

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Setiap penelitian tidak akan terlepas dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Hal ini dikarenakan ilmu mempunyai sifat untuk berkembang dan diperbarui seiring berjalannya waktu. Penelitian terdahulu mempunyai perbedaan dan persamaan baik pada variabel data, teknik penelitian, teori penelitian, lokasi penelitian, dan lain sebagainya.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dari penelitian pada dengan judul Strategi Komunikasi Humas Polresta Surakarta Dalam Sosialisasi Aplikasi Siolos, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Bisnis Dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta (Prasetyo, 2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi humas Polresta Surakarta menggunakan teori strategi komunikasi milik Firsan Nova (2011). Persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan berupa pembahasan mengenai strategi komunikasi suatu lembaga atau organisasi. Adapun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, rumusan permasalahan yang terletak pada sosialisasi dari sebuah aplikasi Siolos dengan penelitian ini yang mempunyai fokus permasalahan membangun *e-government* melalui *website* desa.

Penelitian terdahulu yang kedua merupakan penelitian dengan judul Analisis Strategi Komunikasi Dalam E-Government Di Pemerintah Kabupaten Penajam Paser Utara, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia (Wijaya, 2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi komunikasi dalam melaksanakan perencanaan *e-government* di masyarakat menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan klasifikasi unsur komunikasi seperti kebijakan komunikasi, perencanaan komunikasi, sistem komunikasi, dan implementasi dalam melakukan perencanaan strategi komunikasi program kerja *e-government*. Persamaan dengan penelitian ini adalah rumusan permasalahan dimana kedua jenis penelitian sama-sama meneliti mengenai strategi komunikasi. Adapun

perbedaan dari penelitian ini adalah penggunaan teori yang digunakan, penelitian yang lebih berfokus terhadap kegiatan perencanaan yang telah dilakukan.

Ketiga merupakan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemberdayaan Desa Wisata Kemiren Dalam Upaya Mendukung *Sustainable Development Goals*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya (Taufik, 2022). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Pokdarwis dan pemangku kepentingan lain dalam pengembangan pariwisata lokal di Desa. Hasil dalam penelitian ini menjelaskan mengenai keberhasilan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pokdarwis dan pemangku kepentingan lain dalam pengembangan dan pemberdayaan program desa wisata Kemiren. Terdapat persamaan dengan penelitian ini dimana membahas mengenai strategi komunikasi dan lembaga yang dijadikan subjek penelitian juga sama berupa lembaga desa. Adapun perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah perbedaan dalam mengumpulkan data dimana data dikumpulkan secara *offline* dan *online*, perbedaan rumusan masalah berupa pemberdayaan desa wisata dalam upaya mendukung *sustainable development goals*.

2.2 Definisi Komunikasi

Definisi dari komunikasi adalah proses pembentukan sebuah makna melalui pertukaran simbolik (Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2017). Berdasarkan definisi tersebut, simbolik dapat berupa informasi, ide, emosi yang disampaikan dengan menggunakan perantara atau media seperti secara lisan, tulisan, visual dan non visual. Definisi lain komunikasi adalah penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Efek tersebut bervariasi dari memahami sampai melakukan sesuatu. Hal ini bisa dikaitkan dengan tujuan komunikasi itu sendiri (Effendy, 2017). Manusia hidup sebagai makhluk sosial berarti mereka tidak dapat hidup tanpa bantuan dari orang lain, hal ini bermakna bahwa komunikasi memiliki peran sebagai salah satu penopang keberlangsungan kehidupan manusia selain kebutuhan pokok lain seperti makanan, minuman, dan lain-lain sebagainya.

Berdasarkan definisi komunikasi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan kegiatan penyaluran sebuah informasi dari komunikator atau pihak yang menyampaikan informasi kepada target penerima komunikasi dengan tujuan tertentu dan memiliki efek serta umpan balik. Komunikasi dinilai efektif jika pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh target penerima yang dapat dilihat berdasarkan umpan balik atau respon mereka terhadap informasi yang diterima.

