

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi**

Communication diambil dari bahasa latin yang memiliki arti proses tukar pikiran. Secara garis besar komunikasi adalah proses persamaan makna sehingga terjadi tukar pikiran antara komunikator dan komunikan (Mulyana, 2010). Berikut kumpulan definisi komunikasi antara lainnya.

1. Harold U. Lasswell

Proses komunikasi tercipta atas deskripsi sesuatu atau seseorang dan mengucapkan ‘apa’ dengan cara bagaimana, serta kepada ‘siapa’ beserta efeknya.

2. Carl I. Hovland

Seorang komunikator mengirim stimulus menggunakan lambang bahasa, baik lisan maupun tidak lisan demi perubahan perilaku individu yang disebut sebagai proses komunikasi.

3. Theodore M. Newcomb

Pandangan terhadap komunikasi yaitu suatu tindakan pertukaran informasi dengan adanya rangsangan diskriminatif melalui sumber menuju penerima.

4. Gerald R. Miller

Terjadinya komunikasi melalui sumber pengiriman pesan penerima yang secara sadar berpengaruh pada tingkah laku penerima.

5. Everett M. Rogers

Proses komunikasi adalah perubahan perilaku penerima menggunakan pengalihan ide yang ditujukan kepada penerima satu sampai lebih.

6. Raymond S. Ross

Secara internasional komunikasi berupa proses pemilahan, pemilihan, dan pengiriman simbol-simbol yang bertujuan menstimulasi pendengar yaitu

memunculkan makna atau respon pikiran yang sama dengan maksud komunikator.

#### 7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante

Komunikasi merupakan sebuah transmisi informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak. Dari pemaparan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan suatu komunikasi berupa proses transmisi pesan dari komunikator (penyampai) kepada komunikan (penerima), dengan menggunakan suatu simbol untuk mengubah suatu tingkah laku seseorang. Yang diharapkan komunikan dapat menerima pesan dengan baik, sehingga terjadi kesepahaman antara komunikator dan komunikan dan dapat merubah tingkah laku seseorang dengan menggunakan lambang lambang bahasa

### **2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan sebuah proses penemuan makna antara media massa dengan para penerima pesan (Baran, 2009). Dalam prosesnya terdapat aspek yang terlibat yaitu komunikasi secara intrapribadi, antar individu satu dengan individu lainnya, kelompok atau organisasi. Fokus komunikasi massa pada wujud media, hubungan media dengan masyarakat, media dengan audien, dan budaya yang timbul dari akibat komunikasi massa kepada individu.

Menurut (Severin & Tankard, 2011), tujuan komunikasi massa dapat diuraikan secara detail diantaranya.

1. Pengaruh komunikasi massa. Pengaruh tersebut secara sengaja diinginkan seperti pengumuman voting yang telah dipilih dan tidak diinginkan seperti tingginya tindakan kekerasan pada masyarakat.
2. Manfaat komunikasi massa. Manfaat tersebut terasa bermakna saat digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan pengaruhnya. Hal ini karena adanya peranan aktif pada audien. Terdapat faktor gabungan yang bertujuan memberikan tekanan pada kesibukan audien serta penggunaan komunikasi massa. Faktor tersebut adalah psikologi kognitif dan pemrosesan informasi. Adapun faktor lain yang memicu pada perubahan teknologi atau pergerakan teknologi. Komunikasi tidak terealisasikan akibat semakin banyak pilihan

pengguna komunikasi, variasi isi yang besar, dan keterlibatan pengguna dengan isi komunikasi secara aktif dan individual.

3. Pembelajaran media massa.

4. Media massa memiliki peran dalam terciptanya perspektif dan nilai-nilai masyarakat. Tokoh masyarakat lebih sadar pentingnya peranan komunikasi massa, terlebih lagi untuk mengubah pandangan atau nilai masyarakat. Pada tayangan acara atau film di televisi, tokoh masyarakat cenderung akan ikut mengkritik dan membesarkan masalah hanya didasari oleh spekulasi semata. Padahal dalam nalurnya isi media massa mempunyai kebenaran dalam pengaruh nilai masyarakat.

