

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Untuk memberikan arahan dan juga landasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini peneliti telah melakukan pencarian referensi dari penelitian-penelitian terdahulu yang bersifat relevan dengan penelitian yang dijalankan oleh peneliti, hal ini dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan pemahaman dan juga konteks yang lebih baik terhadap objek yang akan diteliti oleh peneliti.

Dalam konteks penelitian yang berjudul “**Strategi Komunikasi Aparatur Desa Melalui Program Sapa Warga Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik Desa Sukamekar Kecamatan Sukaraja Kabupaten Sukabumi**”, peneliti telah mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai tinjauan didalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adapun penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Tabel Penelitian Terdahulu

Nama	Pitriani Br Simanjutak dan Michael Jibrael Rorong	Mohammad Ricky Ramadhan Rasyid dan Ezy Alamsyah	Melly Maulin Purwaningwulan, Dewi Kurniasih, Irawan Afrianto
Universitas	Universitas Putera Batam	Universitas Halu Oleo/Universitas Mercu Buana	Universitas Komputer Indonesia
Tahun Penelitian	2022	2024	2015
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Komunitas LKBC Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anggota Pada Pencarian Lowongan Kerja Di Kota Batam	Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik Melalui Kolaborasi dan Koneksi @KERETAAPIKITA	Pengembangan Model Kebijakan Pemcbangunan <i>E-Desa</i> di Kabupaten Bandung (Kualifikasi Pendidikan Teknologi Perangkat Desa)
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif, Deskriptif
Hasil Penelitian	Pola Komunikasi yang dilakukan oleh LKBC (Lowongan Kerja Batam City) dilakukan melalui media <i>Telegram</i> yang dimana didalamnya para anggotanya memiliki perilaku yang berbeda-beda, mereka pun menggunakan metode diskusi untuk memecahkan suatu masalah, dimana didalam proses diskusi tersebut terjadi proses komunikasi yang bersifat umpan balik, Komunitas LKBC ini membutuhkan <i>Telegram</i> sebagai media penyebaran informasi, dan media tersebut sudah dapat dikatakan cukup efektif dikarenakan oleh cepatnya sebuah pesan atau informasi dapat tersebar, namun penyebaran informasi tersebut ketika	Pengelola @keretaapikita, telah berkolaborasi dengan berbagai entitas, seperti misalnya <i>Influencer</i> dan badan pemerintahan dalam mengkomunikasikan kebijakan dan layanan baru, prosedur keselamatan, jadwal perjalanan serta berbagai inisiatif-inisiatif lainnya yang dilakukan oleh PT. KAI Persero yang memberikan manfaat kepada Audiensnya, PT. KAI Persero melalui akun instagram mereka melakukan kegiatan pertemuan dengan komunitas sukarelawan secara rutin yang saat ini berjumlah 18 komunitas, dan mereka pun melakukan kolaborasi dengan portal berita <i>online</i> yang telah	Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa hal yang terjadi seperti berikut: Kondisi wilayah Kabupaten Bandung mendorong pengembangan model kebijakan <i>e-Desa</i> harus segera direalisasikan untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, adapun hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan pembangunan <i>e-Desa</i> di Kabupaten Bandung meliputi keterbatasan fasilitas komputer dan penunjangnya, jaringan telepon, dan belum adanya kader khusus yang akan memberikan pembinaan kepada masyarakat agar melek terhadap teknologi dan belum adanya dukungan

	komunitas sudah mencari lowongan kerja, yang dimana hal tersebut membutuhkan teori pencarian informasi (<i>Seeking Information</i>) melalui sistem <i>starting</i> dan <i>verifying</i>, <i>starting</i> proses sendiri dimulai dengan pencarian informasi di <i>Instagram</i>, <i>Facebook</i>, <i>Jobstreet</i>, dan <i>Likert</i>. Untuk proses pengecekan sendiri dilakukan sebelum disembarkannya informasi tersebut melalui media Telegram, dalam memanfaatkan media tersebut setiap anggota diharuskan menggunakan teori pencarian informasi, dan pencarian informasi yang digunakan oleh informan dalam penelitian itu adalah <i>Monitoring</i>, <i>Differenting</i>, dan <i>Verifying</i>, yang dimana sistem tersebut telah berhasil mempercepat informan untuk menggali informasi mengenai lowongan kerja sehingga terpenuhilah kebutuhannya	menciptakan keterlibatan diantara komunitas dan media, yang dimana keterlibatan tersebut telah berhasil memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak. Akun @keretaapikita telah terus menerus memenuhi kebutuhan informasi publik terkait perjalanan kereta api. Melalui penggunaan aplikasi <i>Instagram</i> akun tersebut telah berhasil untuk menyampaikan informasi secara cepat, mudah, dan luas, dengan kontennya yang bervariasi mulai dari jadwal perjalanan, promosi, dan konten lainnya yang telah menciptakan pengalaman informasi yang beragam, memenuhi kebutuhan informasi secara praktis, informatif, dan hiburan. Dan ketepatan, kejernihan, serta responsivitas yang dimiliki oleh akun tersebut terhadap berbagai pertanyaan dan keluhan telah menjadikannya sebagai sumber informasi yang kredibel dan dipercayain masyarakat	<i>leading sector</i>, Proposi kelompok sasaran pelaksanaan <i>e-Desa</i> di Kabupaten Bandung dapat mempermudah dalam menyebarluaskan informasi mengenai desa berbasis <i>web</i> dan bersifat <i>online</i>. Proses administrasi yang dijalankan di desa tersebut akan menjadi otomatis, sehingga dapat memberikan pelayanan yang murah, mudah, akurat dan, cepat kepada masyarakat-masyarakat desa tersebut.
Perbedaan Penelitian	Perbedaan yang terlihat dari penelitian yang dijalankan oleh Pitriani dan Michael terdapat pada fokus tempat dan objek penelitian yang dimana pada penelitian yang penelitian lakukan, peneliti menetapkan Desa Sukamekar dan	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah pada tempat dan objek penelitian yang dimana pada penelitian yang telah dijalankan oleh Rasyid dan Alamsyah ini mengambil akun Instagram PT. KAI Persero sebagai	Perbedaan yang terletak dalam penelitian ini terdapat di tema yang teliti yaitu dalam penelitian yang telah dilaksanakan oleh M.M.Purwaningwulan dan kawan kawan membahas mengenai pengembangan model