2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan (Maparesa, 2019). Terdapat alur atau tahapan yang mendasari kegiatan komunikasi dari seseorang kepada orang lain. Menurut formula Lasswell (2007) memberikan penjelasan bahwa dalam komunikasi terdapat 5 unsur yang terjadi dalam proses komunikasi, yaitu:

- a. *Who* (Siapa), yaitu seseorang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi.
- b. *Says what* (Apa yang dikatakan), berupa sebuah pernyataan dari sebuah informasi, opini, ide, pesan, yang diberikan dari seorang komunikator kepada penerima pesan.
- c. *In What Channel* (Melalui saluran apa), berupa media perantara kegiatan penyaluran informasi dari komunikator. Dapat berupa komunikasi secara langsung dengan cara bertatap muka atau komunikasi tidak langsung yang menggunakan perantara media lain seperti telepon.
- d. *To Whom* (Kepada siapa), merupakan target sasaran dari proses komunikasi.
- e. *With What Effect* (Dengan efek apa), adalah hasil yang ditimbulkan dari informasi yang telah disampaikan dan dipahami oleh target sasaran proses komunikasi

2.4 Strategi Komunikasi

Menurut Craig & Grant strategi adalah penetapan sasaran dan sebuah tujuan jangka panjang oleh suatu kelompok atau organisasi dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tersebut (Tullah, 2019). Adapun pendapat menurut Pearce dan Robinson yaitu strategi adalah

rencana dengan skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan (Nugraha, 2017). Hal ini dipertegas Cohen (Budi Kusumawardani dkk., 2023) bahwa strategi komunikasi adalah upaya sistematis oleh pembelajar untuk mengekspresikan makna dengan bahasa target di mana aturan bahasa target yang sistematis belum terbentuk.

Berdasarkan definisi keseluruhan dari strategi komunikasi adalah sebuah cara-cara, kiat ataupun taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi (Cangara, 2019). Dalam menyusun strategi terdapat hal-hal yang harus diperhatikan seperti aturan atau hukum yang berlaku, etika dan budaya yang ada serta faktor internal yang ada dalam kelompok atau organisasi. Dengan memperhatikan situasi dan keadaan setempat, sebuah strategi dapat disusun dan diimplementasikan dengan baik oleh anggota organisasi atau lembaga.

Adapun aspek-aspek dalam strategi komunikasi menurut Anwar Arifin (2010) sebagai berikut :

a. Mengetahui Khalayak

Mengetahui khalayak yang menjadi target utama dari kegiatan komunikasi akan berdampak positif terhadap efektifitas komunikasi. Komunikator perlu menyesuaikan pesan agar relevan dan diterima dengan baik oleh khalayak. Dalam proses komunikasi, peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis; mereka bisa saling bertukar peran dan memengaruhi satu sama lain.

b. Menyusun Pesan

Penyusunan pesan merupakan tahap dimana informasi disusun dan dibuat berdasarkan materi informasi yang akan disampaikan kepada khalayak. Dalam penyusunan pesan, pemahaman dari komunikator mengenai khalayak menjadi salah satu kunci dari berhasilnya kegiatan komunikasi. Pesan yang efektif tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu memengaruhi khalayak. Penting untuk memilih kata-kata yang mudah dicerna dan menggunakan berbagai simbol atau elemen visual yang menarik perhatian.

c. Menentukan Metode

Menentukan metode yang sesuai mempengaruhi efektivitas komunikasi. Metode ini dapat ditinjau dari dua aspek utama yaitu (1) cara pelaksanaan yang memiliki keterkaitan dengan proses komunikasi dan (2) bentuk isi yang mengacu pada cara pernyataan mengenai pesan yang disampaikan beserta dengan maksud yang ingin disampaikan.

d. Pemilihan Media

Dengan menentukan media yang tepat, pesan yang disampaikan dapat tersampaikan kepada khalayak secara efektif. Media yang digunakan dapat menyesuaikan dengan keadaan sekitar dan khalayak sasaran.

2.5 E-Government

Definisi dari *e-government* berdasarkan Bank Dunia yaitu penggunaan teknologi dalam penyebaran informasi oleh instansi pemerintahan dengan menggunakan *wide area networks*, *computer mobile*, internet dan teknologi sejenis lainnya yang dapat mengubah hubungan antara pemerintah dengan rakyat, kelompok bisnis, aparat pemerintah lainnya (Ramadhan, 2024). Adapun menurut Eddy Satriya mendefinisikan *e-government* sebagai strategi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk berbagai keuntungan. Ini mencakup peningkatan efisiensi operasional dan pengurangan biaya bagi pemerintah, penyediaan layanan publik yang lebih baik, pembukaan akses informasi yang lebih luas untuk masyarakat, dan pada akhirnya, terwujudnya pemerintahan yang lebih bertanggung jawab dan transparan (Untari, 2018).