### **2.3 Komunikasi Publik**

Komunikasi publik adalah komunikasi yang penting dan strategis. Strategis dalam artian dapat dengan mudah menyampaikan ide atau gagasan melalui program, presentasi, data dan lain sebagainya kepada khalayak umum. Komunikasi publik penting karena banyak digunakan oleh individu atau kelompok untuk menyampaikan pesan dengan topik tertentu. Biasanya individu akan mengumpulkan dan membagikan informasi untuk individu ataupun kelompok lainnya. Informasi yang didapatkan bisa melalui pemerintah, partai politik, kursus akademik, swasta dan lain sebagainya.

Pada suatu program komunikasi publik digunakan dengan tujuan memberikan informasi dan persuasi, membangun hubungan, dan menggerakkan dialog terbuka dalam komunitas untuk mendapat solusi dalam permasalahan yang dibahas. Hal ini sudah mencakup penerapan penelitian, teori, teknis, dan prinsip desain suara dengan penyusunan pesan yang sukses.

Komunikasi publik sebagai kegiatan dan skema komunikasi untuk publik sasaran, (Dennis Dijkzeul dan Markus Moke , 2005). Menurut Aprilia Angelina Anggraini, Dina Ainur Rizka dan Farhana Mestika dalam buku Komunikasi Publik Sebagai Deliberative Public Policy (Aprilia, Dina, & Farhana, 2020), tujuan komunikasi publik yaitu menyiapkan informasi untuk memberi

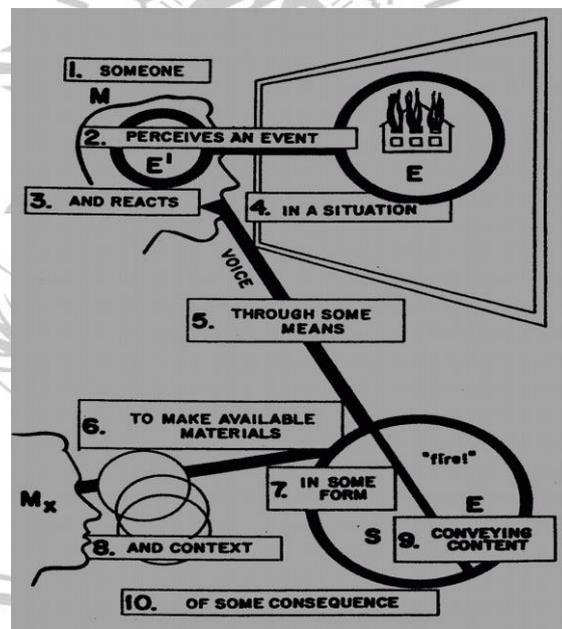
peningkatan atas kepedulian dan memberi pengaruh sikap dan perilaku publik sasaran.

## 2.4 Model Komunikasi

Peneliti menggunakan komunikasi dengan model yang telah dipaparkan Gerber, Model Komunikasi Gerbner (1956), yaitu suatu perluasan dari model Laswell. Komunikasi model berupa model verbal dan model diagramatik (Mulyana, 2010).

**Mode Verbal:** Orang yang disebut sumber menggunakan alat (media, saluran, fasilitas manajemen, teknik fisika, dan badan pengatur distribusi) untuk menyajikan suatu peristiwa dan dalam kondisi tertentu untuk menyajikan bahan atau materi dalam bentuk dan konteks yang berisi konten dengan hasil.