	para aparatnya sebagai fokus pada penelitian ini, berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pitriani dan Michael dimana mereka meneliti strategi komunikasi yang dijalankan oleh sebuah komunitas pencari lowongan kerja di Batam City (LKBC)	objeknya, dan pada penelitian yang peneliti lakukan peneliti mengambil Desa Sukamekar dan Aparatur Desanya sebagai objek penelitian yang akan dilakukan. Terdapat perbedaan dalam sub fokus penelitian yang dimana pada penelitian yang peneliti lakukan strategi komunikasi telah menjadi subfokus yang ditentukan.m	kebijakan kebijakan pembangunan <i>e-Desa</i> di Kabupaten bandung, meskipun terdapat perbedaan dalam tema penelitian, mengingat bahwa aplikasi sapawarga yang diangkat dalam penelitian ini masih merupakan bagian dari program <i>e-Desa</i> tersebut sehingga penelitian tersebut memiliki relevansi terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti.
--	---	---	---

Sumber: Peneliti, 2024

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Sebagai unsur mendasar dalam kehidupan manusia, komunikasi tidak hanya memegang peranan krusial dalam interaksi individu, tetapi juga memiliki dampak yang tak terelakkan dalam pembentukan masyarakat dan komunitas yang terintegrasi. Tanpa komunikasi yang efektif, individu tidak dapat saling memahami, berbagi ide, atau membentuk ikatan sosial yang kuat. Komunikasi adalah fondasi yang memungkinkan manusia untuk bersatu, membentuk nilai-nilai bersama, dan menciptakan struktur sosial yang memungkinkan kolaborasi dan perkembangan bersama.

“Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asalusul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama” (Mulyana, 2007: 4)

Carl Hovland dalam buku *Interpersonal Skill* karya Manap Solihat, Melly Maulin P.. memberikan pendefinisian bahwa komunikasi adalah “suatu proses yang dimana seseorang (Komunikator) menyampaikan (biasanya dalam bentuk kata – kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnnya (khalayak). (Hovland dalam Solihat et al., 2014: 3)

Berbeda dengan Carl Hovland, Louis Forsdale dalam buku yang sama menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses dimana suatu sistem dibentuk, dipelihara, dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal – sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai dengan aturan” (Forsdale dalam Solihat et al., 2014: 3).

Sedangkan pendefinisian komunikasi yang diberikan oleh Harold Laswell dalam kutipan buku oleh Rismawaty dkk. dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Ilmu Komunikasi”, Harold Laswell mengatakan bahwa “Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses menjelaskan “siapa”, mengatakan “apa”, dengan saluran “apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa atau “hasil apa” (Laswell dalam Rismawaty et al., 2014: 67)

Dengan merujuk pada definisi yang diberikan oleh beberapa ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran ide atau gagasan yang dilakukan melalui penggunaan simbol-simbol dan sarana komunikasi yang telah ditentukan. Proses ini melibatkan saluran komunikasi tertentu, dan sangat penting untuk memastikan adanya umpan balik yang memvalidasi pesan yang telah disampaikan. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya melibatkan

penyampaian informasi, tetapi juga interaksi dan pemahaman bersama antara pihak yang terlibat dalam proses tersebut.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi memiliki sifat yang dinamis dan berkesinambungan, melibatkan aliran yang konstan dari individu atau kelompok yang menyampaikan ide, gagasan, pikiran, perasaan, atau informasi kepada individu atau kelompok lainnya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pengertian, membangun pemahaman bersama, dan menjalin hubungan yang lebih baik di antara pihak-pihak yang terlibat.

