

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian model komunikasi ini bukan hanya penulis saja yang meneliti tentang hal tersebut. Melainkan ada beberapa penelitian terdahulu mengenai model komunikasi. Berikut beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dalam penelitian ini :

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Kurnia Bagus Aditya Universitas Sahid Surakarta 2023
Judul Penelitian	Model Perencanaan Komunikasi Humas Polres Sukoharjo Dalam Membangun Citra Dengan Kegiatan Sosialisasi Vaksin Covid -19 Melalui Media Instagram
Persamaan	Dalam penelitian tersebut mempunyai persamaan tentang perencanaan komunikasi yang digunakan oleh peneliti dalam meneliti sebuah instansi
Perbedaan	Dalam penelitian ini terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian ini mengacu pada strategi yang dibangun humas untuk membangun citra

Peneliti	Firda Safira Universitas Sahid Surakarta, 2020
Judul Penelitian	Strategi dan Model Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purworejo dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pengaduan Online Rakyat Purworejo (PORJO) kepada Masyarakat
Persamaan	Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu meneliti tentang model komunikasi yang dijalankan dinas pemerintahan melalui sosialisasi kepada masyarakat, dan juga memiliki teori sama.
Perbedaan	Dalam penelitian tersebut diikutsertakan juga strategi komunikasi yang digunakan oleh humas Dinas Pemerintahan Kabupaten Purworejo

Peneliti	Eva Fahimah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016
----------	---

Judul Penelitian	PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI (STUDI KASUS: PT. NADHIROTUL ZAHRA TOUR & TRAVEL AL-IFFAH
Perbedaan	Dalam penelitian ini persamaan yang ada, yaitu meneliti tentang sistem informasi agar mengetahui kelemahan sebuah sistem informasi tersebut.
Perbedaan	Dalam penelitian ini terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian ini mengacu pada arsitektur sistem informasi.

2.2 Definisi Komunikasi

Istilah Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication*. Yang bersumber dari kata komunis yang berarti sama. Maksud kata sama disini ialah sama gagasan atau makna, maka komunikasi bisa terjadi karena terdapat kesamaan gagasan mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan di terima oleh komunikan.

Komunikasi memegang peran penting dalam kehidupan manusia, manusia dapat hidup sendiri sehingga membutuhkan interaksi dengan pihak lain. Jembatan interaksi tersebut dilakukan melalui komunikasi. Pada saat berkomunikasi pihak yang menyampaikan pesan atau komunikator berusaha menyampaikan pesan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan atau komunikan, dan kemudian komunikan akan memberikan *feedback* atas pesan yang disampaikan tersebut. Hoveland mengemukakan bahwa proses komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang (Mulyana, 2010: 62).

Komunikasi memiliki fungsi yakni fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Fungsi sosial bertujuan untuk kesenangan, menunjukkan ikatan, membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Sedangkan fungsi pengambilan keputusan ialah memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan terhadap sesuatu pada saat tertentu (Rudolf F Verdeber).

Dengan demikian komunikasi merupakan proses penyampaian rangsangan dalam rangka perubahan perilaku seseorang yang terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan.

2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancar. Sebagai suatu proses komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi). Serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

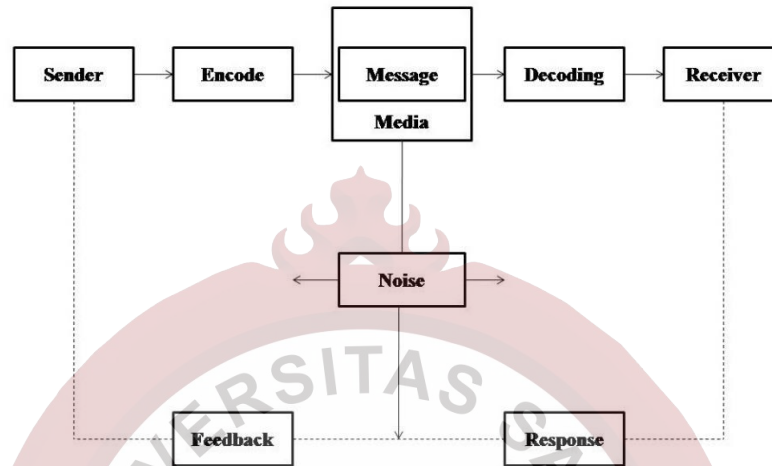
Proses komunikasi mengacu pada langkah-langkah di mana komunikasi terjadi antara komunikator dan komunikan. Proses ini diawali dari membuat konsep ide, gagasan atau pesan oleh komunikator dan berakhir dengan efek dan umpan balik dari penerima. Pada setiap langkah tersebut terdapat unsur komunikasi. Unsur komunikasi merupakan hal-hal yang harus ada agar suatu proses komunikasi dapat berlangsung (Indardi, 2016).

