

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Berikut tinjauan yang relevan dan sesuai dengan penelitian peneliti yang digunakan sebagai dasar penyusunan penelitian.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah referensi dalam penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan proposal ini, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Peneliti
1	TRANSFORMASI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN JABAR DIGITAL SERVICE DI KOTA BANDUNG	Metode penelitian dengan studi Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini meneliti mengenai Layanan kecerdasan yakni Digibot yang dipergunakan sebagai media komunikasi karyawan dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan Jabar Digital Service kota Bandung.	Penelitian ini cenderung membahas mengenai layanan kecerdasan buatan yang dibuat dalam rangka transformasi digital untuk meningkatkan kinerja karyawannya. Sedangkan pada penelitian peneliti lebih membahas mengenai strategi

	Komputer Indonesia			komunikasi yang dilakukan humas pemerintah kota Bandung melalui program Bandung Menjawab dalam rangka melakukan publikasi informasi kepada masyarakat.
1.	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS KOTA BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Sumber : Reza Antoni (2019) Univeritas Komputer Indonesia	Metode Penelitian Kualitatif dengan studi Deskriptif	Penelitian ini meneliti terkait Strategi yang dilakukan Humas kota Bandung dalam meningkatkan citra melalui media Instagram.	Penelitian memiliki fokus penelitian terkait Strategi Komunikasi yang dilakukan Humas kota Bandung dalam menggunakan Instagram sebagai media dalam meningkatkan citranya. Sedangkan pada penelitian peneliti membahas mengenai strategi komunikasi dalam kegiatan publikasi informasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah kota Bandung melalui program Bandung Menjawab.
2.	KEGIATAN BANDUNG MENJAWAB OLEH	Metode deskriptif dengan	Penelitian ini meneliti mengenai program kegiatan Bandung Menjawab yang merupakan	Penelitian Kegiatan Bandung Menjawab ini cenderung mengupas terkait

	<p>PEMERINTAH KOTA BANDUNG</p> <p>Sumber : Septian Yudho Rinald, Agus Rahmat, Iriana Bakti MetaCommunication; Journal Of Communication Studies. Vol 4 No 1 Maret 2019</p>	<p>jenis data kualitatif.</p>	<p>upaya pemerintah mensosialisasikan perkembangan maupun informasi yang ada di pemerintahan kota Bandung.</p>	<p>bagaimana Bandung Menjawab terbentuk sebagai sarana sosialisasi pemerintah kota Bandung kepada masyarakatnya.</p> <p>Sedangkan pada penelitian peneliti ini membahas terkait strategi komunikasi yang dilakukan humas pemerintah melalui program Bandung Menjawab ini.</p>
--	--	-------------------------------	--	---

(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi bisa dikatakan sebagai salah satu kebutuhan primer pada kehidupan manusia, karena umumnya manusia selalu berkomunikasi pada saat berkegiatan setiap harinya. Hal ini tentunya digunakan sebagai salah satu cara seseorang dalam berkehidupan sosial di masyarakat. Hal ini selaras dengan makna komunikasi (menyampaikan) karena tujuan dari dilakukannya komunikasi tersebut adalah menyampaikan pesan atau bertukar informasi. Pada penelitian ini pun peneliti hendak meneliti terkait komunikasi yang dilakukan oleh humas pemerintah dalam rangka penyebarluasan informasi kepada masyarakat, sehingga peneliti

menggunakan beberapa teori komunikasi dalam menentukan atau mengkategorikan hal yang dilakukan oleh humas pemerintah kota Bandung.

Komunikasi Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin “communicare” yang artinya “menyampaikan”. Komunikasi juga bisa dikatakan merupakan suatu hal yang penting di didalam kehidupan manusia, karena pada dasarnya dalam berkegiatan sehari-hari manusia selalu berkomunikasi baik secara lisan maupun tidak. Umumnya komunikasi ini bertujuan untuk saling bertukar pesan satu sama lain agar tercipta kesepahaman .

“Who says what in which channel to whom with what effect?”,

Definisi komunikasi menurut Harold D. Lasswell diatas memberikan gambaran tentang komunikasi sebagai suatu proses transmisi pesan. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang bersifat satu arah dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) dengan menggunakan media tertentu sehingga memunculkan efek. (Harold D.Lasswell (1902-1978)) . Sehingga bisa dikatakan bahwasannya komunikasi berdasarkan uraian diatas bisa dilakukan dengan menggunakan media tertentu pada prosesnya sehingga dapat menimbulkan *feedback* atau efek dari komunikan (penerima pesan).