Laswell, seperti yang diungkapkan dalam (Effendy, 2011) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap yang berbeda, yaitu proses Komunikasi Primer dan proses komunikasi Sekunder. Penjelasan lebih lanjut mengenai kedua konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Primer

Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*Symbol*) sebagai media, dimana lambang yang memiliki peran sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa) dan pesan non verbal (*Gesture*, Isyarat, Gambar, Warna dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Melalui penggunaan lambang (*Symbol*), komunikator memiliki kemampuan yang lebih efektif untuk menerjemahkan pemikiran dan

perasaannya kepada komunikan, sehingga memperkaya pengalaman dalam proses komunikasi. Dalam keseluruhan proses komunikasi primer, terlibatnya pemilihan dan penggunaan lambang-lambang ini dengan penuh kecermatan menjadi kunci penting.

Hal tersebut bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat tidak hanya dipahami, tetapi juga diterima dengan baik oleh pihak yang menjadi sasaran atau penerima komunikasi. Dengan demikian, keseluruhan rangkaian interaksi komunikasi primer menjadi suatu upaya terarah dan bermakna, memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat terjelma dengan jelas dan memenuhi tujuan yang diinginkan oleh komunikator.

2. Komunikasi Sekunder

Menurut Lasswell, proses komunikasi sekunder adalah suatu proses di mana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang atau simbol sebagai media pertama. Alat atau sarana tersebut dapat berupa surat, telepon, fax, radio, majalah, dan sebagainya. Pelaksanaan proses komunikasi sekunder menjadi relevan ketika komunikan berada di lokasi yang relatif jauh atau jumlahnya banyak, sehingga komunikasi langsung atau primer menjadi tidak memungkinkan.

Proses komunikasi sekunder sesuai dengan model komunikasi linear yang diajukan oleh Lasswell, yang mencakup elemen-elemen seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Model ini dikenal dengan pertanyaan *"who says what in which channel to whom with what effect,"*

mencerminkan tahapan proses komunikasi dari pengirim pesan, isi pesan, media atau alat yang digunakan, penerima pesan, hingga dampak yang diinginkan atau dicapai oleh komunikator.

Dengan demikian, proses komunikasi sekunder memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk memahami bagaimana pesan disampaikan melalui media tertentu kepada khalayak yang mungkin berada dalam situasi yang tidak memungkinkan untuk berkomunikasi secara langsung.

2.1.2.3 Unsur Komunikasi

Menurut Harold Laswell, yang dipaparkan dalam buku "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar" oleh Deddy Mulyana, pendekatan terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan merinci jawaban atas pertanyaan "*who says what in which channel to whom with what effect.*" (Laswell dalam Mulyana, 2007)

Dengan kata lain, model ini memandang komunikasi sebagai proses yang melibatkan lima elemen kunci: pelaku komunikasi (*who*), isi pesan (*what*), saluran atau media yang digunakan (*which channel*), penerima pesan (*whom*), dan dampak yang diinginkan atau tercapai oleh komunikator (*what effect*).

Penjelasan dari kelima unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sumber (*Source*)

Pengirim, baik dalam bentuk individu maupun kelompok, berperan sebagai aktor utama yang menciptakan dan mengirimkan pesan kepada pihak lain dalam suatu proses komunikasi.

Sebagai inisiator, pengirim memiliki tanggung jawab untuk merancang dan menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, dengan tujuan untuk berbagi informasi, menyampaikan ide, atau mencapai pemahaman bersama. Keseluruhan interaksi komunikatif dimulai dari peran kunci yang dimainkan oleh pengirim, yang bertindak sebagai sumber pesan dan memulai aliran komunikasi ke pihak penerima.

2. Pesan (*Message*)

Pesan, sebagai inti dari proses komunikasi, merupakan representasi dari informasi atau ide yang diinginkan oleh pengirim untuk disampaikan kepada penerima. Pesan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, termasuk kata-kata, simbol, gambar, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut.

3. Saluran (*Channel*)

Saluran, sebagai medium atau alat dalam proses komunikasi, menjadi sarana vital untuk mentransmisikan pesan dari pengirim ke penerima. Dengan keberagaman bentuk, saluran dapat melibatkan berbagai cara penyampaian, termasuk komunikasi lisan, tulisan, pemanfaatan media elektronik, atau bahkan interaksi langsung melalui tatap muka.

4. Penerima (*Receiver*)

Penerima, baik dalam bentuk individu maupun kelompok, berfungsi sebagai entitas yang menerima dan berupaya memahami pesan yang disampaikan oleh pengirim dalam suatu proses komunikasi. Penerima memiliki peran yang sangat penting, karena kemampuannya untuk

menguraikan, menafsirkan, dan merespons pesan membentuk tahap kritis dalam interaksi komunikatif.

5. Efek (*Effect*)

Efek dalam konteks komunikasi mencerminkan dampak atau hasil yang muncul setelah pesan berhasil disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Dan B. Curtis dalam buku *Interpersonal Skill* karya Manap Solihat dkk.

Menyatakan bahwa tujuan dari komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada para klien, kolega, bawahan, dan penyedia (*supervisor*).
2. Menolong orang lain, memberikan nasihat kepada orang lain, ataupun berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan.
3. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan.
4. Mengevaluasi perilaku secara efektif. (Curtis dalam Purwaningwulan et al., 2014:9)

Berbeda dengan apa yang dinyatakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku yang sama mengatakan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Social Change/ Social Participation*

Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

Misalnya supaya masyarakat ikut serta dalam pilihan suara dalam pemilu atau ikut serta dalam perilaku sehat dan sebagainya.