Berlo dalam Indardi (2016) mengungkapkan unsur komunikasi terdiri dari 4 hal yaitu sumber, pesan, saluran, dan penerima. 4 hal tersebut dilengkapi dengan unsur dari pendapat Aristoteles. Saluran yang dimaksud Berlo merujuk pada panca indra penerima pesan. Selanjutnya David A. De Vito menambahkan 2 unsur lagi, yaitu adanya efek dan umpan balik. Akhirnya unsur komunikasi semakin berkembang dengan beragam istilah. (Indardi, 2016).

Effendy, dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2009), menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu secara primer dan sekunder.

1. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada yang lain dengan menggunakan lambang (symbol)
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media pertama. Contohnya seperti surat dan telepon.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Effendy juga menggambarkan skena proses komunikasi sebagai berikut :



Gambar II. 1 Proses Komunikasi

Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut :

1. **Sender** : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. **Encoding** : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang
3. **Message** : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
4. **Media** : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
5. **Decoding** : pengawaspadaan, yaitu proses dimana komunikasi menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
6. **Receiver** : komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. **Response** : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Dengan demikian, proses komunikasi primer dan sekunder tersebut sudah benar karena penyampaian pikiran dan pesan tersebut sangat berguna dalam melakukan proses penyampaian pesan komunikasi.

2.4 Definisi Humas (Hubungan Masyarakat)

Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas) adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap suatu jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan maupun perusahaan non komersial yang tidak mencari keuntungan. Pengertian humas ini berfokus dalam menjelaskan adanya bentuk komunikasi dalam sebuah institusi yang bertujuan baik mendapatkan keuntungan atau tidak. Menurut Frank Jefkins (dalam Morrisan 2008:8) humas yaitu, sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antar suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Menurutnya humas pada intinya senantiasa berkenan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.

Menurut Moore (2005:6) humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

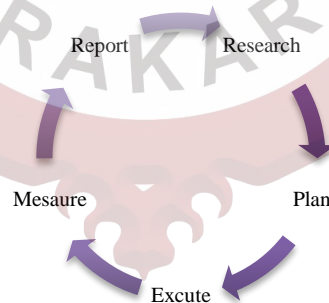
Sedangkan menurut Effendy (2002:23) humas adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi atau lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi atau lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Konsep hubungan masyarakat (Humas) pada dasarnya mengarah pada komunikasi dua arah, menekan konsep *reciprocity* (timbang balik) dan *relationship* (hubungan). Selain itu konsep *public relations* mulai menekankan pentingnya usaha-usaha untuk saling membangun saling pemahaman atau pengertian antara organisasi dan publik.

Dengan demikian, bentuk komunikasi yang berlaku terhadap suatu jenis organisasi, baik bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan maupun non komersial yang tidak mencari keuntungan dengan komunikasi yang terencana baik itu kedalam maupun keluar. Serta manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijaksanaan dalam prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan, konsekuensinya, memberinya pengarah kepada pimpinan institusi atau lembaga dan melaksanakan program yang terencana.

2.5 Model Perencanaan Komunikasi

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan mengenai model perencanaan komunikasi adalah teori lima langkah oleh Cangara (2013). Adapun aspek dari teori lima langkah, yaitu Penelitian (*research*), Perencanaan (*plan*), Pelaksanaan (*execute*), Pengukuran/Evaluasi (*measure*), Pelaporan (*report*). Berikut pengertian teori model komunikasi lima langkah, yaitu :



Gambar II.2 Model Komunikasi 5 Langkah

Penelitian (*research*), yang dimaksud disini adalah mencari tahu tentang permasalahan yang berada di aplikasi. Masalah tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek seperti fitur-fitur

yang tidak dimaksimalkan oleh institusi, kurang praktisnya saat memakai aplikasi tersebut, maupun kerugian yang dialami oleh suatu institusi tersebut.