**Gambar 2.1**  
**Model Pictorial Gerbner**

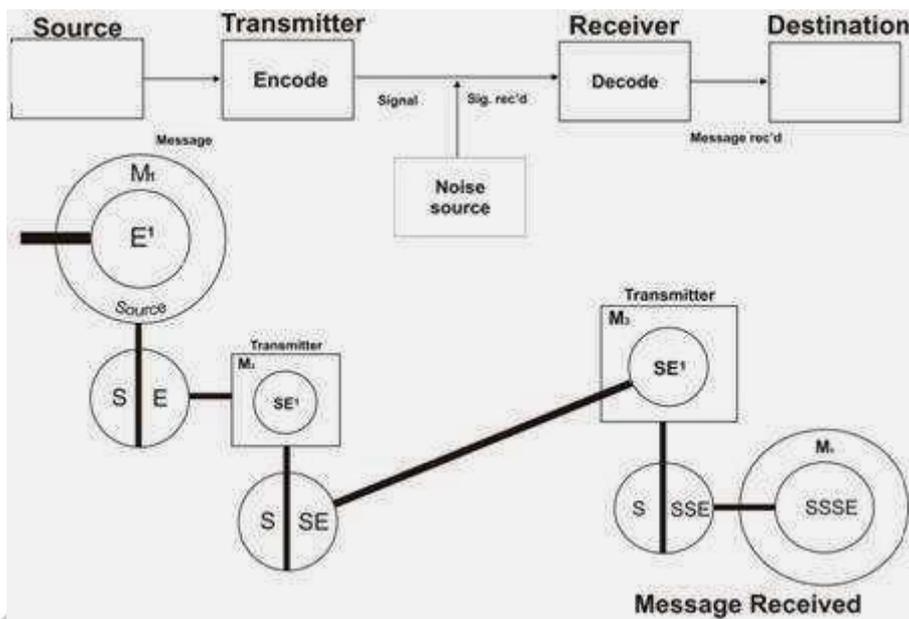


*Sumber: Mulyana (2014:160)*

1. Seseorang (*Someone*), merupakan komunikator dan komunikan atau sumber
2. Melihat suatu peristiwa (*Perceives an event*) mempersepsi suatu kejadian
3. Reaksi (*And react*) merupakan suatu reaksi
4. Dalam sebuah situasi (*In a situation*) merupakan sebuah situasi fisik/psikologi/sosial
5. Melalui beberapa cara (*Throught some means*) merupakan saluran atau suatu media
6. Mempersiapkan bahan (*To make available materials*) merupakan distribusi dan administrasi
7. Bentuk-bentuk (*In some form*) merupakan bentuk, struktur dan suatu pola
8. Konteks (*And context*) merupakan suatu konteks atau Pesan
9. Penyampaian Pesan atau isi (*Conveying content*) merupakan makna dari pesan yang disampaikan
10. Konsekuensi (*Of some consequence*) merupakan suatu akibat dan hasil

Dan kesimpulan dari model komunikasi yang di kemukakan oleh Gerbner adalah dimana Seorang komunikator atau komunikan mempersepsi objek untuk suatu peristiwa, menggunakan alat atau saluran tertentu untuk menanggapi situasi tertentu, dan apa yang dikomunikasikan ada dalam konteks tertentu dalam arti tertentu dan memiliki hasil tertentu dan proses yang efektif.

**Model Diagramatik: Model Diagramatik:** Seseorang mendeteksi suatu persepsi peristiwa dan mengirimkan beberapa pesan ke penerima sinyal yang memberi sinyal kepada pengirim atau penerima. Pada transmisi ini, sinyal terganggu dan menjadi SSSE tujuan.



