

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat dalam kajian penelitian ini dapat menggunakan penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pembanding, dan pelengkap dalam penyusunan Skripsi ini hingga lebih memadai. Serta berharap pada penelitian terdahulu dapat berguna untuk memberi gambaran awal mengenai kajian terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Setelah peneliti melakukan pengkajian terhadap penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai komunikasi organisasi dan strategi komunikasi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Teti Apriyanti. Sekolah Tinggi Agama Islam Al- Aulia Bogor. 2021	Strategi Komunikasi Guru Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa	Metode pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian kepastakaan.	Strategi komunikasi yang digunakan guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa adalah dengan komunikasi antarpribadi ( <i>interpersonal communication</i> ) dan komunikasi kelompok ( <i>group communication</i> ) dengan sifat komunikasi tatap muka ( <i>face to face communication</i> )	Penelitian fokus pada objek pembahasan condong kepada guru.

2.	Faisal Hamzah Lubis, Fadhil Pahlevi Hidayat, dan Sigit Hardiyanto. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara	Strategi Komunikasi Organisasi PKIMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19	Metode pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.	Hasil penelitian yang diperoleh adalah terdapat perubahan system dalam menjalankan program kerja dimasa Covid-19 dengan dua sistem yakni online dan juga offline.	Penelitian fokus pada subjek pembahasan lebih condong kepada program kerja, khususnya di masa pandemi.
3.	Ibnu Mukhlisin. Universitas Komputer Indonesia. 2010	Strategi Komunikasi Humas Badan Keluarga Berencana Pemerintahan Kota Bekasi Dalam Mensosialisasi Program Keluarga Berencana Di Kota Bekasi	Metode pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.	Hasil penelitian ini adalah menunjukkan Badan Keluarga Berencana Pemerintahan Kota Bekasi memiliki rencana yang telah disusun dengan melihat situasi dan kondisi di lapangan, melalui pesan yang bersifat informatif dan persuasif juga melakukan kegiatan pelayanan khusus dengan program KB lebih banyak menggunakan media massa.	Penelitian fokus pada sosialisasi keluarga berencana (KB)

*Sumber: Peneliti, 2023*

## 2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti.

### 2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

#### 2.2.1.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi sangat penting, karena dengan adanya komunikasi organisasi bisa melibatkan proses saling memengaruhi antara individu-individu yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga dengan menggunakan berbagai media untuk mencapai tujuan organisasi yang spesifik.

Komunikasi organisasi dikemukakan oleh Michael J. Papa, Tom D. Daniels, Barry K. Spiker dalam bukunya yang berjudul "*Organizational Communication Perspectives and Trends*" mengungkapkan bahwa:

“Komunikasi organisasi adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuan organisasi yang bersifat non-komersial, seperti meningkatkan pemahaman masyarakat tentang isu sosial atau meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program sosial tertentu” (Papa et al., 2007)

Hal ini ditegaskan juga oleh Zelko dan Dance yang mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal (Zelko & Dance dalam Ardial, 2018: 12).

Dalam dunia organisasi, komunikasi organisasi dapat digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu seperti meningkatkan produktivitas karyawan, membangun reputasi perusahaan, membangun hubungan lebih baik dengan klien atau juga pelanggan, dan meningkatkan kepuasan karyawan. Oleh karena itu, pemimpin organisasi harus mampu mengelola komunikasi organisasi dengan efektif dan efisien agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik.

Dalam komunikasi organisasi unit-unit menjadi saling bergantung satu sama lain (*the flow of message within a network of independent relationship*) (Miller, 2015: 26). Komunikasi organisasi memainkan peran penting dalam kesuksesan organisasi. Tanpa adanya komunikasi yang efektif antara anggota organisasi, maka tujuan organisasi akan sulit dicapai. Komunikasi organisasi juga dapat membantu dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh organisasi.