Adapun pendapat D. Lawrence Kincaid (1981): “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam”. (Hariyanto, 2021) Berdasarkan pengertian tersebut pada dasarnya komunikasi merupakan proses pertukaran informasi untuk mencapai kesepahaman mengenai suatu hal tertentu.

Pengertian yang lain disampaikan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss; komunikasi merupakan proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Komunikasi tidak hanya sebatas pada konseptualisasi satu arah, melainkan juga dapat sebagai suatu proses interaksi (dua arah), atau transaksi. (Mulyana, 2012)

Sehingga dari beberapa pendapat terkait definisi komunikasi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya komunikasi ialah proses penyampaian pesan atau pertukaran informasi yang bisa dilakukan satu arah maupun interaksi dua arah yang bertujuan untuk menyatukan kesepahaman mengenai sesuatu hal yang dibahas.

2.1.2.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Pada saat seorang humas melakukan kegiatan komunikasi baik dalam keseharian maupun saat melakukan publikasi informasi kepada masyarakat tidak bisa terlepas dari adanya unsur-unsur komunikasi agar komunikasi yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif. Sehingga sangatlah perlu diperhatikan pemahaman terkait unsur-unsur komunikasi seperti pendapat lasswel dibawah ini.

Unsur-Unsur Komunikasi Menurut Harold Laswell dalam buku Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect.*”

1. Sumber (*source*)

Nama lain dari sumber adalah *sender*, *communicator*, *speaker*, *encoder*, atau *originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok,

organisasi perusahaan bahkan negara. Sumber yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi pada suatu organisasi adalah:

- a. Komunikasi antara bawahan dengan atasan;
 - b. Komunikasi antara pegawai dengan para pengguna layanan;
 - c. Komunikasi pegawai dengan pegawai.
2. Pesan (*says what/message*)

Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tersebut. Ada 3 (tiga) komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan;

3. Saluran (*In Which Channel*)

Wahana/alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll).;

4. Penerima (*To Whom/receiver*)

Orang / kelompok / organisasi / suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*) / pendengar (*listener*) / khalayak (*audience*) / komunikan / penafsir / penyandi balik (*decoder*);

5. Efek (*With What Effect*)

Dampak/efek yang terjadi pada komunikan(penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

Umumnya sudah kita ketahui bahwa strategi merupakan perancangan atau perencanaan mengenai proses dalam mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam komunikasi pun memiliki perencanaan atau strategi agar berjalan efektif.

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro (flamed multi media strategi) maupun secara mikro (single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda” (Effendy,2015 : 32)

Pada intinya strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besae dapat dijangkau secara lebih efektif. (Onong Uchjana Effendy (1984 :35))

Sementara itu Menurut Anwar Arifin (1984 : 72-78) dalam bukunya yang berjudul Strategi Komunikasi : Suatu Pengantar Ringkas, menyebutkan beberapa langkah yang harus dijalankan untuk menyusun strategi komunikasi yaitu:

a. Mengenal khalayak Merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha untuk mencapai komunikasi yang efektif. Pemilihan khalayak harus didasarkan pada pengetahuan dan pemahaman yang tepat. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dalam pesan tersebut ialah mampu untuk membangkitkan perhatian khalayak.

b. Menyusun pesan Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah kedua dalam penyusunan strategi ialah menyusun pesan. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi.

c. Menentukan tujuan Tujuan komunikasi menentukan kearah mana fokus strategi yang akan digunakan.

d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan Untuk mencapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan yang diseleraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka juga akan turut dipengaruhi oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran.

2.1.4 Tinjauan Komunikasi Organisasi

Menurut Hugh J Arnold & Daniel C Feldman (1986) Komunikasi Organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang yang ada di dalam sebuah organisasi yang melalui proses atau tahapan secara umum meliputi tahapan-tahapan : attention (atensi), comprehension (komprehensi), acceptance as true (penerima sebagai sebuah kebenaran), dan retention (retensi atau penyimpanan)

Pendapat lainnya dari Ron Ludlow & Fergus Panton Andri (1993) Komunikasi Organisasi ialah suatu program komunikasi dalam kajian bidang

Public Relation (PR) termasuk di dalamnya mengenai hubungan internal, hubungan pemerintah dan hubungan investor dalam suatu organisasi.