Gamba

r 2.2

Model diagramatik Gerbner (dibandingkan dengan model Shannon dan Weaver)

Sumber: Mulyana (2014:161)

1. Seseorang diwakili oleh M untuk (manusia), atau M jika urutan komunikasi mencakup perangkat mekanis. M dapat menjadi pengirim atau penerima pesan. Perannya ditafsirkan berdasarkan posisinya dalam urutan komunikasi.
2. E' adalah peristiwa yang dikenali oleh M
3. S/E adalah pernyataan terkait peristiwa
4. SSE adalah sinyal untuk pernyataan tentang suatu peristiwa
5. SSSE adalah hasil yang dikirimkan

Kesimpulan dari model ini menunjukkan bahwa seseorang mendeteksi suatu peristiwa, mengirim pesan ke pemancar, kemudian memberitahukan kepada penerima. Dalam transmisi ini, sinyal diinterferensi dan ditandai sebagai SSSE target.

## 2.5 Media Digital

Menurut (Flew,2008) media digital adalah media yang kontennya berbentuk suatu gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.

Dapat dikatakan jika media digital merupakan media online yang terjadi secara online di internet. M.Romli dan Asep Syamsul menjelaskan dalam buku (Romli & Syamsul, 2012) Pengertiannya dibagi menjadi dua pengertian, yaitu,

1. Secara umum dapat kita pahami jika media online, adalah suatu hal yang hanya dapat diakses melalui internet, termasuk tulisan, gambar, audio maupun video. Dalam definisi umum ini, media online dapat diartikan sebagai sarana komunikasi secara online dimana dalam kategorinya meliputi email, website, milis (mailing list), blog, whatsapp dan media sosial (social media).
2. Secara khusus, konsep media online berkaitan dengan konsep media dalam konteks komunikasi massa. Media massa mengacu pada komunikasi massa dan memiliki karakteristik khusus seperti publisitas dan pengulangan.

Media online adalah istilah umum untuk media yang yang berdasarkan komunikasi dan multimedia. Masing-masing memiliki karakteristik tersendiri tergantung fasilitas yang tersedia bagi pengguna, seperti portal, website, TV online, radio online, dan media online.

## 2.6 Media Massa

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan oleh sumber kepada penerima atau khalayak umum dengan menggunakan alat-alat komunikasi (Cangara ,2018). Media dalam konteks komunikasi merupakan alat, sarana atau media yang digunakan untuk melakukan penyampaian suatu pesan dari komunikator kepada komunikan. Beda halnya dengan pesan yang disampaikan kepada khalayak umum atau masyarakat yang

luas biasanya menggunakan media massa. Beberapa ahli mendefinisikan media massa sebagai.

1. Danis McQuail (2000)

Media massa memiliki sifat atau katarestik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (Universality of reach), bersifat publik, dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa

2. Wilbur Lang Schram

Media massa adalah suatu kelompok kerja yang terorganisir disekitar beberapa perangkat untuk mendengarkan pesan yang sama, pada waktu yang samake sejumlah besar orang

3. Nova (2005)

Media massa berdasarkan sifatnya terbagi menjadi dua yaitu media cetak berupa surat kabar, majalah, brosur, pamflet dan lain lain, serta media elektronik berupa televisi, radio, internet dan lain lain.

4. Vivian (2008)

Media massa adalah sumber berita dan hiburan juga sebagai pembawa pesan persuasi

Terlihat media massa memiliki karakteristik tersendiri, karakteristik ini membuat kita mudah untuk mengetahui apa saja yang tergolong ke dalam media masaa, maka dari itu Media massa memiliki kerakteristiknya sendiri. Menurut (Cangara,2018) media massa memiliki karakteristiknya sendiri yaitu :

1. Bersifat melembaga

Maksudnya dari pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian infromasi

2. Bersifat satu arah

Artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda

3. Meluas dan Serempak

Maksudnya yaitu dapat maelintasi rintang waktu dan jarak, sebab media massa memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, karna informasi yang disebarkan diterima oleh orang banyak dan dalam waktu yang sama

#### 4. Bersifat terbuka

Artinya pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapa saja, dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa

#### 5. Menggunakan peralatan teknis

Proses penyebaran informasinya oleh media massa biasanya menggunakan bantuan peralatan teknis seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.