### **2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Menurut Sendjaja (2007) dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi, yakni:

1. Fungsi Informatif

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

2. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini. Pertama atasan atau orang-orang yang berada pada puncak pimpinan adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi. Kedua bawahan membutuhkan kepastian tata cara batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan, maka adanya kenyaataan ini membuat banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberikan 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

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan agar dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik (Sendjaja dalam Ispawati Asri, 2022)

##### **2.2.1.3 Tujuan Komunikasi Organisasi**

Secara sederhana, tujuan umum komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Ada empat tujuan komunikasi dalam organisasi, yaitu:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi (Ruliana, 2014: 24)

Sedangkan menurut Ruslan (2007), tujuan komunikasi organisasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diterima dengan akurat serta jelas sumber-sumbernya;
2. Menyampaikan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan;
3. Memegang peranan penting dalam proses pengawasan sebab jika informasi yang diterima tidak akurat, maka fungsi pengawasan tidak dapat dilaksanakan secara tepat;
4. Untuk menetapkan sasaran dan tujuan (Ruslan dalam Rahmat & Andi, 2022: 10)

#### 2.2.1.4 Jaringan Komunikasi Organisasi

Peran individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antar individu dengan individu lainnya dalam organisasi yang dimana hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi yaitu formal dan informal.

##### 1. Jaringan Komunikasi Formal

Seperti yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins dan Timothy A.

Judge dalam buku yang berjudul “*Organizational Behavior*” menyatakan:

*“Formal communication networks are the official paths along which communication should flow in an organization. They are established by organizational hierarchy and typically involve a set of rules and procedures that dictate what is communicated, to whom, and how often (jaringan komunikasi formal adalah jalur komunikasi resmi yang ditetapkan oleh hierarki organisasi, yang biasanya melibatkan serangkaian aturan dan prosedur yang menentukan apa yang dikomunikasikan, kepada siapa, dan seberapa sering)”* (Robbins & Judge, 2017: 311)

Dengan kata lain, jaringan komunikasi formal adalah cara resmi yang ditetapkan oleh organisasi untuk memandu aliran informasi dan komunikasi antara orang-orang dalam organisasi, yang melibatkan aturan dan prosedur tertentu yang harus diikuti.

##### 2. Jaringan Komunikasi Informal

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge dalam bukunya yang berjudul

“*Organizational Behavior*” kembali menyatakan bahwa:

*“Informal communication networks develop outside the formal structure and do not follow the formal chain of command. They are based on social relationships and typically involve sharing personal or confidential information (jaringan komunikasi informal adalah jaringan komunikasi yang berkembang di luar struktur formal dan tidak mengikuti rantai komando formal. Jaringan komunikasi*

informal didasarkan pada hubungan sosial dan umumnya melibatkan pertukaran informasi pribadi atau rahasia)” (Robbinsons & Judge, 2017: 311)

Dalam jaringan komunikasi informal, komunikasi terjadi secara bebas dan tidak diatur oleh aturan atau prosedur formal seperti yang terdapat dalam jaringan komunikasi formal.

### **2.2.1.5 Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi**

Walaupun setiap organisasi membutuhkan komunikasi, namun tidak selamanya komunikasi yang berjalan dalam organisasi tidak memiliki hambatan, pastinya salah mengartikan pesan antara atasan dengan bawahan kerap terjadi.

Menurut Robbins dan Judge beberapa hambatan komunikasi dalam organisasi:

1. Semantik. Perbedaan dalam makna kata-kata dan bahasa yang digunakan dalam organisasi dapat menghambat komunikasi yang efektif.
2. Gangguan. Gangguan fisik atau psikologis dapat mengganggu proses komunikasi, seperti kebisingan atau stress.
3. Perbedaan persepsi. Perbedaan antara pengirim pesan dan penerima pesan dapat menyebabkan salah pengertian dalam komunikasi.
4. Informasi yang terlalu banyak. Terlalu banyak informasi yang disampaikan dalam satu waktu dapat menyebabkan kelebihan beban informasi atau sulit memproses informasi.
5. Keterbatasan teknologi. Keterbatasan dalam teknologi atau system komunikasi organisasi dapat menghambat aliran informasi.
6. Jarak. Jarak geografis atau ruang dapat menjadi hambatan bagi komunikasi dalam organisasi. (Robbinsons & Judge, 2017: 311-335)

### 2.2.2 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Rogers dalam Cangara, 2014: 64)

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya, hal ini berarti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan juga kondisi. (Effendy, 2015: 32)

