BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu Sejenis

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Dalam Mensosialisasikan Program "Gerakan Sejuta Biopori" Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung" berikut adalah beberapa hasil penelitian yang di jadikan sebagai referensi.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Sejenis

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode yang digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian skripsi ini
1	Strategi Komunikasi TELKOM Divisi Regional III Dalam Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* Roadshow Edukasi Sehat Ber-internet	Intan Permata Asih (Skripsi) FIKOM UNPAD 2011	Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi yang dilakukan oleh TELKOM Divisi Regional	Kualitatif, Deskriptif	Bahwa strategi komunikasi Roadshow Edukasi Sehat Ber-internet sudah cukup baik. Atas nama perwakilan organisasi /komunitas berjejaring	Penelitian Intan, lebih kepada pelaksanaan program yang sedang berlangsung, sedangkan penelitian ini lebih kepada sosialisasi program "Gerakan Sejuta

			III dalam program Roadshow Edukasi Sehar Ber-Internet		sosial dari berbagai kota di Indonesia bersepekat menyerukan kepada seluruh masyarakat agar bijak dalam berinternet.	Biopori"
2	Strategi Komunikasi Dalam Layanan SMS Interaktif Pemkot Tangerang	Puspita Sari (Skripsi) FIKOM UNPAD 2010	Bagaimana strategi komunikasi dalam layanan SMS interaktif Pemkot Tangerang	Kualitatif, studi kasus	Menunjukan bahwa narasumber sangat memahami strategi komunikasi dalam layanan SMS interkatif Pemkot Tangerang yang berperan besar dalam membangun komunikasi dengan masyarakat, Walikota sebagai komunikator layanan SMS ini menjawab langsung SMS dari masyarkat dan	Penelitian Puspita, lebih kepada pelayanan langsung oleh Walikota Tangerang, sedangkan penelitian ini Walikota yang memiliki konsep dan sosialisasi dijalankan oleh Pemkot dan salah satunya oleh Diskominfo Kota Bandung

					menjadikan setiap SMS sebagai pertimbangan dalam memutuskan suatu kebijakan.	
3	Strategi komunikasi Bagian Promosi Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Bandung melalui mobil perpustakaan keliling sebagai bentuk pelayanan bagi Warga Kota Bandung	Lusitania Virgestian (Skripsi) UNIKOM 2012	Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Bagian Promosi Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Bandung Melalui Mobil Perpustakaan Keliling sebagai Bentuk Pelayanan bagi Warga Kota Bandung	Kualitatif, Deskriptif	Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Bandung merancang strategi dengan proses pelaksanaan menggunakan mobil perpustakaan keliling ini, dimana yang selanjutnya petugas memberikan arahan-arahan baik penyuluhan berupa mengenai informasi buku yang dibawanya maupun memberikan penjelasan-penjelasan dari isi buku	Penelitian Lusitania mengenai strategi komunikasi lebih kepada promosi yang dilakukan Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Bandung. Sedangkan, penelitian ini lebih kepada strategi komunikasi melalui sosialisasi oleh Diskonfo Kota Bandung.

					tersebut.	
4	Strategi komunikasi bidang diseminasi informasi Dinas Komunikasi dan Infomatika Kota Bandung dalam menyebarkan informasi kebijakan Pemerintah Kota Bandung melalui Majalah Swara Bina Kota	Ghea Nabella (Skripsi) UNIKOM 2012	Untuk menjelaskan strategi komunikasi bidang diseminasi informasi Dinas komunikasi dan Informatika kota Bandung dalam menyebarkan informasi kebijakan Pemerintah kota Bandung melalui majalah Swara Bina Kota	Kualitatif, Deskrptif	Tujuan Diseminasi informasi yaitu memberikan informasi terkait mengenai kebijakan terbaru yang dimiliki oleh Pemerintah kota Bandung. Rencana yang dimiliki ialah penerbitan setiap tiga bulan sekali, penentuan tema, pemilihan berita dan bahasa yang mudah dipahami, dan melihat sasaran pembaca. Kegiatan yang dilakukan yaitu meliput kegiatan yang terjadi	Penelitian Ghea, mengenai strategi komunikasi lebih kepada bagaimana menyebarluaskan informasi kebijakan Pemkot Bandung mealui penerbitan majalah Swara Bina Kota. Sedangkan penelitian ini mengenai sosialisasi yang dilakukan Diskominfo mengenai program “Gerakan Sejuta Biopori”

					di lingkup Pemerintah kota Bandung. Pesan yang digunakan termasuk pesan yang bersifat persuasif dan informatif	