Sedangkan menurut Zelko dan Dance (2006) Komunikasi organisasi adalah sebuah system yang saling berkaitan. Komunikasi organisasi terdiri dari komunikasi eksternal dan internal organisasi, yang berarti sasaran atau komunikan dari internal organisasi tersebut.

2.1.4.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi organisasi menurut Sendjaja (2002) yang dikutip oleh Burhan Bungin (2008: 247-248) dalam buku Sosiologi Komunikasi, fungsi komunikasi organisasi diantaranya:

1. Fungsi Informatif

Organisasi dipandang sebagai suatu system proses informasi yang mana seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Hal ini bertujuan agar anggota melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulative berkaitan dengan peraturan- peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Atasan atau orang yang berada di tataran manajemen memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasive dihadapkan pada kenyataan banyak pimpinan yang lebih memilih mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah.

4. Integratif

Fungsi integrative setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik.

2.1.5 Tinjauan Humas

Hubungan masyarakat (Humas) atau yang biasa disebut public relation (PR), menjadi hal yang tidak asing disetiap lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Seperti halnya pada penelitian ini humas berperan dalam penyajian atau penyebarluasan informasi kepada masyarakat atau publik melalui komunikasi pada media- media tertentu. Efektif atau tidak komunikasi yang dilakukan seorang humas tentu sangat berkaitan dalam membentuk citra suatu lembaga, humas biasanya memiliki relasi yang luas. Dalam riset mengenai kegiatan humas (Public relations), ada dua tanggung jawab dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen.

Definisi umum dari hubungan masyarakat, atau public relations, seperti yang dikemukakan oleh John E. Maiston adalah "hubungan masyarakat merupakan komunikasi persuasif yang direncanakan yang bertujuan untuk mempengaruhi publik luas" Oleh karena itu peran humas adalah menarik simpati dari publik seperti instansi pemerintahan kepada masyarakatnya. (Kasali dalam Permini, 2022)

Seorang humas memiliki tugas sebagai jembatan komunikasi antara publik internal maupun eksternal, oleh karena itu diperlukan perancangan komunikasi. Sebagaimana menurut Frank Jefkins dalam bukunya "Public Relations", "Humas

adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” (Sitepu, 2011)

Sedangkan menurut The Mexican Statement (Agustus 1978) yang merupakan forum pertemuan asosiasi-asosiasi *Public Relations* di seluruh dunia, disepakati bahwa, “Praktik kehumasan adalah suatu seni sekaligus suatu disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, serta menetapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi atau kepentingan khalayaknya.” (Ruslan dalam Sitepu, 2011 3-4)

Berdasarkan berbagai definisi dari para ahli, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peran seorang humas itu lebih dari sekedar sebagai pembentuk citra positif baik di lingkup perusahaan maupun instansi pemerintahan. Karena pada hakikatnya seorang humas memiliki keharusan dalam merangkai komunikasi yang terencana, menarik simpati publik, bahkan memberi masukan kepada para petinggi negeri.

2.1.5.1 Fungsi Humas

Selain dari menyampaikan segala informasi penting kepada public atau masyarakat tentunya humas memiliki fungsi lain atau peranan lain. Sehingga perlu dipahami bahwasannya fungsi dari humas tidak sebatas menjaga citra atau nama baik dari sebuah organisasi maupun perusahaan, tapi lebih dari itu humas memiliki banyak fungsi lain seperti yang disampaikan beberapa ahli dibawah ini.

Fungsi Humas adalah kegiatan operasional dari suatu objek lembaga yang menjalankan peran kehumasan. Mengacu pada frasa fungsi ini, Effendy (2013: 24) mengutip Ralph Curier dan Allan C. Filley yang mengatakan, "Istilah fungsi menunjukkan tahap yang jelas yang dapat diidentifikasi bahkan dari tahap pekerjaan lainnya." Humas suatu organisasi dapat dianggap berfungsi jika menunjukkan aktivitas yang berbeda yang dapat dipisahkan dari kegiatan lainnya. Menurut Moore (2018:43), tugas inti humas adalah sebagai berikut:

- Menganalisis opini publik dan memperoleh data tentang sikap publik untuk keuntungan manajemen.
- Menginformasikan manajemen tentang tren politik, sosial, dan keuangan yang berlaku.
- Membantu manajemen menyadari faktor-faktor operasional yang dapat merusak hubungan bisnis dengan publik.
- Membimbing manajemen memahami ide-ide untuk menangani koneksi. (Permini, 2022)

Menurut Maria (2002), "public relation merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut". Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi public relation yaitu:

- a. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
- b. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- c. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
- d. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. (Dakir,2018)

2.1.6 Tinjauan Pemerintah

Pada hakikatnya sebuah negara membutuhkan ada pemerintahan di dalamnya, hal ini disebabkan karena negara membutuhkan pemimpin yang dapat membuat aturan serta menjalankannya. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengelola, membangun, bahkan mengatur pada wilayah tertentu dengan tujuan menstabilkan tatanan negara.

Pemerintah merupakan organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Definisi lain pemerintah secara etimologis berasal dari kata Yunano, ‘Kubernan’

atau nahkoda kapal. Artinya, menatap kedepan (Surbakti, 2002;167) . Sedangkan pendapat lain, mengatakan pemerintahan dari kata ‘ perintah ‘. Kata perintah memiliki empat unsur yakni pertama, ada dua pihak yang saling terikat. Kedua, kedua belah pihak saling memiliki hubungan kontraktual. Ketiga, pihak yang memerintah memiliki kewenangan. Keempat, pihak yang diperintah memiliki ketaatan. (Martini dan Juwono, 2015;17) (Rahman, 2018)

Adapun definisi lain mengenai pemerintah pendapat Ndraha (2003) mengartikan pemerintah sebagai badan yang memproses pemenuhan kebutuhan manusia sebagai konsumen produk-produk pemerintahan akan pelayanan publik dan sipil. Pemerintah (*government*) lahir dari delegasi kekuasaan oleh rakyat. Sedangkan pemerintah (*governance*) menunjuk pada kemampuan dan spontanitas dari kelompok-kelompok sosial dalam mengatur dirinya sendiri, menunjuk pula pada metode, manajemen, organisasi. (Kadir, 2016) Pada dasarnya pemerintah berasal dari rakyat dan dipilih untuk dapat memenuhi pelayanan sebagai pemimpin masyarakat.

Sementara, Max Weber (dalam Dahl, 1994) mengartikan pemerintah sebagai apa pun yang berhasil menopang klaim bahwa dialah yang secara eksklusif berhak menggunakan kekuatan fisik untuk memaksakan aturaturannya dalam suatu batas wilayah tertentu.

Berdasarkan berbagai definisi dari para ahli, peneliti menyimpulkan peran dari pemerintah adalah sebagai pemimpin, suatu bagian organisasi yang memiliki kekuasaan, dan juga badan yang memproses pemenuhan kebutuhan akan pelayananan public. Selain dari hal tersebut pemerintah juga merupakan suatu

organisasi atau kedudukan yang memiliki kekuasaan pada batas wilayah tertentu di dalam negeri.

2.1.6.2 Fungsi Pemerintah

Umumnya fungsi atau peran dari pemerintah ialah memimpin masyarakat serta melakukan pemenuhan kebutuhan layanan publiknya. Selain itu ada pula keharusan pemerintah untuk mengayomi masyarakatnya dengan cara mendengarkan aspirasi dari masyarakat. Aspirasi atau pendapat yang disampaikan masyarakat perlu perhatian lebih lanjut karena hal tersebut mungkin dapat memberi dampak besar bagi berjalannya suatu pemerintahan.

Pemerintah merupakan suatu bentuk organisasi dasar dalam suatu negara. Tujuan dari pemerintah dikatakan oleh Ateng Syafrudin sebagaimana dikutip oleh Tarsito (1978: 10):

“Pemerintah harus bersikap mendidik dan memimpin yang diperintah, ia harus serempak dijiwai oleh semangat yang diperintah, menjadi pendukung dari segala sesuatu yang hidup diantara mereka bersama, menciptakan perwujudan segala sesuatu yang diingini secara samar-samar oleh semua orang, yang dilukiskan secara nyata dan dituangkan dalam kata-kata oleh orang-orang yang terbaik dan terbesar”.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka terdapat beberapa pernyataan yang menunjukkan fungsi pemerintah antara lain:

1. Bersikap mendidik dan memimpin yang diperintah artinya Pemerintah yang berfungsi sebagai leader (pemimpin) dan educator (pendidik). Para pamong, diharapkan dapat memimpin dan menjadi panutan masyarakat;

2. Serempak dijiwai oleh semangat yang diperintah artinya pemerintah dapat memahami aspirasi yang berkembang di masyarakat. Pemerintah yang baik adalah mengerti apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan masyarakatnya;
3. Menjadi pendukung dari segala sesuatu yang hidup diantara mereka bersama artinya pemerintah sebagai katalisator dan dinamisator masyarakat. Sebagai katalisator artinya sebagai penghubung bagi setiap kelompok kepentingan di masyarakat. Sedangkan sebagai dinamisator artinya penggerak segala bentuk kegiatan bermasyarakat;
4. Menciptakan perwujudan segala sesuatu yang diinginkan secara samar-samar oleh semua orang artinya pemerintah harus peka terhadap perubahan yang terjadi di masyarakat, jangan sampai lengah terhadap keinginan yang terjadi di kalangan masyarakat. Banyak pemerintah yang jatuh atau hancur akibat tidak peka terhadap perubahan;
5. Melukiskan semua secara nyata dan dituangkan dalam kata-kata oleh orang-orang yang terbaik dan terbesar. Artinya pemerintah bertugas merancang dan atau membuat berbagai kebijakan yang dituangkan dalam peraturan-peraturan. Tidak kalah pentingnya, pemerintah harus mengimplementasikannya dengan benar mempersiapkan perangkat dan sumber daya yang terbaik (Istianto dalam Kadir,2016).

2.1.7 Tinjauan Humas Pemerintah

2.1.7.1 Definisi Humas Pemerintah

Seperti yang kita ketahui bahwasannya hubungan masyarakat (humas) tidak berada di lingkungan perusahaan saja, pemerintah pun memiliki humas dengan perannya sebagai jembatan komunikasi serta pelaksana pemenuhan kebutuhan informasi publik. Hal ini selaras dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan yakni meneliti efektivitas komunikasi yang dilakukan seorang Humas Pemerintah dalam menyajikan informasi melalui program Bandung Menjawab. Oleh karena itu sebelum meneliti komunikasi yang dilakukan diperlukan pemahaman mendalam mengenai apa itu humas pemerintah serta peran – perannya.

Humas merupakan divisi atau bagian yang memiliki peran atau bertanggung jawab guna melakukan interaksi, hubungan dan kerjasama dengan masyarakat terkait dengan organisasi tersebut. Sedangkan Humas pemerintah berperan sebagai pelayanan informasi terhadap internal organisasi dan publiknya, baik langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan kegiatan masing-masing instansi pemerintah.

Menurut Ruslan (2011:111) Humas pemerintah mempunyai peran yang sangat besar dalam sistem penyelenggaraan pemerintahan. Ada dua peran yang dimainkan oleh Humas Pemerintah yaitu : (1) peran taktis (jangka pendek) dan (2). peran strategis (jangka panjang). Dalam peran taktis (jangka pendek), Humas pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi yang efektif dapat memotifasi rakyat dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap rakyat melalui pesan-pesan yang disampaikan. Dalam pesan jangka panjang (peran

strategis) Humas pemerintah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan, dalam memberikan proses sumbang saran, gagasan dan ide yang kreatif secara cemerlang untuk melaksanakan program lembaga yang bersangkutan. (Damayanti, 2020)

Pendapat ahli lain, Scott M Cutlip, memberi batasan humas pemerintah adalah fungsi manajemen yang sah, yang membantu menjadikan badan departemen, dan entitas public lainnya tanggap terhadap warga dan semua ini tercipta untuk mereka. (Scott M. Cutlip et al., Op.cit. hlm. 395). Jadi dalam batasan ini tegas dinyatakan bahwa humas pemerintah merupakan fungsi manajemen yang tugasnya membantu organisasi di lingkungannya untuk tanggap terhadap warga secara timbal-balik. Artinya, humas pemerintah juga bertugas untuk menerima masukan dari warganya.