Tatham (2008) mengungkapkan bahwa dengan adanya strategi komunikasi organisasi pimpinan dapat dilihat oleh pegawai memiliki motivasi dalam bekerja. Strategi komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang sistematis yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak, sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif opini melalui saluran tersebut dalam mempromosikan dan mempertahankan jenis perilaku tertentu (Tatham dalam Ispawati Asri, 2022: 275). Artinya, strategi komunikasi dalam organisasi bertujuan untuk meyakinkan opini publik yang membentuk sikap dan perilaku dalam organisasi.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya yang berjudul “*Techniques for effective communication*” menjelaskan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi organisasi terdiri atas tiga, yakni:

1. Meningkatkan Pemahaman

Memastikan bahwa komunikasi yang terjalin memiliki satu makna, bahwa pesan yang dikirim dan diterima adalah sama tujuannya agar menghindari dan meminimalisi hambatan yang terjadi dalam berkomunikasi.

2. Meningkatkan Motivasi

Komunikasi yang efektif dipercaya bisa meningkatkan motivasi karyawan dalam melakukan tugasnya dengan baik dan benar.

3. Meningkatkan Partisipasi

Komunikasi yang efektif membantu menciptakan lingkungan kerja yang terbuka dan saling mendukung (Pace et al., dalam Ispawati Asri, 2022: 275)

Keberhasilan strategi komunikasi dalam organisasi tentunya tidak bisa diperoleh langsung secara instan apalagi tanpa menganalisa keunggulan dan kesiapan semua komponen yang terlibat dalam organisasi, bahwa strategi komunikasi organisasi berperan sebagai target perusahaan sehingga sesuai dengan tujuan sasaran yang akan tercapai. Melalui strategi komunikasi organisasi ini diperlukan elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, media, hingga efek.

Unsur yang paling dominan dalam pencapaian sebuah efektivitas komunikasi adalah komunikator yang menyangkut kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang dimaksud adalah dari aspek keilmuan dan pengetahuan sesuai dengan apa yang akan disampaikan. Seorang komunikator

harus kredibel harus memiliki beberapa ciri, yaitu memiliki energi tinggi dan toleransi terhadap tekanan, rasa percaya diri, kendali, internal, kesalahan dan kematangan emosional, integritas pribadi, motivasi kekuasaan, dan orientasi kepada keberhasilan (Supriyanto, 2009: 223)

### **2.2.3 Tinjauan Tentang Konseling**

Konseling secara etimologis menurut Prayitno (2004) berasal dari bahasa latin "*consilen*" yang berarti "dengan" atau "bersama" yang dirangkai dengan "menerima" dan "memahami". Menurut Wibowo (2018) Konseling dipandang sebagai upaya membantu manusia menjadi apa yang harus bisa diperbuat dan bagaimana dia harus menjadi dan berada. Menurut Prayitno (2013) Konseling adalah sebuah proses interaksi antara konselor dengan konseli baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai upaya pemberian solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh klien dalam menjalani kehidupannya, baik itu dari hal yang berkaitan dengan permasalahan keluarga, pendidikan anak, masalah karir, masalah pribadi dan masalah keberagamannya (Prayitno & Wibowo dalam Rosita et al., 2021: 33)

Pada era digital ini, hampir semua dituntut untuk beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi termasuk dalam bimbingan konseling. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang besar terhadap layanan konseling. Namun, segala perkembangan teknologi tidak selalu memberikan dampak positif, melainkan dampak negatif, terlepas dari dampak negatif yang ada, manusia diharapkan bisa berkembang ke arah positif.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi membuat kemajuan dalam pelayanan konseling di era ini bisa dilakukan di mana pun juga kapan pun, yakni konseling online atau konseling digital. Menurut Amani (2007) konseling online adalah konseling yang dilakukan melalui internet secara umum merujuk pada profesi yang berkaitan dengan layanan kesehatan mental melalui teknologi komunikasi internet. Sedangkan menurut Haberstroh (2011) menjelaskan bahwa konseling online adalah komunikasi antara klien dan konselor dengan menggunakan *streaming video* dan *audio computer* sehingga tercipta komunikasi antara klien dengan konselor (Amani & Haberstroh dalam Siradjuddin, 2017: 50)