Sumber: Hasil Penelitian, 2011, 2010, 2012, 2012

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

Ilmu komunikasi, apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, antarras demi membina kesatuan dan persatuan umat manusia yang ada dibumi.

Pentingnya studi komunikasi karena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Manusia tidak bisa hidup sendirian. Ia secara tidak kodrati harus hidup bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya, keamanan hidupnya, maupun demi keturunannya. Jelasnya, manusia harus hidup bermasyarakat. Masyarakat bisa berbentuk kecil, sekecil rumah tangga yang hanya terdiri dari dua orang suami istri, bisa berbentuk besar, sebesar kampung, desa, kecamatan, kabupaten atau kota, provinsi, dan negara.

Dalam pergaulan hidup manusia dimana masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi antara proses interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Terjadilah saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan.

Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan atau pesan disebut komunikan (*communicate*). Untuk lebih jelasnya, maka komunikasi itu sendiri adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek. Pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. (Effendy, 2003:27)

Adapun pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa Latin "Communicatio". Istilah ini bersumber dari kata "Communis" yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi, komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Jika tidak ada kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*Communicatin Actors*) yakni komunikator dan komunikan. Dengan kata lain

apabila seorang komunikan tidak mampu mengerti dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka komunikasi tidak akan terjadi.

Scrhamm menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar dan sebaliknya, jika pengalaman komunikator tidak sama dengan pengalaman komunikan, maka akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain, dengan kata lain situasi yang terjadi tidak komunikatif atau misscommunication. (Effendy, 2003:24)

A. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi itu sendiri menurut Effendy dalam bukunya yang berjudul "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi", yaitu:

a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
b. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)
(Effendy, 2003:55)

2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi menurut *Katz* dan *Kahn* dalam buku Arni Muhammad "Komunikasi Organisasi", mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari system dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

> Organisasi adalah suatu kumpulan atau system individual yang berhierarki secara jenjang dan memilik system pembagian tugas untuk mencapai tujuan tertentu. (Bungin, 2006:273)

Dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

B. Fungsi pesan dalam komunikasi organisasi

Fungsi ganda strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) antara lain :

- Menyebarluaskan informasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematik kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- Menyebarluaskan informasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematik kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

Setiap pesan pada hakikatnya memiliki fungsi tersendiri, begitu juga dalam organisasi. Dari fungsi pesan tersebut yaitu fungsi yang berhubungan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi, kemanusiaan dan pembaruan dalam organisasi.

1. Pesan Tugas

   Pesan tugas ini maksudnya adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas-tugas organisasioleg anggota organisasi. Pesan ini mencakup pemberian informasi kepada karyawan untuk melakukan tugas mereka secara efisien, seperti aktivitas pemberian latihan kepada karyawan, memberikan orientasi bagi karyawan baru,penentuan tujuan dan aktivitas lainnya yang berkenaan dengan produksi, pelayanan pemasran dan sebagainya.

2. Pesan Pemeliharaan

   Pesan-pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi. Pesan ini membantu organisasi untuk hidup kekal. Pesan yang mencakup perintah, ketentuan, prosedur, aturan dan control yang diperlukan untuk mempermudah gerkan organisasi.

3. Pesan Kemanusiaan

   Pesan kemanusiaan langsung diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka, kepuasan dan kebutuhan mereka. Pesan ini berkenaan dengan hubungan interpersonal, konsep diri, perasaan dan moral.

4. Pesan Pembaruan

   Pesan pembaruan manjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Untuk itu suatu organisasi membuar rencana-rencana baru, aktivitas baru, program-program baru, pengarahan yang baru, proyek yang baru dan saran-saran mengenai produksi baru.