J.C Seidel (2018:11) public relations adalah proses yang continue dari usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para langganannya,pegawainya dan publik umum kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa humas pemerintah memiliki tugas yang kurang lebih sama dengan peran humas pada umumnya, yang membedakan keduanya ialah lingkup bagian pekerjaan karena humas pemerintah terkhusus pada lingkungan instansi pemerintahan.

2.1.7.2 Fungsi dan Tugas Humas Pemerintah

Setelah memahami apa itu humas pemerintah serta bagaimana lingkup dari pekerjaan humas di suatu instansi, perlu diketahui bahwa humas pemerintah memiliki beberapa fungsi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu seperti halnya keberhasilan publikasi informasi, peningkatan citra pemerintah, dan memperoleh kepercayaan publik.

Fungsi dan tugas humas pemerintah serta keberadaan hubungan masyarakat sangat diperlukan didalam lembaga atau instansi pemerintah yang secara fungsional untuk menyebarkan, dan mempublikasikan setiap kegiatan instansi melalui kerja pemerintah. Humas memakai suatu alat atau media untuk memperlancar jalannya interaksi penyebaran dan publikasi pembangunan.

Ruslan (2014:343) fungsi pokok humas pemerintah antara lain sebagai berikut:

- Mengamankan kebijaksanaan pemerintah
- Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi tentang kebijaksanaan hingga program kerja kepada masyarakat
- Menjadi seseorang komunikator sekaligus menjadi mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah disatu pihak, mengumpulkan aspirasi serta memperhatikan keinginan publiknya.
- Berperan dan menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Untuk memenuhi tugas dan fungsi diatas humas pemerintah harus memiliki kemampuan sebagai berikut : a) Menganalisis dan mengamati setiap persoalan yang

menjadi kepentingan dan stakeholder b) Bisa melakukan komunikasi timbal balik yang mendukung kedua belah pihak c) Menciptakan dan mempengaruhi opini publik d) Menjalin kerjasama dan hubungan baik dan saling percaya

Menurut (Dozier, D. M., & Broom, 1995) peranan humas dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori, sebagai berikut:

- Penasehat Ahli (*Expert Prescriber Communication*) Seorang praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*),
- Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*) Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak,
- Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*) Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi

(keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional,

- Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*) Berbeda dengan tiga peranan praktisi humas professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication* (Ruslan, 2010).

2.1.8 Tinjauan Kebijakan

Perlu dipahami bahwasannya dalam pelaksanaan pekerjaan pemerintah tentunya tidak bisa terlepas dari adanya kebijakan. Karena salah satu tugas pemerintah ialah membuat suatu kebijakan dalam segala aspek yang dapat membantu penertiban dan pembangunan suatu daerah. Dalam hal pembentukan kebijakan ini pun diperlukan pemikiran yang matang serta memperhatikan segala resiko yang mungkin muncul dari dibuatnya kebijakan tersebut.

Menurut Thomas R. Dye (1992), “Public Policy is whatever the government choose to do or not to do” (kebijakan publik adalah apa pun pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu). Menurut Dye, apabila pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu, tentu ada tujuannya karena kebijakan publik merupakan “tindakan” pemerintah. Apabila pemerintah memilih untuk tidak melakukan sesuatu, juga merupakan kebijakan publik yang ada tujuannya. Sementara itu, Thomas Dye (1992: 2-4) mendefinisikan bahwa

kebijakan publik adalah segala sesuatu yang dikerjakan atau tidak dikerjakan oleh pemerintah, alasan suatu kebijakan harus dilakukan dan manfaat bagi kehidupan bersama harus menjadi pertimbangan yang holistik agar kebijakan tersebut mengandung manfaat yang besar bagi warganya dan tidak menimbulkan kerugian, di sinilah pemerintah harus bijaksana dalam menetapkan suatu kebijakan.

James E. Anderson (Irfan Islamy, 2000: 17) mendefinisikan kebijakan itu adalah serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seseorang pelaku sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu. Selaras dengan pendapat James E. Anderson Anderson (1970) yang menyatakan bahwa, “Public policies are those policies developed by governmental bodies and officials” (kebijakan publik adalah kebijakan yang dikembangkan oleh badan dan pejabat pemerintah). (Anggara 2018)

Menurut Holwet dan M. Ramesh (Subarsono, 2005: 13) berpendapat bahwa proses kebijakan publik terdiri atas lima tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Penyusunan agenda, yakni suatu proses agar suatu masalah bisa mendapat perhatian dari pemerintah.
2. Formulasi kebijakan, yakni proses penyusunan pilihan-pilihan kebijakan oleh pemerintah.
3. Pembuatan kebijakan, yakni proses ketika pemerintah memilih untuk melakukan suatu tindakan atau tidak melakukan suatu tindakan.
4. Implementasi kebijakan, yakni proses untuk melaksanakan kebijakan agar mencapai hasil.
5. Evaluasi kebijakan, yakni proses memonitor dan memilih kerja atau hasil kebijakan.