Perencanaan (*plan*), merupakan suatu tindakan yang akan diambil setelah memperoleh hasil *research* yang dilakukan sebelumnya. Perencanaan ini merupakan sebuah perencanaan komunikasi, dimana dibutuhkan juga strategi mengenai sumber, pesan, media, sasaran, dan dampak yang diharapkan oleh institusi tersebut.

Pelaksanaan (*execute*), menjalankan suatu kegiatan dengan rencana komunikasi yang telah dibuat sebelumnya. Dalam pelaksanaan ini dapat berupa menggunakan sosialisasi, membuat buku panduan, presentasi maupun membentuk tim yang ditugaskan terjun langsung pada institusi sesuai sasaran yang disusun.

Pengukuran/Evaluasi (*measure*), hal ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari kegiatan yang sebelumnya telah dijalankan. Seperti kegiatan sosialisasi tentang aplikasi, apakah sosialisasi tersebut yang telah disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh pihak institusi dan dampak apa yang terjadi kepada pengguna aplikasi setelah menerima dan memahami sosialisasi yang telah disampaikan.

Pelaporan (*report*), merupakan tindakan akhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dijalankan. Laporan harus dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dipertimbangkan. Jika laporan tersebut membuahkan hasil positif dan sukses, maka dapat digunakan sebagai dasar untuk kegiatan selanjutnya (*multi-years*). Tapi jika dalam laporan tersebut ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka hasil tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki atau memodifikasi kegiatan yang akan dilakukan kedepannya.

Model perencanaan komunikasi Cultip dan Center menyatakan ada empat proses pokok perencanaan komunikasi yang menjadi landasan atau acuan untuk melakukan kajian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penemuan fakta (*fact finding*) Langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Setelah itu baru dilakukan pengevaluasian fakta-fakta dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan

- berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi. Langkah ini menentukan “Apa yang sedang terjadi pada aplikasi tersebut?”
2. Perencanaan (*planning*) Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan, dan strategi komunikasi, taktik dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab, berdasarkan” apa, apa yang harus diubah, dilakukan”
 3. Komunikasi (*communication*) Langkah ketiga ini melibatkan implementasi program dari tindakan dan komunikasi yang telah di desain untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publick untuk mencapai sasaran program. Tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan, yang secara efektif dapat mempengaruhi. Pertanyaan pada langkah ini, “siapa yang akan melakukan dan memberitahukan aplikasi ini, serta kapan, dimana, dan bagaimana”
 4. Evaluasi Tahap terakhir pada proses ini melibatkan kesiapan penilaian, implementasi, dan hasil dari program tersebut. Penyesuaian telah dibuat sejak program terimplementasi, berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai bagaimana program tersebut berhasil atau tidak. Aplikasi dapat dilanjutkan atau dihentikan berdasarkan pertanyaan “bagaimana yang sedang kita kerjakan atau bagaimana yang telah kita kerjakan.

Alasan peneliti menggunakan teori Cangara 2013 karena karena teori tersebut memiliki kesesuaian data yang diteliti mengenai perencanaan komunikasi.

2.6. E Notulen

E notulen adalah sebuah aplikasi yang berbasis *voice to text*. E notulen juga akan mendigitilisasikan sebuah proses pengelolaan notulen. Dengan adanya E notulen aplikasi yang akan membantu notulensi yang lebih praktis dengan bantuan-bantuan fitur yang ada seperti seperti gambar, suara dan video yang akan memudahkan bagi penggunanya. E notulen juga akan menyimpan sebuah notulen menjadi lebih tertata dan rapi.