2.2.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

A. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Effendy, 2011:32)

Perubahan yang meliputi perubahan pendapat, sikap dan perilaku, tidaklah selamanya dapat diramalkan sebelumnya, sebab banyak perubahan yang diakibatkan komunikasi terjadi secara spontan dan tidak disengaja. Tetapi jika dikehendaki suatu komunikasi yang efektif maka layak jiaka komunikasi itu direncanakan.

Bernard Bereleson (1972) dalam buku "Strategi Komunikasi" oleh Anwar Arifin 1994, memberikan pegangan bahwa suatu macam komunikasi, mengenai masalah tertentu, kepada orang-orang tertentu, di dalam kondisi tertentu pula, memberikan efek tertentu.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penetuan strategi komunikasi. Di sisi lain jika tidak ada strategi komunikasi yang baik dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Strategi komunikasi merupakan penerapan konsep strategi pada konteks konsep komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communications management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dapat dilakukan, dikarenakan pendekatan (*approach*) dapat berbeda dan sewaktu-wajtu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 1999:32)

Sedangkan Arifin, (1994:10) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai suatu berencana komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu dapat terjadi. Menurutnya, komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam perubahan masyarakat ataupun perubahan sosial. Perubahan merupakan hasil dari proses komunikasi.

2.2.4 Tinjauan tentang Sosialisasi

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam hidup bermasyarakat. Karena hal itu merupakan satu faktor terpenting untuk menciptakan interaksi sosial dan hubungan sosial.

Komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi diantara anggota masyarakat,

proses sosialisasi tidak akan berlangsung dengan baik. Jadi, dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal.

Proses sosialisasi tercipta berasal dari interaksi sosial, dan interaksi sosial tercipta dari komunikasi yang berjalan dengan lancar. Ketiga hal itu tak mampu dipisahkan karena saling berkaitan dan harus ada untuk menciptakan sosialisasi yang maksimal.

Kebiasaan-kebiasaan yang berkembang dalam tiap kelompok tersebut kemudian menghasilkan macam-macam sistem pernikahan yang berbeda satu dengan yang lain. Keseluruhan kebiasaan yang dipunyai manusia tersebut dibidang ekonomi, kekeluargaan, pendidikan, agama, politik, dan sebagainya harus dipelajari oleh setiap anggota baru masyarakat melalui suatu proses yang dinamakan sosialisasi (*socialization*). (Sunarto, 2004:21)

Menurut Berger manusia merupakan makhluk tak berdaya karena dilengkapi dengan naluri yang relatif tidak lengkap. Oleh sebab itu manusia kemudian mengembangkan kebudayaan untuk mengisi kekosongan yang tidak diisi oleh naluri.

Berger mendefinisikan sosialisasi sebagai proses melalui mana seorang anak belajar menjadi seorang anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

Beberapa ahli sosiologi berpendapat bahwa yang diajarkan melalui sosialisasi ialah peran-peran. Oleh sebab itu teori sosialisasi sejumlah tokoh sosiologi merupakan teori mengenai peran.

2.2.5 Tinjauan tentang Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung merupakan Lembaga Teknis Daerah dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 12 Tahun 2007, Tanggal 4 Desember 2007 serta merupakan penggabungan Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD) Dinas dan Kantor di lingkungan Pemerintah Kota Bandung yaitu Dinas Informasi dan Komunikasi dengan kantor Pengolahan Data Elektronik (KPDE). Dengan demikian Diskominfo berdiri sejak diberlakukannya PERDA Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentuan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung.

Dengan diterbitkan dan berlakunya Perda Kota Bandung Nomor: 13 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Perda Kota Bandung No. 13 Tahun 2007 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Kota Bandung Tanggal 7 Agustus 2009, maka Badan Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung.