2. *Attitude Change*

Perubahan sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

3. *Opinion Change*

Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya dalam informasi mengenai pemilu. Terutama pada informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

4. *Behaviour Change*

Perubahan perilaku. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan berperilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat. (Effendy dalam Solihat et al., 2014:10)

2.1.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi

Effendy mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek,” mendefinisikan strategi Komunikasi sebagai berikut:

“Strategi Komunikasi diartikan sebagai paduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen Komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi Komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi” (Effendy, 2011: 32)

Berbeda dengan pendefinisian yang diberikan oleh seorang pakar perencanaan komunikasi yang bernama Middleton yang telah dikutip oleh Hafield Cangara dalam bukunya yang berjudul “perencanaan dan strategi komunikasi”, didalam buku tersebut Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Cangara, 2013: 61).

Dalam buku yang sama terdapat kutipan lain menurut ahli yang bernama Rogers, Rogers mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkat laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Rogers dalam Cangara, 2013: 61).

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan mengenai strategi komunikasi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan komunikasi yang disusun oleh organisasi atau lembaga. Tujuan dari perencanaan

ini adalah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam penyampaian pesan serta interaksi komunikasi, dengan harapan mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

2.1.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam ranah bisnis, tujuan dari suatu strategi pada umumnya adalah merumuskan dan mengkomunikasikan gambaran visi perusahaan melalui sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi ini mencerminkan arah yang diinginkan yang didukung oleh berbagai sumber daya yang tersedia, memberikan panduan bagi perusahaan dalam mencapai visi jangka panjangnya. Dengan demikian, strategi dalam konteks bisnis adalah suatu rencana terarah yang menggambarkan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mencapai keberhasilan, menggunakan berbagai sumber daya yang tersedia. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu (Pace dalam Effendy, 2011):

1. *To secure understanding* – yaitu memastikan bahwa komunikan bisa mengerti pesan yang telah diterima.
2. *To establish acceptance* – yaitu apabila komunikan sudah dapat mengerti dan menerima pesan, maka penerima pesan tersebut harus dibina.
3. *To motivate action* – yaitu setelah penerima pesan tersebut dibina maka kegiatan itu harus dimotivasi.

Strategi komunikasi yang dilakukan bersifat makro dan proses strategi komunikasi berlangsung secara vertikal piramidal. Berdasarkan tujuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari strategi komunikasi adalah upaya untuk menciptakan pemahaman yang mendalam terhadap pesan yang disampaikan. Lebih

dari itu, strategi komunikasi bertujuan untuk membina hubungan yang positif dan memotivasi pihak penerima pesan (komunikan) agar dapat bergerak menuju pencapaian tujuan yang diharapkan. Dengan pendekatan ini, strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembangunan hubungan yang kuat dan dorongan motivasional yang mendorong aksi positif dari pihak yang menerima komunikasi.

2.1.3.3 Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memegang peran krusial dalam setiap proses komunikasi. Proses ini dilakukan untuk memastikan keberhasilan penyampaian pesan atau informasi sesuai dengan tujuannya. Efektivitas kegiatan komunikasi sangat bergantung pada seberapa baik strategi komunikasi diimplementasikan. Dengan demikian, keberhasilan atau kegagalan suatu komunikasi secara substansial ditentukan oleh kualitas strategi komunikasi yang diterapkan. Sedangkan beberapa fungsi dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

Strategi komunikasi memiliki beberapa fungsi, baik pada tingkat makro dengan menggunakan rencana multimedia yang terorganisir, maupun pada tingkat mikro dengan mengadopsi strategi melalui media komunikasi tunggal. Beberapa fungsi tersebut di antara lain (Effendy, 2008):

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

2.1.3.4 Komponen Strategi Komunikasi

Proses komunikasi merupakan suatu proses yang kompleks. Dalam merancang strategi komunikasi, diperlukan suatu pemikiran yang cermat dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Lebih optimal lagi jika strategi tersebut memperhatikan komponen-komponen komunikasi serta faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat pada setiap komponen tersebut. Proses ini dimulai dengan mempertimbangkan komunikan sebagai target utama dalam komponen-komunikasi tersebut.

Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” menyebutkan beberapa komponen dalam strategi komunikasi sebagai berikut (Effendy, 2011):

1. Mengenali sasaran Komunikasi

Sebelum kita memulai proses komunikasi, penting untuk memahami siapa yang menjadi target audiens komunikasi kita. Hal ini tentu tergantung pada tujuan komunikasi yang ingin dicapai, apakah hanya untuk memberikan informasi (dengan metode informatif) atau untuk mendorong komunikan melakukan tindakan tertentu (dengan metode persuasif atau instruktif). Tujuan komunikasi, metodenya, dan jumlah sasaran yang diinginkan perlu diperhatikan secara cermat pada diri komunikan. Berbagai faktor tersebut mencakup:

a. Faktor Kerangka Refensi

Pesan yang ingin disampaikan dalam proses komunikasi harus sesuai dengan *Frame of Reference* yang dimiliki oleh komunikan, *Frame of Reference* yang dimiliki oleh seseorang pun akan berbeda – beda berdasarkan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi dan sebagainya.