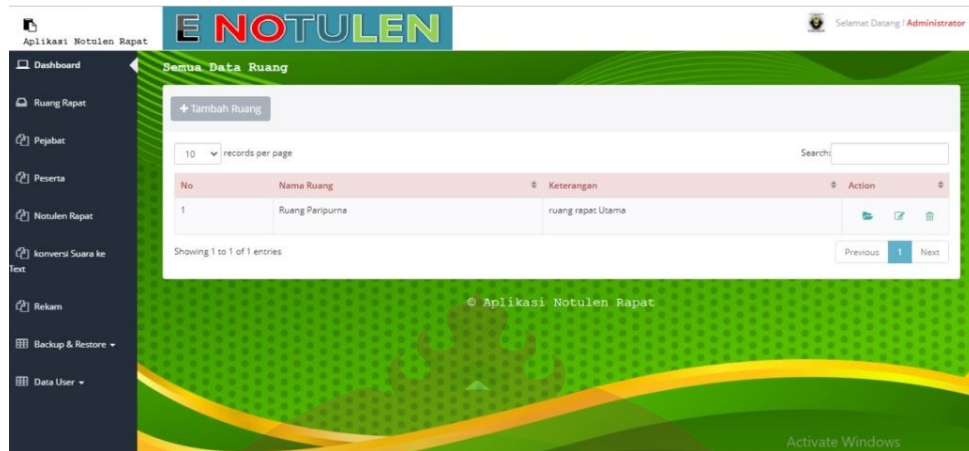
Gambar II.3 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.3 adalah menu dasbord disini fitur menu yang dimiliki sistem aplikasi E Notulen ditampilkan di depan.



Gambar II.4 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.4 terdapat fitur ruang rapat digunakan untuk menambahkan ruang rapat, edit ruang, atau menghapus nama ruang.



Gambar II.5 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.5 terdapat fitur data pejabat berguna untuk penanda tangan, untuk menambahkan data ketua DPRD dan sekretariats DPRD sebagai penanggung jawab dokumen, mengedit atau menghapus data.



Gambar II.6 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.6 terdapat halaman data peserta rapat berfungsi untuk menambahkan data peserta rapat sesuai dengan nama badan atau satuan kerjanya selain di input manual data juga dapat di *import* dari tabel *microsoft excel* dengan format data excel harus sama dengan struktur tabel data peserta rapat di tampilan

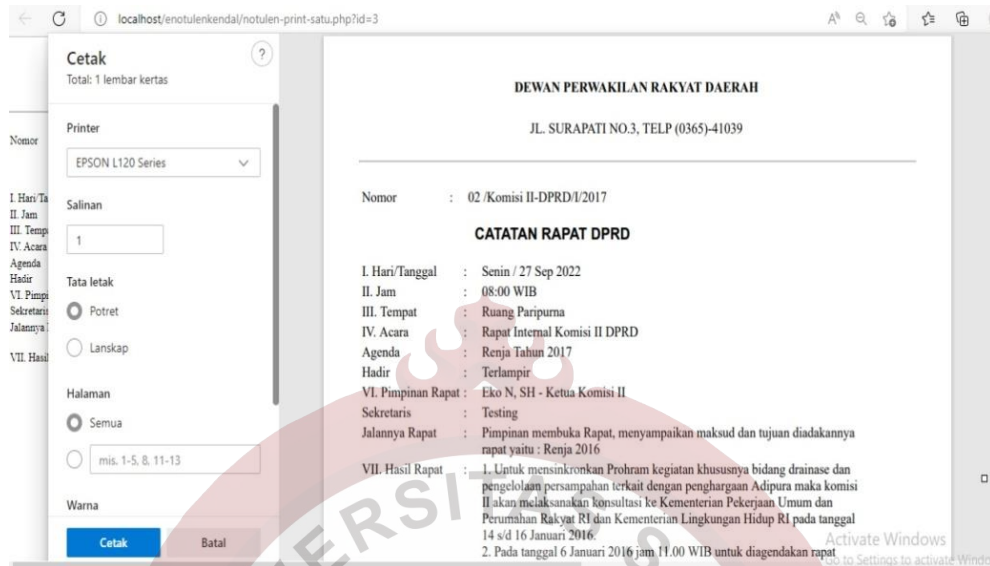


Gambar II.7 fitur aplikasi E Notulen



Gambar II.8 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.7 dan pada gambar II.8 terdapat halaman data notulen berfungsi untuk menambahkan data notulen, mengedit, menghapus notulen, dan melakukan pencetakan laporan notulen.