2.1.9 Tinjauan Bandung Menjawab

Pemerintah kota Bandung sudah banyak berupaya dalam membangun dari segala aspek kebutuhan masyarakat. Dimulai dari pemerataan pendidikan, pemenuhan kebutuhan pokok (sembako), peningkatan pelayanan kesehatan, serta aspek – aspek lainnya. Namun ada satu aspek penting yakni terpenuhinya kebutuhan informasi masyarakat yang umumnya merupakan tugas dari divisi humas (hubungan masyarakat). Dengan adanya urgensi pemenuhan informasi tersebut pemerintah kota Bandung pada akhirnya menghadirkan wadah yang digunakan sebagai sarana keterbukaan informasi dari pemerintah kepada masyarakatnya. Program ini yakni Bandung Menjawab yang memiliki konsep podcast dengan menghadirkan narasumber dari para petinggi pemerintahan.

Kegiatan Bandung Menjawab merupakan bentuk jumpa pers bersama wartawan dengan pola menghadirkan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kota Bandung secara bergiliran, termasuk aparatur pemerintahan hingga tingkat kecamatan. Melalui kegiatan ini, berbagai keluhan masyarakat yang diterima oleh kalangan media bisa langsung ditanyakan kepada SKPD bersangkutan termasuk sosialisasi program Pemkot Bandung melalui SKPD sebagai pelaksana teknis.

Bandung Menjawab merupakan sebuah kegiatan yang dilatarbelakangi oleh sulitnya para wartawan untuk mendapatkan ataupun mengakses informan, yakni SKPD Kota Bandung. Terbatasnya akses kepada informan membuat media massa kesulitan untuk mendapatkan informasi hingga akhirnya media massa pun kesulitan untuk mengonfirmasi berita ataupun informasi kepada masyarakat.

Selain itu, Bandung Menjawab juga berguna dalam menjalin hubungan baik antara pemerintah dengan media massa. Media massa memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Perkembangan teknologi memungkinkan informasi dapat diterima secara cepat. Hal ini pun berdampak bagi sebuah organisasi karena organisasi membutuhkan media untuk menyampaikan pesan kepada publik yang luas, secara cepat, dan dalam jumlah banyak. Media massa secara universal memiliki empat fungsi, yakni fungsi menyiarkan informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi memengaruhi. (Yudho, 2019)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai tuntunan alur dari cara berpikir peneliti agar penelitian dapat terarah. Dalam kerangka penelitian ini peneliti memaparkan mengenai pokok permasalahan agar dapat menegaskan, meyakinkan kembali hingga menghubungkan teori dengan yang diteliti.

Fokus utama dalam kerangka pemikiran ini mengenai Strategi Komunikasi Humas dalam program kegiatan Bandung Menjawab di Pemerintah Kota Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil definisi Strategi Komunikasi oleh Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi adalah:

“Strategi pada hakikatnya adalah **perencanaan** (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai **tujuan** tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa **pesan** yang disampaikan melalui berbagai **media** dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro (flamed multi media strategi) maupun secara mikro