### **2.7 Diseminasi Informasi**

Diseminasi informasi adalah kegiatan memperoleh informasi, meningkatkan kesadaran, dan pada akhirnya memungkinkan kelompok sasaran atau individu untuk menerima dan menggunakan informasi (Arifin, 2016). Nurziza (2018) mengatakan bahwa penyebaran informasi merupakan suatu kegiatan yang direncanakan dan didistribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Penyebaran itu sendiri memiliki arti lain. Tujuan diseminasi itu sendiri adalah “untuk merujuk, atau setidaknya untuk mengatakan, informasi yang dapat mengubah sikap pemohon saat ia memperoleh gambaran, pengalaman, dan pola kehidupan budaya baru masyarakatnya” (Retnowati, 2014).

Penyebaran informasi juga terkait dengan komunikasi dengan menggunakan faktor 5W+1H (Rodiah, Budiono, & Rohman, 2018). Namun, proses komunikasi dan penyebaran informasi yang bermanfaat hanya akan terjadi jika sumber informasi tersebut dapat menggiring penerimanya untuk percaya dan bertindak sesuai dengan informasi yang diterimanya (Prihandoyo, 2014). Proses komunikasi yang bermanfaat dan penyebaran informasi hanya mungkin jika penerima menciptakan sesuatu dan percaya pada sesuatu. Kekuatan komunikasi dan informasi terletak pada kemampuannya untuk memprediksi sendiri tentang

harapan, aspirasi, moral, nilai, objektivitas, dan tujuan yang nyata dan merupakan milik khalayak penerima (Sholehah, 2020).

## **2.8 Informasi Publik**

Informasi dari sudut pandang sistem informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang bermanfaat dan berarti bagi penerima dalam pengambilan keputusan saat ini atau yang akan datang (Gordon. B Davis, 1999). Untuk pengertian informasi publik sendiri adalah informasi yang disimpan, dikelola, dihasilkan, dikirim atau diterima oleh badan publik yang berhubungan dengan penyelenggaraan dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggaraan badan publik lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta informasi yang berkaitan dengan informasi publik (Marbun, 2013), informasi dapat dikategorikan terdiri atas:

1. Informasi yang wajib diumumkan dan disediakan secara berkala
2. Informasi yang wajib diumumkan secara serta merta
3. Informasi yang wajib disediakan setiap saat
4. Informasi yang dikecualikan

Menurut UU Nomor 14 Tahun 2008 menjelaskan jika informasi publik merupakan sebuah pemberitahuan yang dikelola, dikirimkan, disimpan, dan diterima oleh lembaga publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan atau penyelenggaraan negara atau penyelenggara dan pengelolaan lembaga publik sesuai dengan peraturan UU ini. Keterbukaan informasi publik sangat penting sehingga semua tindakan serta kebijakan akan diambil otoritas publik, terutama pemerintah, berada di bawah kendali publik. Dalam demokrasi, pelaksanaan kekuasaan harus selalu dapat dipertanggungjawabkan kepada publik (Krisyanto, 2016). Dan menurut UU Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008, semua masyarakat berhak menerima empat jenis informasi publik:

1. Informasi merupakan hak semua masyarakat

2. Komitmen otoritas publik untuk melayani dan menyediakan permintaan informasi secara sederhana, tepat, cepat, biaya rendah dan memiliki ketepatan waktu.
3. Bersifat terbatas dan ketat
4. Komitmen Pembesar Umum untuk mereformasi sistem dokumentasi dan layanan informasi.