Konseling digital atau konseling online tidak hanya meliputi penyelenggaraan konseling secara online saja, namun diperluas menjadi penyelenggaraan layanan konseling secara digital melalui bantuan media, seperti contohnya bisa melalui situs website, whatsapp, juga aplikasi lain yang mendukung. Konseling digital di Indonesia sudah berkembang cukup besar, terutama sejak aplikasi Zoom Meeting mulai digunakan, sekarang konseling tidak hanya menggunakan Zoom melainkan Google Talk, WhatsApp, Email, dan Facebook.

Konseling digital bisa menjadi pilihan yang efektif pada era sekarang yang dimana semuanya dituntut untuk praktis dan cepat. Oleh karena itu, media dalam hal ini memiliki peran penting, karena akan mempermudah akses antara konselor dengan konseli dalam melakukan proses konseling.

Dari pengertian di atas, maka bisa disimpulkan bahwa konseling digital atau konseling online merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konselor dalam

membantu konseli dengan aktivitas terapi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang saat ini yakni komputer, *handphone*, dan juga internet.

### **2.2.3.1 Bentuk Layanan Konseling Digital**

Konseling digital dilakukan dengan tujuan memberikan akses terhadap layanan konseling agar lebih mudah, murah, dan fleksibel bagi yang membutuhkannya. Konselor dan konseli bisa bertemu menggunakan teknologi yang dimana hal ini bertujuan untuk memudahkan konselor dalam membantu konseli dalam melakukan konseling secara online serta memberikan kenyamanan kepada konseli dalam bercerita menggunakan media sebagai pemhubung tanpa harus *face-to-face*. Bentuk konseling online dapat dibagi menjadi tiga, yakni:

1. Konseling online berbasis teks

Jenis konseling ini dilakukan melalui pesan teks, seperti e-mail atau chat whatsapp. Konseli dapat mengungkapkan masalah dan kesulitan yang dialami kepada konselor dengan meminta dukungan dan saran.

2. Konseling online berbasis suara

Jenis konseling ini dilakukan melalui panggilan suara, seperti telepon atau aplikasi panggilan suara seperti whatsapp

3. Konseling online berbasis video

Jenis video ini dilakukan melalui *video conference* seperti zoom atau google meet. Konselor dan konseli bisa berinteraksi secara langsung dengan melihat wajah satu sama lain. Jenis konseling ini memberikan *chemistry* antara konseli dan konselor walau tidak bisa bertatap muka. (Daulay et al., 2022: 31-34)

### 2.2.3.2 Proses Konseling Digital

Dalam proses konseling digital, tentunya ada perbedaan dengan konseling yang dilakukan secara tatap muka, mulai dari administrasi hingga konseling. Administrasi yang dimaksud adalah penjadwalan sesi konseling, pembayaran sesi konseling, hingga pengumpulan informasi calon konseli.

Proses dari konseling online merupakan hal yang kompleks, hal ini diperkuat oleh Bolton (20017) yang mengemukakan:

*“States that therapists should become familiar with these unique risks of e-therapy and be prepared to discuss these concerns with the client during the informed consent process”* (Bolton, 2017: 4)

Hal ini juga senada dengan yang dikatakan oleh Koutsonika (2009), yakni:

*“Online counselling is not simple process. On the contrary is a complex process with a considerable number of different and challenging issues characterizing it. Ethical issues, technologies issues, counselors’ educational background and skills especially for online counselling issues, clients’ issues, legal issues and, finally Business and Management issues”* (Koutsonika dalam Ningsih, 2022: 189)

Maksudnya adalah konseling online bukanlah proses yang sederhana melainkan proses yang rumit dan kompleks dengan berbagai macam isu yang berbeda-beda mulai dari masalah etika hingga masalah manajemen. Adapun tahapan yang dilakukan dalam konseling online, yakni:

1. Tahap pertama (tahap persiapan)

Tahap persiapan mencakup aspek teknis *hardware* yang mendukung dan *software* yang mendukung agar penyelenggaraan konseling online berjalan dengan lancar.