Gambar II.9 fitur aplikasi E Notulen

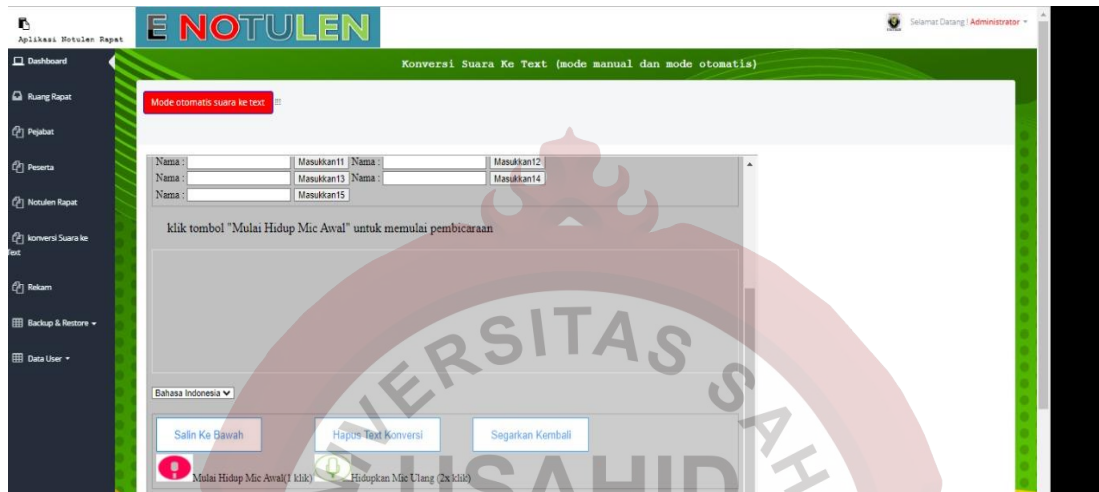
Pada gambar II.9 terdapat tampilan gambar cetak atau print preview notulen.



Gambar II.10 fitur aplikasi E Notulen

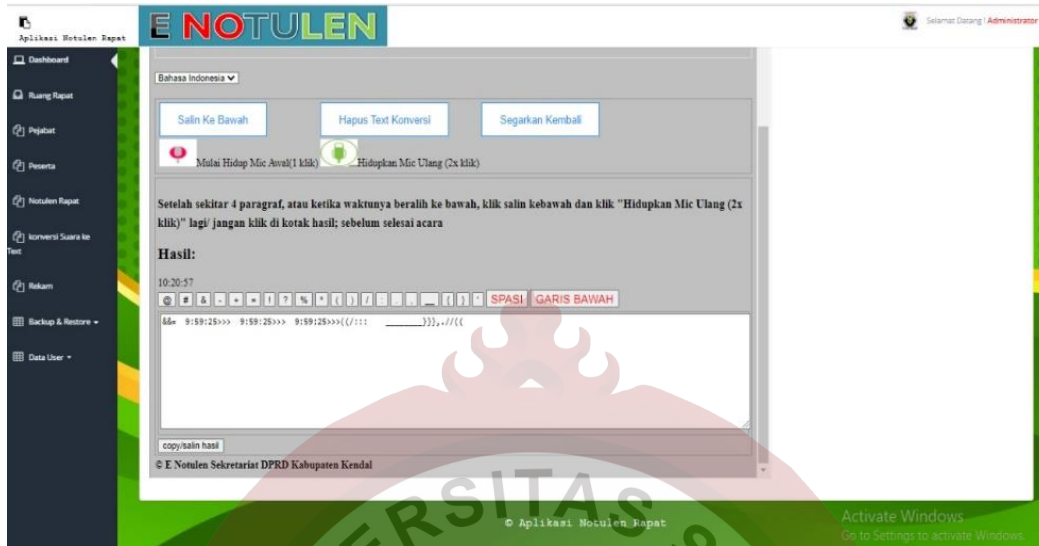
Pada gambar II.10 terdapat halaman konversi suara ke *text* atas berguna untuk dibagian halaman atas user dapat memilih nama badan terlebih dahulu akan baru muncul nama anggota di dalamnya, baru ketika proses konversi suara ke *text* berlangsung, *user* dapat

klik tombol “masukan” untuk memasukan nama ke kotak hasil konversi sebagai penanda siapa yang berbicara.