## **2.9 Pembangunan Daerah**

Pembangunan daerah adalah suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumber-sumber daya yang ada serta membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru selain itu juga merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut (Arsyad, 1999) dalam (Santoso, 2013). Dalam pelaksanaan pembangunan daerah di Indonesia banyak mengalami hambatan pemerintah menetapkan otonomi daerah pada tahun 2001 bertujuan untuk menjadikan pemerintah dekat dengan masyarakat, sehingga pelayanan pemerintahan dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif

Pembangunan daerah sebuah proses dimana pemerintah daerah dan masyarakat memproses dan mengelola sumber daya yang ada untuk tujuan membangun sistem kemitraan melalui pemerintah daerah dan sektor swasta untuk mempromosikan pengembangan kegiatan ekonomi lokal sekaligus menciptakan lapangan kerja baru. Kami berharap otonomi daerah akan membantu pemerintah daerah memecahkan masalah pengelolaan daerah sehingga mereka Dalam posisi yang lebih baik untuk secara mandiri memobilisasi sumber daya dan mencapai tujuan pembangunan daerah. Ada tahapan kegiatan dimana berbagai elemen pemangku kepentingan terlibat untuk menggunakan dan mengalokasikan sumber daya yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan sosial di lingkungan lokal/lokal selama periode waktu tertentu.

Tercapainya pembangunan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional, menjamin pemerataan pendapatan bagi semua, dan mewujudkan prinsip-

prinsip keadilan dan keadilan sosial. Pembangunan daerah merupakan suatu proses yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat dengan mengelola sumber daya yang ada. salah satunya dengan membentuk kemitraan antara pemerintah daerah serta sektor swasta guna menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pembangunan ekonomi (pertumbuhan ekonomi).

## **2.10 Pemerintah Daerah**

Sesuai dengan asas otonomi daerah, pemerintah daerah dan wakil rakyat menyelenggarakan urusan pemerintahan dan berfungsi untuk mendukung asas otonomi seluas-luasnya dalam anggaran dasar negara kesatuan republik. Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pemerintahan Indonesia sekarang ini diselenggarakan sebagai pemerintahan daerah menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. DPRD dan walikota diangkat sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang dilimpahkan oleh rakyat untuk melaksanakan tugas pemerintahan yang diserahkan kepada daerah. Sehingga, ketua DPRD dan kepala daerah di lokalisasi sebagai mitra sejajar dengan fungsi yang berbeda. DPRD mempunyai tugas merumuskan, menganggarkan, dan mengawasi peraturan daerah, dan kepala daerah bertanggung jawab menegakkan peraturan daerah dan kebijakan daerah. Dalam menyelenggarakan dan menyelenggarakan urusan pemerintahan di bawah yurisdiksi daerah pemilihannya, Perwakilan Demokrat dan Presiden Daerah didukung oleh lembaga-lembaga lokal. Di setiap daerah, setiap daerah memiliki prioritas yang berbeda-beda yang ditujukan untuk kesejahteraan masyarakatnya. Dalam hal ini merupakan pendekatan yang timpang, tetapi prioritas penyelenggaraan negara akan berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya tergantung pada sifat daerah dan kebutuhan penduduknya (Jogloabang, 2016).

Pemerintah daerah adalah organisasi atau lembaga pemerintah yang bertanggung jawab kepada presiden daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Ukuran organisasi perusahaan lokal untuk mengakomodasi layanan pemerintah yang penting dan berprioritas tinggi harus meminimalkan faktor-faktor seperti populasi, wilayah, beban kerja, dan kapasitas keuangan lokal. Setiap wilayah juga memiliki ukuran organisasi yang berbeda di setiap otonominya

untuk membiayai fluktuasi beban kerja di setiap wilayah. Dalam uraian tersebut maka dapat klasifikasi layanan dari jenis yang sesuai untuk membentuk perangkat lokal yang efektif serta efisien demi menciptakan sebuah sinergi dalam pengembangan potensi unggulan antara kelompok lokal dengan kementerian dan nonkementerian, maka perlu dilakukan identifikasi wilayah dengan menempatkan peta kementerian/non kementerian di tengah. Potensi atau prioritas tinggi sesuai dengan pekerjaan kementerian/lembaga pemerintah.