Hal tersebut tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi komunikator untuk dapat menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan, yang dimana jika dalam komunikasi antarpersonal dapat lebih mudah untuk mengetahui kerangka referensi orang tersebut dikarenakan hanya satu orang, berbeda halnya dengan komunikasi kelompok ataupun komunikasi massa yang dimana didalamnya terdapat orang – orang dengan kerangka referensi yang berbeda – beda.

b. Faktor Situasi dan Kondisi

Situasi yang dimaksud di sini merujuk pada kondisi komunikasi saat komunikan menerima pesan yang disampaikan. Faktor-faktor yang dapat menghambat jalannya komunikasi dapat diidentifikasi sebelumnya atau muncul secara tiba-tiba saat proses komunikasi berlangsung. Contohnya, situasi yang dapat diidentifikasi sebelumnya mungkin termasuk mengadakan rapat pada waktu penerimaan gaji karyawan atau memberikan pidato dalam acara seni malam ketika para hadirin mengharapkan acara segera dimulai. Hindari situasi pertama dengan menyesuaikan atau memajukan jadwal, sedangkan situasi kedua

dapat diatasi dengan memberikan pidato yang singkat namun informatif.

Hambatan komunikasi yang muncul secara tiba-tiba, contohnya hujan lebat disertai suara petir yang menggebu-gebu, dapat diatasi dengan tindakan cepat. Sebagai contoh, kita bisa mempercepat pidato dengan meningkatkan volume suara ketika berbicara. Sementara itu, jika ada gangguan suara gemuruh dari hadirin karena sesuatu yang menarik perhatiannya, kita bisa menghentikan pidato sejenak sampai fokus perhatian kembali kepada kita.

Kondisi yang dimaksud di sini merujuk pada keadaan fisik dan psikis (*State of Personality*) komunikan saat menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif jika komunikan sedang dalam kondisi emosional seperti marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dengan kondisi tersebut, terkadang mungkin kita bisa menunda komunikasi hingga suasana yang lebih menyenangkan tercipta. Namun, dalam beberapa kasus, kita perlu mengatasi kondisi tersebut pada saat itu juga. Faktor kemanusiaan sangat krusial dalam mengelola situasi tersebut.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, kita dapat memilih satu atau kombinasi dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan. Menentukan media komunikasi terbaik dari banyak pilihan tidak dapat

dipastikan secara pasti karena masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh, pesan yang disampaikan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dianalisis berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Sebaliknya, pesan melalui media aural dapat didengarkan ketika mata dan tangan sedang sibuk melakukan hal lain, seperti mendengarkan berita radio saat mengemudikan mobil. Pesan melalui media audio-visual dapat dipahami secara menyeluruh, dapat dilihat, dan didengarkan.

3. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Setiap pesan komunikasi yang akan disampaikan memiliki tujuan tertentu. Seorang komunikator dapat menggunakan berbagai teknik agar pesan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik yang umum digunakan meliputi teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Dalam kehidupan sehari-hari, pesan komunikasi kepada komunikan cenderung menggunakan kombinasi lambang, seperti melalui surat kabar, film, atau televisi. Lambang yang sering digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang mampu menyampaikan pikiran, perasaan, fakta, opini, hal konkret dan abstrak, pengalaman masa lalu, kegiatan yang akan datang, dan sebagainya.

Itulah mengapa bahasa memiliki peranan yang sangat krusial dalam proses komunikasi. Tanpa penguasaan bahasa, pesan komunikasi tidak dapat disampaikan kepada orang lain dengan akurat. Keberadaan banyak

kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi dalam komunikasi dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap bahasa.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Terdapat faktor yang penting yang dimiliki oleh seorang komunikator dalam upaya untuk melancarkan proses komunikasi yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

1. Daya tarik sumber (*Source attractiveness*)

Keberhasilan seorang komunikator dalam berkomunikasi tergantung pada kemampuannya untuk mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui daya tarik, terutama jika komunikan merasa bahwa komunikator turut terlibat atau terhubung dengannya. Secara sederhana, komunikan merasa ada kesamaan antara dirinya dan komunikator sehingga mereka bersedia patuh terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2. Kredibilitas sumber (*Source Credibility*)

Salah satu faktor penting yang dapat memastikan keberhasilan dalam komunikasi adalah adanya kepercayaan yang dimiliki oleh komunikan terhadap komunikator. Tingkat kepercayaan ini seringkali berkaitan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh komunikator. Dalam konteks ini, keahlian atau keprofesian seseorang sebagai komunikator dapat menjadi dasar utama bagi komunikan untuk mempercayai informasi, pesan, atau instruksi yang disampaikan oleh komunikator tersebut. Kepercayaan ini

memainkan peran krusial dalam membentuk hubungan yang efektif dan berhasil dalam proses komunikasi.