2. Tahap kedua (proses konseling)

Tahap konseling online tidak jauh berbeda dengan tahapan proses konseling tatap muka, yaitu terdiri dari lima tahap, yakni pengantaran, penjajagan, penafsiran, pembinaan, dan penilaian. Pada konseling online lebih menekankan pada masalah konseli dibandingkan cara bentuk pendekatan.

3. Tahap ketiga (pasca konseling)

Pada tahap ini merupakan lanjutan dari tahapan sebelumnya dimana setelah dilakukan penilaian, maka pertama konseling dinyatakan sukses bila konseli menunjukkan *effective daily living*, kedua konseling akan dilanjutkan pada konseling tatap muka, ketiga konseling akan dilanjutkan pada konseling online berikutnya, keempat konseli akan direferal pada konselor lain (Ifdil & Ardi 2013 dalam Ningsih, 2022: 189)

### **2.2.3.3 Keunggulan Konseling Digital**

Ada beberapa keunggulan yang bisa diperoleh dengan adanya konseling digital, yakni:

1. Aksesibilitas

Dengan konseling digital, individu dapat mengakses layanan konseling dari mana saja, kapan saja menggunakan perangkat digital seperti laptop dan *handphone*, hal ini sangat berguna bagi konseli yang memiliki keterbatasan fisik atau waktu.

2. Anonimitas dan privasi

Beberapa orang mungkin enggan mendapatkan konseling di tempat terbuka dan menghadapi konselor secara langsung. Dengan konseling digital,

individu bisa merasa lebih nyaman karena bisa memilih tetap anonim dan menjaga privasi mereka tanpa menutupi masalah atau keluhan yang disampaikan kepada konselor.

### 3. Fleksibilitas

Konseling digital bisa dilakukan secara sinkron dan asinkron, tergantung kebutuhan dari calon konseli. Secara sinkron, konselor bisa langsung berkomunikasi dengan konseli berbasis suara, atau video. Sedangkan asinkron, konseli bisa menulis pesan kepada konselor dan konselor akan meresponnya pada waktu yang sesuai.

### 4. Biaya

Konseling digital seringkali lebih murah daripada konseling tatap muka, karena tidak ada biaya transportasi atau biaya lain yang terkait dengan konseling tatap muka.

### 5. Keamanan

Layanan konseling digital biasanya disediakan melalui platform yang aman, sehingga informasi konseli dan percakapan antara konseli dan konselor tetap terlindungi tanpa diakses oleh pihak yang tidak berwenang (Budianto, Hidayah & Aziz dalam Daulay, 2019:33).

## **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang digunakan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Kerangka penelitian ini dilakukan dengan tujuan

untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung Melalui Layanan Konseling Keluarga Berbasis Digital.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model Philip Lesley karena model ini dapat menentukan strategi komunikasi yang efektif dari Puspaga itu sendiri. Model Komunikasi Philip Lesly (1972) terdiri dari dua komponen utama, yakni organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat empat tahap yakni, analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. Sedangkan dalam publik terdapat dua tahapan yakni umpan balik dan evaluasi (Cangara, 2014: 74-75). Namun pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan tahapan umpan balik (*feedback*), dikarenakan Puspaga Kota Bandung tidak menyediakan wadah untuk publik dalam memberikan pendapat, ide, keluhan dan saran.

1. Analisis dan Riset, adalah langkah awal yang dilakukan oleh Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung untuk mendiagnosis atau mengetahui permasalahan yang dihadapi.
2. Perumusan Kebijakan, adalah strategi yang akan dilakukan oleh Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung dalam menghadapi permasalahan.
3. Perencanaan Program Pelaksanaan, adalah proses rencana aksi yang akan dilakukan oleh Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung dalam rangka melaksanakan strategi pada sumber daya yang sudah ditetapkan.

4. Kegiatan Komunikasi, adalah Tindakan yang harus dilakukan Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung untuk menyebarluaskan informasi.
5. Evaluasi, adalah pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan dan penyesuaian program yang dilakukan oleh Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Kota Bandung

Subfokus yang telah peneliti tentukan tersebut sesuai dengan kebutuhan penelitian digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berpikir**



*Sumber: Peneliti, 2023*