Menurut Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 mengenai kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-government* upaya dari dilakukan pengembangan *e-government* dalam penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik dalam rangka meningkatkan kualitas layanan publik secara efektif dan efisien (Inpres, 2003). Pemanfaatan teknologi informasi mencakup dua aktivitas yang saling berkaitan, adapun dua aktivitas tersebut yaitu (1.) pengolahan data, pengolahan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik; (2.) pemanfaatan kemajuan teknologi informasi agar pelayanan publik dapat

diakses secara mudah dan murah oleh masyarakat di seluruh wilayah negara Indonesia.

2.6 Website

Website merupakan sebuah kumpulan halaman-halaman web beserta file-file pendukungnya, seperti file gambar, video, dan file digital lainnya yang disimpan pada sebuah *web server* yang umumnya dapat diakses melalui internet. Menurut Gregorius *website* adalah serangkaian halaman web yang saling terhubung dan memiliki file-file yang saling berkaitan (Pangabea & Wijaya, 2024). *Website* ini biasanya terdiri dari satu homepage yang berfungsi sebagai halaman utama atau teratas, dengan halaman-halaman lain yang disebut *child page* berada di bawahnya. *Child page* ini umumnya memuat *hyperlink* yang mengarahkan pengguna ke halaman lain di dalam situs web tersebut. Didalam *website* terdapat komponen-komponen lain yang menjadi penopang berdirinya *website* seperti *web server*, HTML, dan *web browser*. Adapun pendapat lain mengenai definisi dari *website* menurut Lukmanul merupakan sebuah fasilitas yang menghubungkan dokumen dalam lingkup jarak lokal dengan jarak jauh dengan memanfaatkan internet (Charlina dkk., 2022). Dokumen pada *website* disebut dengan *web page* dan link dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu halaman ke halaman lain.

2.7 Analisis SWOT

Menurut Namugenyi dkk menjelaskan bahwa dalam analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) dimana proses pengambilan keputusan strategis memiliki keterkaitan yang kuat dengan pengembangan misi, tujuan, dan kebijakan dari sebuah perusahaan (Pasaribu & Sinulingga, 2024). Analisis SWOT membandingkan kedua faktor tersebut, dimana faktor eksternal merupakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), sedangkan faktor internal merupakan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Adapun pengertian empat faktor yang ada pada analisis. Adapun penjelasan SWOT sebagai berikut:

a. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan adalah bagian dari beberapa faktor internal yang menunjukkan tentang karakteristik mengenai apa yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjukkan kekuatannya. Hal ini secara khusus memberikan kelebihan bagi perkembangan bisnis dan dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan peluang sukses yang dimiliki.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan pada SWOT dapat menghambat keberhasilan dari sebuah kegiatan atau produk. Kelemahan berasal dari faktor internal dalam organisasi atau kelompok, hal ini tidak dapat dihindari melainkan kelemahan harus diminimalisir sekecil-kecilnya hingga tidak menjadi pengganggu faktor keberhasilan.