Eddy Suryadi dalam bukunya yang berjudul “Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global” menyatakan bahwa terdapat 4 komponen yang sangat penting dalam perumusan strategi komunikasi yaitu analisis situasi, perencanaan atau *Programming*, Implementasi, dan Assesmen, (Suryadi, 2021: 121) adapun penjelasan dari setiap komponen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis Situasi

Analisis situasi adalah tahapan awal dalam proses perencanaan dan bertujuan utama untuk melakukan penilaian menyeluruh terhadap kondisi atau situasi yang sedang terjadi. Dalam analisis ini, data dan informasi yang relevan dikumpulkan dan dievaluasi untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang konteks dan elemen yang mempengaruhi situasi yang akan direncanakan.

2. Perencanaan atau *Programming*

Perencanaan adalah tahapan kedua dari komponen strategi komunikasi, perencanaan merupakan proses pembuatan suatu rencana dalam upaya menggapai tujuan tertentu, pada proses ini strategi akan dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut, tujuan dari proses perencanaan ini adalah untuk membantu organisasi ataupun individu dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan efisien dan efektif

3. Implementasi

Tahap selanjutnya adalah implementasi atau pelaksanaan, yang dimana pada tahapan ini strategi yang telah dikembangkan dalam proses perencanaan diterapkan oleh organisasi ataupun individu guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. *Assesmen*

Dan komponen terakhir adalah assesmen yang dimana assesmen sendiri merupakan suatu upaya dalam mendapatkan informasi setelah Implementasi dilakukan dengan tujuan untuk menilai keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan.

2.1.4 Tinjauan Aparatur Desa

Desa merupakan unit masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah tertentu dan memiliki wewenang untuk mengatur serta mengurus segala kepentingan masyarakat di tingkat lokal. UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah menegaskan bahwa desa atau sebutan lain adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas – batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal – usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. (Ranto et al., 2022: 44)..

Widjaja dalam bukunya yang berjudul “Otonomi Desa Merupakan Otonomi yang Asli, Bulat dan Utuh” menyatakan bahwa desa memiliki otonomi tersendiri yang berbeda dengan otonomi daerah, dan otonomi lainnya. Bahwa otonomi desa merupakan otonomi asli, bulat, dan utuh serta bukan merupakan pemberian dari

pemerintah, namun sebaliknya pemerintah memiliki kewajiban untuk menghormati otonomi asli yang dimiliki oleh desa tersebut.(Widjaja, 2003:165).

Beliau pun melanjutkan bahwa desa sebagai kesatuan masyarakat hukum yang memiliki susunan asli yang didasarkan oleh hak istimewa, dapat melakukan perbuatan hukum baik itu hukum publik maupun hukum perdata, memiliki kekayaan, harta dan benda, serta dapat dituntut dan menuntut di muka pengadilan, dan dengan pengesahan UU No 32 Tahun 2004 mengenai pemerintahan daerah, telah memberikan landasan yang kokoh bagi desa untuk menjadi *Independent Community* yang dimana hal tersebut berarti desa dan masyarakatnya berwenang untuk berbicara atas kepentingan masyarakatnya sendiri, serta desa pun diberikan kewenangan untuk mengatur desanya secara mandiri baik itu di bidang sosial, politik dan ekonomi.

Menurut kamus besar bahasa indonesia aparatur adalah perangkat, alat (negara, pemerintah); para pegawai (negeri). Menurut Ranto dkk. (2022) mengatakan bahwa definisi dari aparatur adalah aspek administrasi yang dibutuhkan dalam penyelenggaraan negara atau pemerintahan sebagai alat untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Terdapat pula pendefinisian lainnya yang terdapat di jurnal karya Ranto dkk. Tersebut yang menyatakan bahwa aparatur adalah keseluruhan pejabat negara atau organ pemerintahan yang bertugas melaksanakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan tugas dan kewajiban sebagai tanggung jawab yang dibebankan oleh negara kepadanya. (Ranto et al., 2022: 45)

Dari penjelasan atas definisi aparatur maka dapat disimpulkan bahwa aparatur adalah keseluruhan pegawai pemerintahan yang menjalani tugas dan kewajiban sebagai bentuk tanggung jawab atas apa yang telah diberikan oleh negara kepadanya.

Menurut Pemendagri Nomor 84 tahun 2015 tentang susunan organisasi dan tata kerja pemerintah desa pasal 2 sampai dengan 5 menjelaskan mengenai unsur – unsur pemerintah desa. Dimana dijelaskan bahwa pemerintah desa adalah kepala desa yang dibantu oleh perangkat desa, yang dimaksud dengan perangkat desa sendiri adalah:

1. Sekretariat Desa
2. Pelaksana Kewilayahan dan
3. Pelaksana Teknis

Perangkat desa dimaksud sebagai jabatan yang berkedudukan sebagai unsur pembantu kepala desa dalam menjalankan tugasnya, sekretariat desa dipimpin oleh sekretaris desa dan dibantu oleh staf sekretariat. Sekretariat desa paling banyak terdiri atas 3 (tiga) urusan yaitu urusan tata usaha dan umum, urusan perencanaan, dan urusan keuangan. Dan paling sedikit terdiri atas 2 (dua) urusan yaitu urusan umum dan perencanaan, dan urusan keuangan. Masing masing dari urusan tersebut dipimpin oleh kepala urusan.