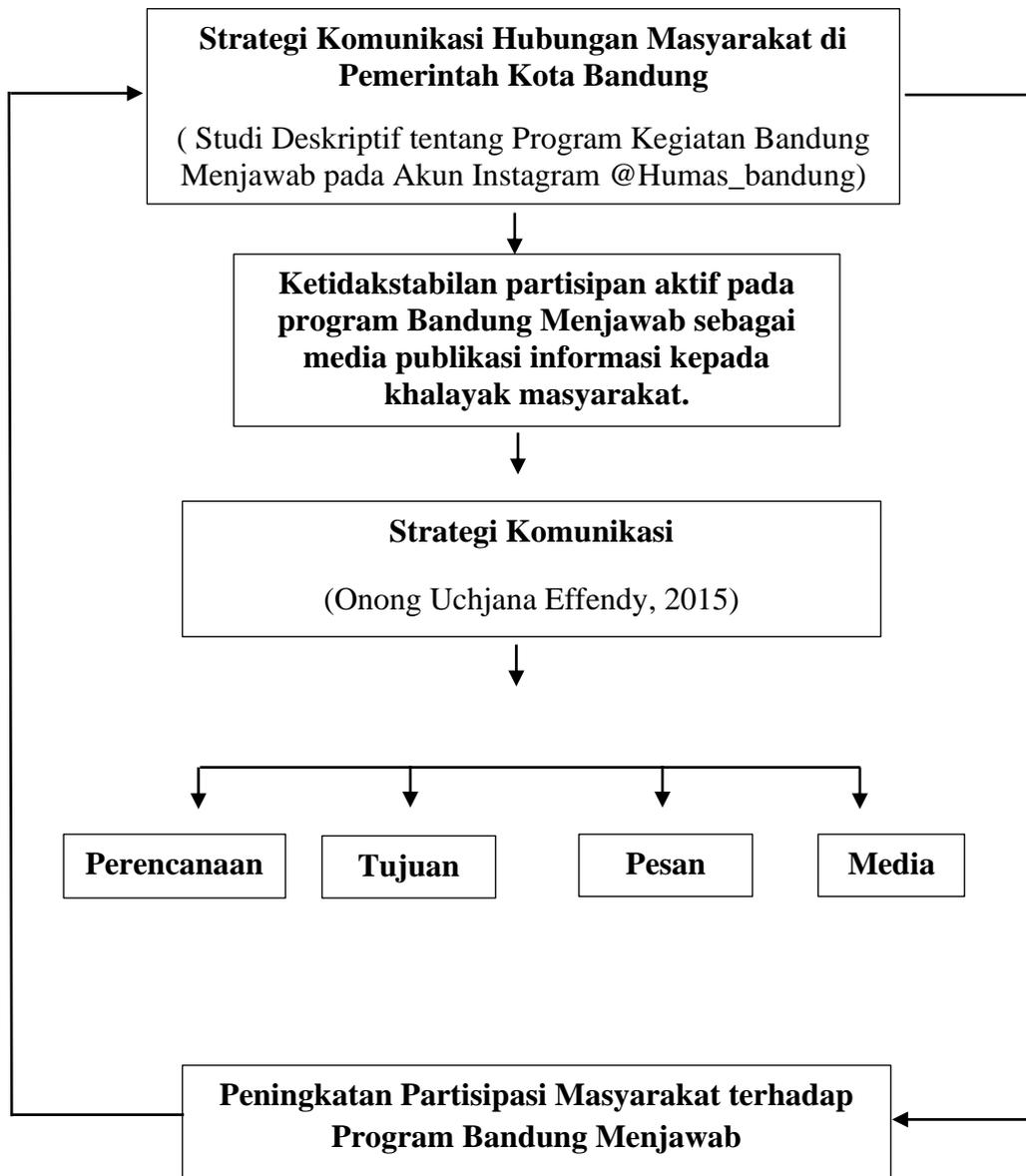
(single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda” (Effendy,2015 : 32)

Melihat dari definisi Strategi Komunikasi diatas, memperkuat terkait perencanaan, tujuan, pesan serta media yan dijadikan sebagai sub focus oleh peneliti untuk mengukut permasalahan yang akan di teliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari ke 4 sub fokus tersebut adalah :

1. Perencanaan : Perencanaan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah kota Bandung dalam merancang program Bandung Menjawab sebagai media publikasi informasi dan komunikasi kepada khalayak masyarakat.
2. Tujuan : Mengenai tujuan dari dibuatnya program Bandung Menjawab ini sebagai media publikasi informasi dan juga komunikasi dalam upaya menjaga keterbukaan informasi bagi masyarakat.
3. Pesan : Terkait pesan yang disampaikan oleh narasumber yang merupakan para wakil pemerintah kota Bandung mengenai rancangan, progress maupun kebijakan sputar kota Bandung.
4. Media : Mengenai media yang dipilih oleh humas pemerintah kota Bandung dalam melakukan siaran program Bandung Menjawab ini agar dapat diakses masyarakat luas melalui media sosial seperti Instagram dan Youtube.

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)