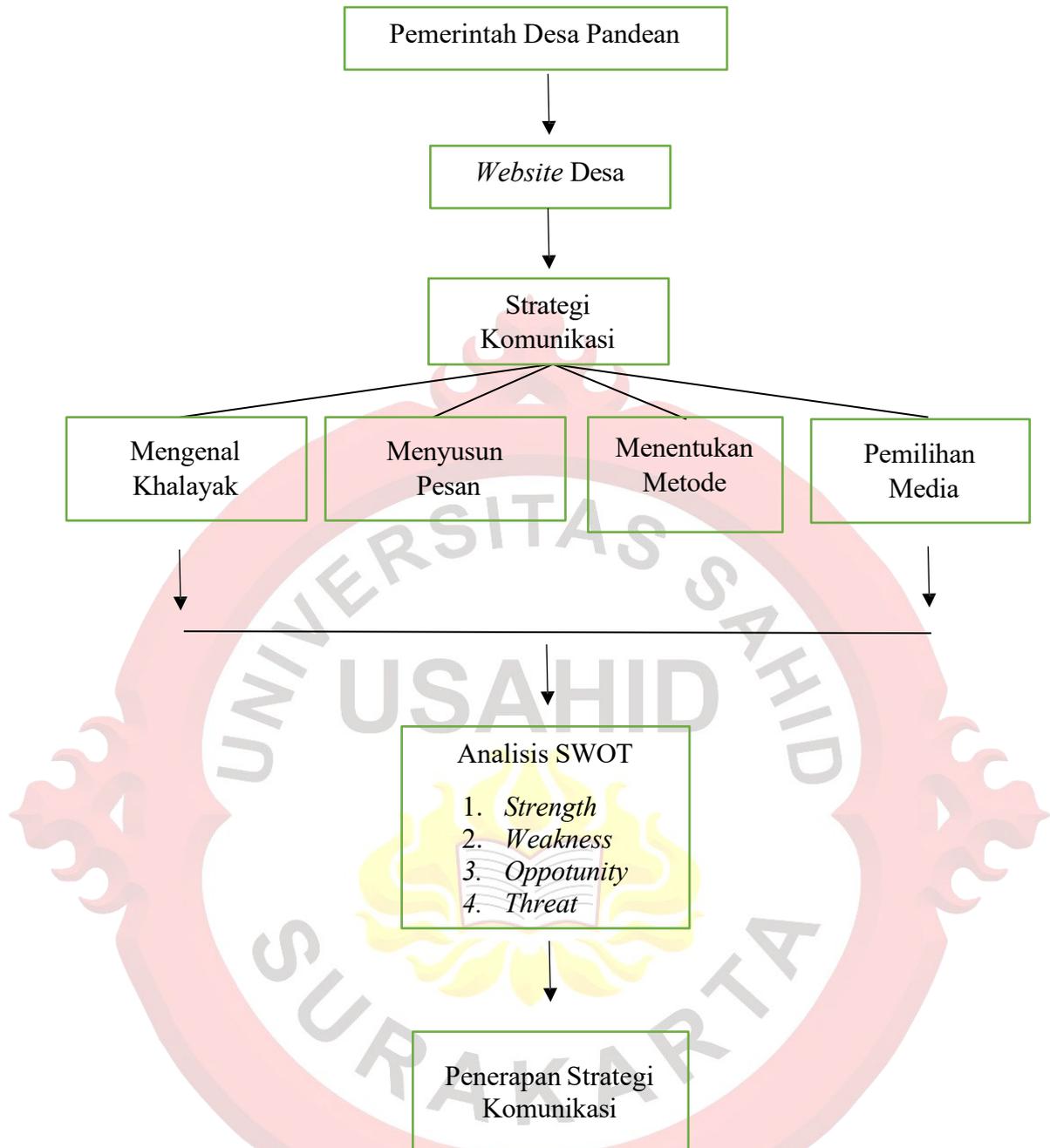
c. *Opportunity* (Peluang)

Peluang merupakan unsur ekstrinsik pada faktor eksternal perusahaan. Dalam peluang, pelaku bisnis mencari ciri khas yang mempunyai keterkaitan dengan peluang-peluang yang ada dari lingkungan atau sektor-sektor terkait untuk mendorong kemajuan perusahaan.

d. *Threat* (Ancaman)

Ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan yang berkaitan dengan situasi yang mengancam dari luar perusahaan. Unsur ancaman dapat menyebabkan rangkaian masalah yang dapat menyebabkan kegagalan dan kesulitan yang akan dihadapi oleh perusahaan

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar II. 1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi Pemerintah Desa Pandean Kabupaten Ngawi dalam membangun *e-government* melalui *website* desa dengan menggunakan teori strategi komunikasi

dari Arifin Anwar (2010) yang mencakup empat aspek strategi komunikasi : mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, pemilihan media dan analisis SWOT yang akan menganalisa sejauh mana penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Pandean.

Dalam penerapan *e-government* yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Pandean melalui *website* desa, dilakukan kegiatan pembagian informasi dan pelayanan publik. Adapun informasi yang dibagikan kepada publik, merupakan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah desa dan lembaga-lembaga lain yang berada dibawah naungan pemerintah desa seperti lembaga pendidikan, gapoktan, PKK, dan lain sebagainya. Dalam *website* Desa Pandean juga memberikan informasi mengenai profil desa dan data kependudukan dari desa yang disajikan dalam bentuk grafik dan tabel. Pelayanan publik dalam *website* desa diterapkan dengan cara memberikan pengunjung *website* untuk melakukan komplain mengenai permasalahan yang ada di desa dan bertanya melalui kolom komentar pada sebuah artikel berita yang telah diunggah pada *website* desa.

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan dari strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Desa Pandean dalam membangun *e-government* melalui *website* desa. Merupakan hal yang krusial untuk mendapatkan saran dan kritik mengenai proses berjalannya kegiatan baik secara internal maupun dari eksternal, sehingga dapat terjadi perubahan yang mengarah ke sisi positif dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam peningkatan dari kegiatan strategi komunikasi pemerintah desa kepada masyarakat desa