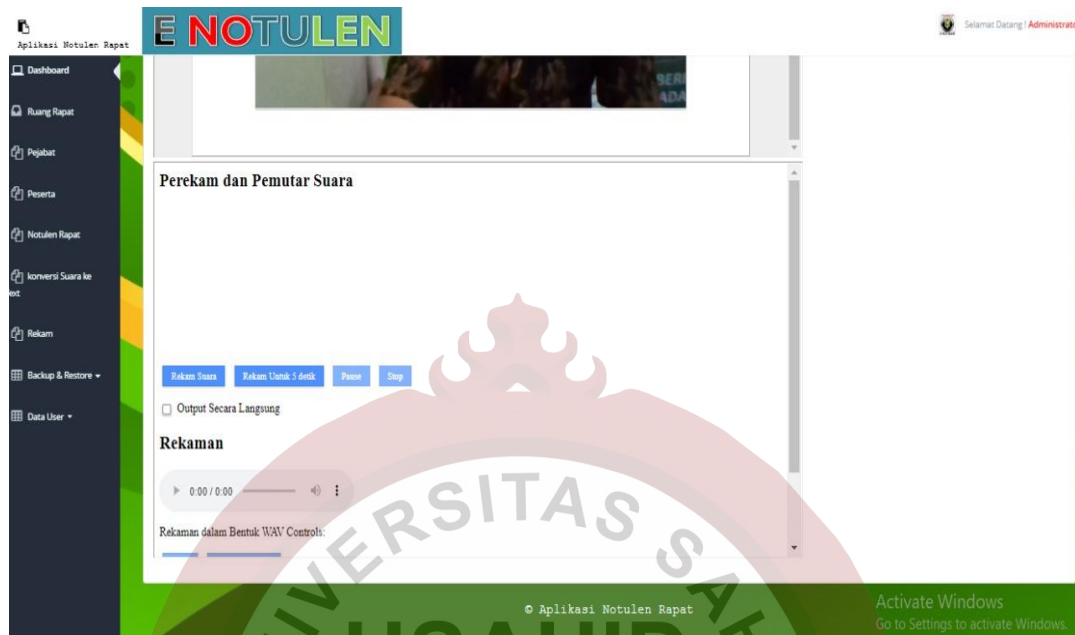
Gambar II.11 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.11 terdapat halaman konversi suara ke text tengah berguna untuk di bagian tengah terdapat tombol salin kebawah digunakan untuk memindahkan hasil konversi kotak atas ke kotak hasil dibawah, tombol hapus text digunakan untuk menghapus konversi di kotak atas, dan tombol segarkan kembali digunakan untuk merfresh halaman seluruhnya, tombol berkedip merah dengan tulisan “Mulai Hidup Mic Diawal” untuk menghidupkan microphone konversi suara ke text, tombol kedip hijau, digunakan untuk menghidupkan ulang microphone.



Gambar II.12 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.12 terdapat halaman konversi ke *text* bawah terdapat tombol-tombol kecil untuk menyisipkan karakter tertentu, menyisipkan spasi, atau menyisipkan garis bawah, selain itu terdapat tombol *copy*/salin digunakan untuk menyalin seluruh text hasil konversi kemudian di paste di halaman input/tambah data notulen di kotak hasil konversi di larang melakukan tindakan klik, edit tulisan, atau aktifitas lainnya selama proses konversi *voice to text* dalam rapat masih berlangsung, karena dapat mengganggu proses penyalinan hasil konversi dari atas ke bawah.