2.1.5 Tinjauan Informasi Publik

Informasi secara harfiah memiliki artian pengertian, penerangan atau pemberitahuan atau kabar atau berita mengenai suatu istilah, dalam buku karya Deni Darmawan & Kunkun Nur Fauzi yang berjudul “Sistem Informasi

Manajemen” menyatakan bahwa informasi adalah suatu hasil dari proses pengolahan data, namun tidak semua hasil dari proses tersebut dapat dikatakan suatu informasi, suatu hasil dari proses pengolahan data yang tidak memberikan suatu makna ataupun arti dan tidaklah memiliki manfaat apapun bagi seseorang maka hasil tersebut tidak dapat dikatakan sebagai suatu informasi (Darmawan & Fauzi, 2013:2).

Martin Halomoan Lumbagaol dalam (Maydianto & Ridho, 2021:51) mengatakan bahwa Informasi adalah hasil dari pemrosesan data yang relevan dan memiliki manfaat bagi penggunaannya. Sedangkan menurut Maydianto & Ridho informasi merupakan sesuatu yang mengandung makna yang sangat penting dalam kegiatan proses pengambilan keputusan, dan Informasi harus pula bebas dari kesalahan-kesalahan yang menyesatkan dan informasi itu sendiri, mengandung nilai penuh yakni keakuratan, tepat waktu, dan relevan (Maydianto & Ridho, 2021: 51).

Informasi berdasarkan pengertian-pengertian yang telah diberikan diatas maka dapat disimpulkan sebagai suatu informasi adalah hasil dari data yang telah diproses, yang memiliki makna dan arti serta manfaat bagi penerimanya, Informasi pula diperlukan untuk terbebas dari adanya kesalahan-kesalahan yang menyesatkan agar tidak terjadi suatu kesalahan ataupun kesalahpahaman.

Publik menurut Cutlip dan Center di dalam buku Wirman Syafri yang berjudul “Studi Tentang Administrasi Publik” mengatakan bahwa publik adalah sekelompok individu yang terikat oleh suatu kepentingan bersama dan juga berbagi rasa yang didasari oleh kebersamaan.(Syafri, 2012). Sedangkan Riswandi

mengatakan bahwa publik adalah sekumpulan orang yang memiliki kesamaan dalam minat dan juga kepentingan terhadap suatu isu (Riswandi, 2009).

Pengertian yang disampaikan oleh kedua ahli tersebut maka disini peneliti dapat menyimpulkan bahwa publik adalah sekumpulan orang yang memiliki keterkaitan antara satu sama lain yang didasari atas kesamaan dalam minat dan juga kepentingan yang sama.

Setelah diketahuinya definisi informasi dan publik maka disini peneliti akan melanjutkannya dengan memberikan pengertian mengenai Informasi publik. Menurut UU No 14 tahun 2008 mengenai keterbukaan informasi publik disebutkan pengertian informasi publik pada pasal 1 ayat (2) yang berbunyi:

“Informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik”

Sedangkan Assegaf dan Khatarina dalam (Sakapurnama et al., 2012:9) mengatakan bahwa suatu informasi dapat dikatakan sebagai informasi publik apabila informasi yang dikelola oleh negara selain informasi pribadi mengenai seseorang ataupun badan hukum privat, bukanlah milik negara namun informasi tersebut dimiliki oleh masyarakat.

Kedua pengertian tersebut memberikan pengertian yang jelas mengenai apa itu informasi publik dan setelah itu peneliti akan mencoba untuk menyimpulkan pengertian dari Informasi publik, informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, atau diterima oleh suatu badan publik dalam hubungannya dengan penyelenggaraan negara atau badan publik lainnya, serta

informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik, dikenal sebagai informasi publik. Informasi publik bukanlah informasi pribadi yang dimiliki oleh individu atau badan hukum privat, tetapi dimiliki oleh masyarakat secara menyeluruh.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berfungsi sebagai panduan untuk peneliti, menjadi dasar bagi sub-fokus penelitian ini. Dalam penelitian kualitatif, kerangka pemikiran penting untuk memberikan fondasi yang kokoh, mengarahkan penelitian, dan menyediakan landasan yang mendukung penelitian yang lebih terarah. Itu membantu merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan, merencanakan metodologi penelitian, menginterpretasikan data, serta merumuskan kesimpulan dan implikasi penelitian.

Melalui kerangka pemikiran, konteks, metodologi, dan penggunaan teori dalam penelitian dapat dikembangkan dengan lebih jelas. Penjelasan yang disusun akan mengintegrasikan teori dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini. Diperlukan kerangka pemikiran dalam suatu penelitian terutama ketika penelitian tersebut memiliki keterkaitan atau relevansi dengan fokus penelitian yang diusung. Maksud dari kerangka pemikiran sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima oleh akal.