Tugas pokok Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung adalah “Melaksanakan Sebagian Kewenangan Daerah di Bidang Penerangan”. Kewenangan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung menurut peraturan daerah Bandung No. 02 Tahun 2001 tentang kewenangan Daerah Kota Bandung sebagai daerah otonomi diantaranya:

1. Penetapan program pelayanan informasi dan komunikasi.
2. Peningkatan peran dan koordinasi kehumasan pemerintah kota.
3. Fasilitas pelayanan kebutuhan informasi mengenai kebijakan dan pelaksanaan kebijakan Pemerintah Kota.
4. Sosialisasi wawasan kebangsaan, hukum dan perundang-undangan serta produk-produk hukum daerah.
5. Penyelenggaraan penertiban dan kegiatan media informasi pemerintah daerah.
6. *Monitoring* dan sensor peraturan daerah film-film dan VCD yang bertentangan dengan nilai agama dan susila.
7. Penyelenggaraan pusat pelayanan informasi.
8. Penyelenggaraan pendaftaran dan pencatatan penertiban dan grafika, media cetak dan elektronik lokal.
9. Pemberian rekomendasi bagi pendirian gedung bioskop.
10. Pemberian pertimbangan kerjasama luar negeri di bidang-bidang penerangan di daerah.

11. Dokumentasi kegiatan dan produk-produk hukum daerah.

2.2.6 Tinjauan tentang Program Gerakan Sejuta Biopori

Berawal dari aspirasi masyarakat dan dari relawan yang ingin segera mengatasi permasalahan banjir di Kota Bandung. Ridwan Kamil selaku Walikota terpilih mendengar suara masyarakatnya karena permasalaha banjir ini memang harus cepat terselesaikan. Maka dari itu Ridwan Kamil mengeluarkan program "Gerakan Sejuta Biopori", yang memang sebelum terpilihnya Walikota Bandung Periode 2013-2018 program mengenai biopori sudah ada namun belum terealisasikan.

Gerakan Sejuta Biopori ini merupakan kegiatan gotong royong di seluruh wilayah Kota Bandung untuk membuat lubang resapan biopori dengan tujuan mencegah banjir, memanfaatkan sampah organis dan menabung air tanah. Permasalahan lingkungan yang terjadi di beberapa kota besar di Indonesia telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan, dan inilah yang mendorong pemerintah Kota Bandung mengajak seluruh warga Bandung untuk mengatasinya. Gerakan yang melibatkan lebih dari 400.000 kepala keluarga, di 9.691 RT, 1561 RW, 151 kelurahan dan 30 kecamatan ini merupakan program quickwins 2013 pasangan Walikota dan wakil Walikota Bandung 2013-2018.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran baik secara teoritis maupun konseptual. Adapun kerangka pemikiran secara teoritis dan konseptual, sebagai berikut :

2.3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (mind maping) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatknya sub fokus penelitian.

Pada kerangka teoritis ini peneliti mengambil definisi Strategi Komunikasi dari buku Anwar Arifin 1994 yang mengatakan bahwa Strategi Komunikasi adalah :

> Strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu dapat terjadi. Komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam perubahan masyarakat ataupun perubahan sosial. Perubahan merupakan hasil dari proses komunikasi. (Arifin, 1994:10)

1) **Perencanaan** adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang

terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. (Cangara, 2003:22)

2) **Pelaksanaan**, merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu badan atau wadah secara berencana, teratur dan terarah guna mencapai tujuan yang diharapkan.

   Implementasi atau perencanaan adalah suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut setelah program atau kebijaksanaan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijaksanaan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetepkan semula. [1]

2.3.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan diatas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis diatas diaplikasikan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu mengenai "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Dalam Mensosialisasikan

