yang tepat, langkah selanjutnya adalah pengorganisasian dari perencanaan strategi yang telah dibuat. Pengorganisasian Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dilakukan agar semua strategi yang telah direncanakan dapat berjalan dengan baik dan sesuai jalurnya. Pengorganisasian dilakukan dengan cara menentukan pihak mana saja yang dapat ditempatkan di PTSP sesuai dengan jenis pelayanannya masing-masing.

3. Penyusunan Staff

Pada Proses ini, telah disepakati orang-orang / pihak yang tepat yang akan ditempatkan di Bagian Pelayanan Terpadu Satu Pintu khususnya dalam menangani pengaduan. Orang-orang yang bertugas di bagian pengaduan tentunya harus orang-orang yang dapat menangani pengaduan secara baik dan benar. Tidak memberikan informasi yang fiktif.

4. Pengarahan

Tahap ini dilakukan agar orang-orang / pihak yang telah ditetapkan strukturnya di PTSP dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan aturan yang berlaku. Pengarahan merupakan hal yang sangat penting dalam melayani Pengaduan, apabila pengarahannya tidak tepat, maka akan berakibat fatal bagi kedua belah pihak.

5. Pengawasan

Setelah pengarahan dilakukan, pengawasan menjadi tahap selanjutnya untuk memantau apakah pengarahan yang diberikan kepada staff PTSP berjalan sesuai rencana atau tidak.

Gambar 2. 1
Alur Pemikiran



(Sumber, Hasil Olah Data Peneliti 2023)