Dalam konteks penelitian yang dilakukan kerangka pemikiran dapat membantu peneliti untuk menjadi lebih terarah dalam upaya memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh aparat desa dalam memenuhi kebutuhan

informasi publik masyarakat Desa Sukamekar Kecamatan Sukaraja Kabupaten Sukabumi.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan fokus utama komponen strategi komunikasi yang sebagaimana telah disebutkan oleh Edi Suryadi dalam bukunya yang berjudul “Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di era digital” yang mengatakan bahwa terdapat 4 komponen penting dalam strategi komunikasi yaitu analisis situasi, perencanaan atau *Programming*, Implementasi, dan Assesmen. (Suryadi, 2021: 121) adapun penjelasan dari setiap komponen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis Situasi

Analisis situasi adalah tahapan awal dalam proses perencanaan dan bertujuan utama untuk melakukan penilaian menyeluruh terhadap kondisi atau situasi yang sedang terjadi. Dalam analisis ini, data dan informasi yang relevan dikumpulkan dan dievaluasi untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang konteks dan elemen yang mempengaruhi situasi yang akan direncanakan.

Pada Komponen pertama ini para aparatur desa melakukan pengumpulan data dari masyarakat Desa Sukamekar untuk melakukan penilaian atas pemenuhan kebutuhan informasi Publik Desa Sukamekar.

Melalui proses analisis situasi yang menyeluruh aparatur desa dapat mengidentifikasi celah atau kekurangan dalam penyebaran informasi yang ada, dan juga membantu para aparatur desa untuk menyesuaikan

strategi komunikasi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan juga preferensi masyarakat Desa Sukamekar.

2. Perencanaan atau *Programming*

Perencanaan adalah tahapan kedua dari komponen strategi komunikasi, perencanaan merupakan proses pembuatan suatu rencana dalam upaya menggapai tujuan tertentu, pada proses ini strategi akan dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut, tujuan dari proses perencanaan ini adalah untuk membantu organisasi ataupun individu dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan efisien dan efektif

Pengimplementasian komponen kedua ini adalah para aparatur desa melakukan perumusan dan perkembangan strategi komunikasi yang akan digunakan untuk digunakan dalam kegiatan ataupun upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan informasi publik.

Mengaitkan hal ini dengan kebutuhan informasi publik, perencanaan yang efektif dalam strategi komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa informasi publik disampaikan dengan jelas, tepat waktu, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.

3. Implementasi

Tahap selanjutnya adalah implementasi atau pelaksanaan, yang dimana pada tahapan ini strategi yang telah dikembangkan dalam proses perencanaan diterapkan oleh organisasi ataupun individu guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada komponen ini para aparaturnya desa mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan dan dikembangkan pada perencanaan yang telah sebelumnya dilakukan, implementasi yang efektif dari strategi komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa informasi publik dapat diakses dengan mudah dan tepat oleh masyarakat.

4. Assesmen

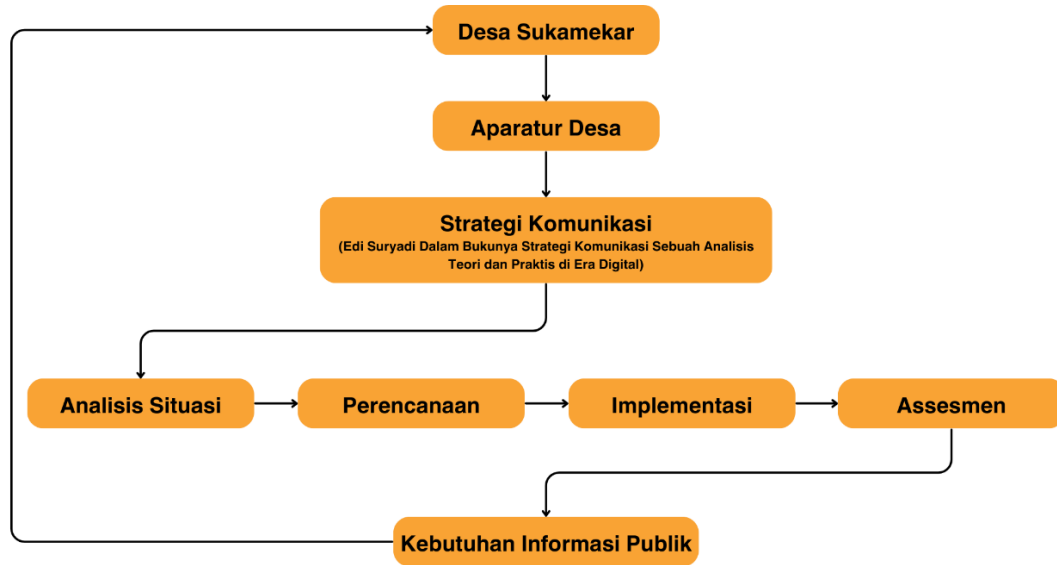
Komponen terakhir adalah assesmen yang dimana assesmen sendiri merupakan suatu upaya dalam mendapatkan informasi setelah Implementasi dilakukan dengan tujuan untuk menilai keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan.

Komponen ini upaya pengumpulan data yang dilakukan oleh para aparaturnya desa setelah dilaksanakannya strategi komunikasi yang telah dibuat dengan tujuan menilai kesuksesan dari strategi tersebut.

Asesmen merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang telah diterapkan benar-benar berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat.

Gambaran dari kerangka pemikiran yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2024