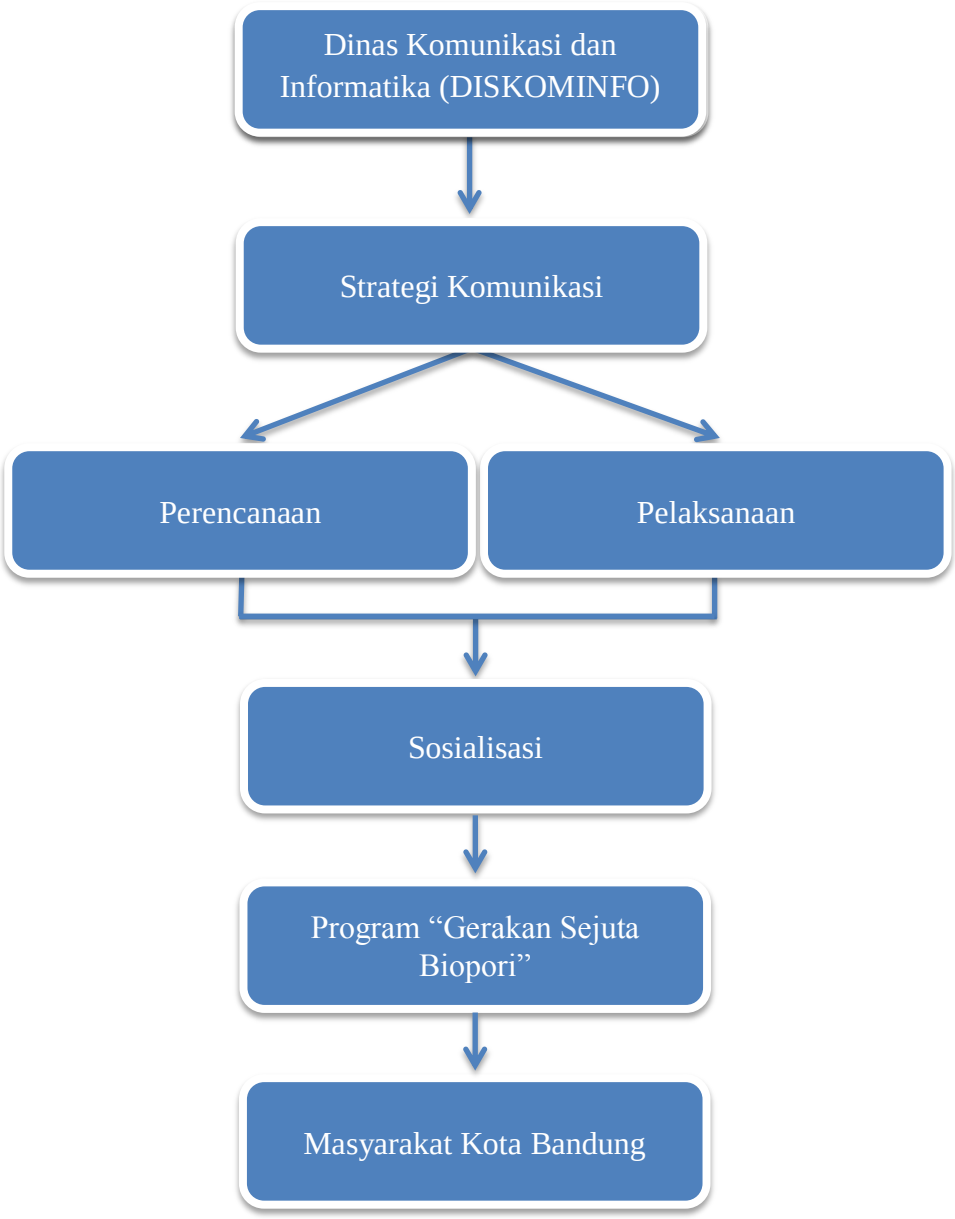
[1] http://ekhardhi.blogspot.com/2010/12/pelaksanaan.html Diakses 27 Maret 2014: 06.36 AM

Program “Gerakan Sejuta Biopori” Dikalangan Masyarakat Kota Bandung”.

1) **Perencanaan** oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam mensosialisasikan “Gerakan Sejuta Biopori”. Demi tersampaikannya informasi mengenai program biopori kepada masyarakat Kota Bandung. Pengorganisasian menjadi hal yang penting karena apabila organisasinya kurang baik maka informasi tidak akan sampai pada tujuan yang diharapkan.
2) **Pelaksanaan**, disini ialah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melaksanakan sosialisasi program “Gerakan Sejuta Biopori” dari awal hingga akhir. Agar apabila ada kesalahan dalam penyampaian informasi bisa segera ditanggulangi dan diselesaikan .

Berikut dibawah ini adalah model alur kerangka pemikiran yang peneliti hendak dijelaskan dalam penelitian ini :

Gambar 2.1
Model Alur Kerangka pemikiran



Sumber : Peneliti, 2014