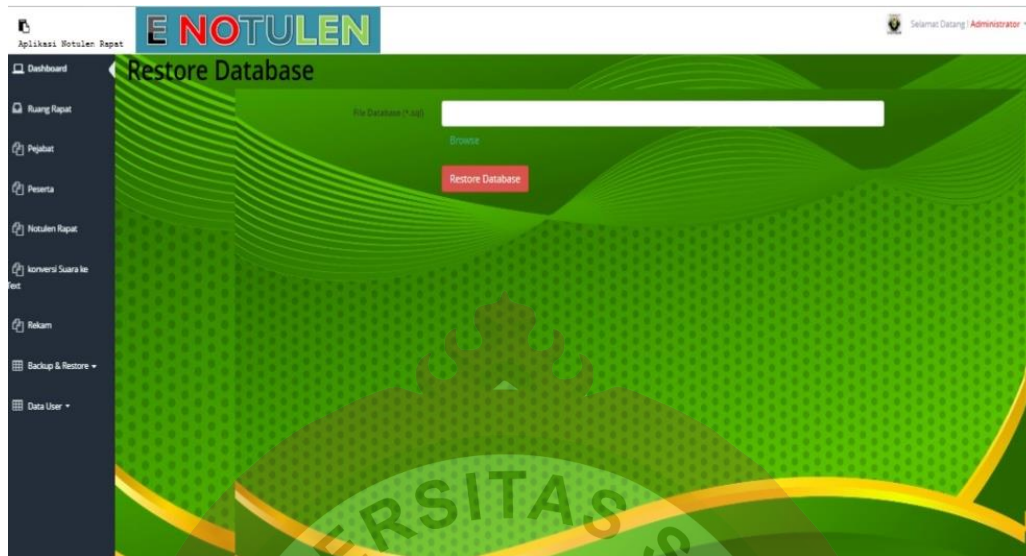
Gambar II.13 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.13 terdapat terdapat halaman fitur halaman rekam bagian bawah berfungsi untuk perekam suara, digunakan untuk merekam suara dalam bentuk MP3 atau WAV.



Gambar II.14 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.14 terdapat menu *backup* dan *restore* di dalamnya terdapat menu backup database berfungsi untuk mencakup database file dalam bentuk file sql.



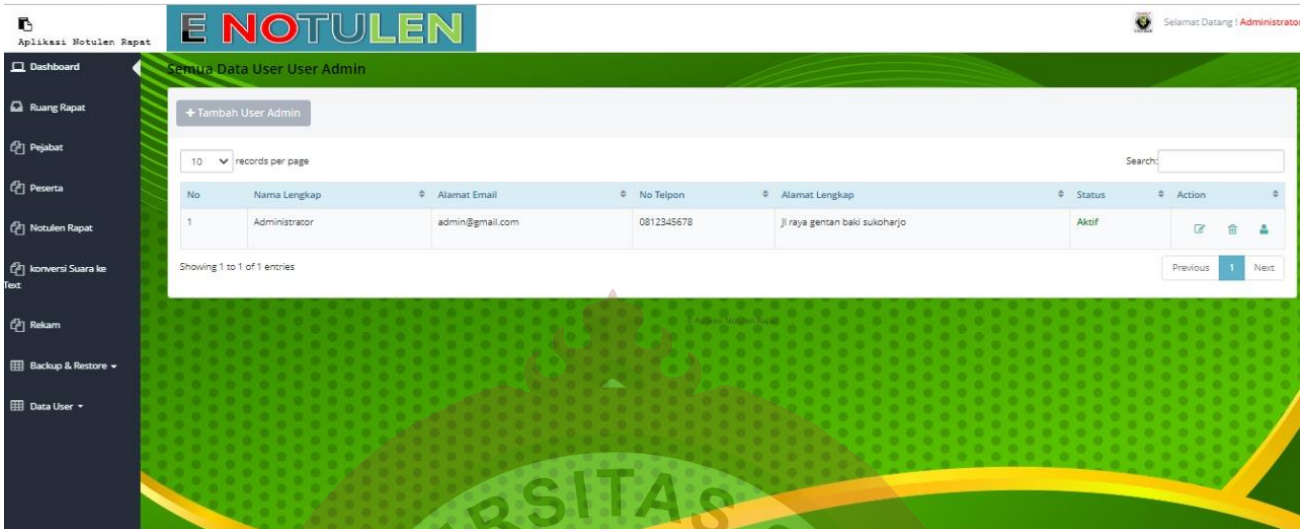
Gambar II.15 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.15 terdapat fitur restore database digunakan untuk memanggil file backup database ke sistem database berjalan.



GambarII.16 fitur aplkasi E Notulen

Pada gambar II.16 terdapat fitur menu input data user digunakan untuk input user pengguna aplikasi dan *password*



Gambar II.17 fitur aplikasi E Notulen

Pada gambar II.17 terdapat menu *user* admin digunakan untuk input data *user administrator* dan *password* sebagai identitas *login* ke sistem dan sebagai akun pengelola sistem.

2.7 ANALISIS SWOT

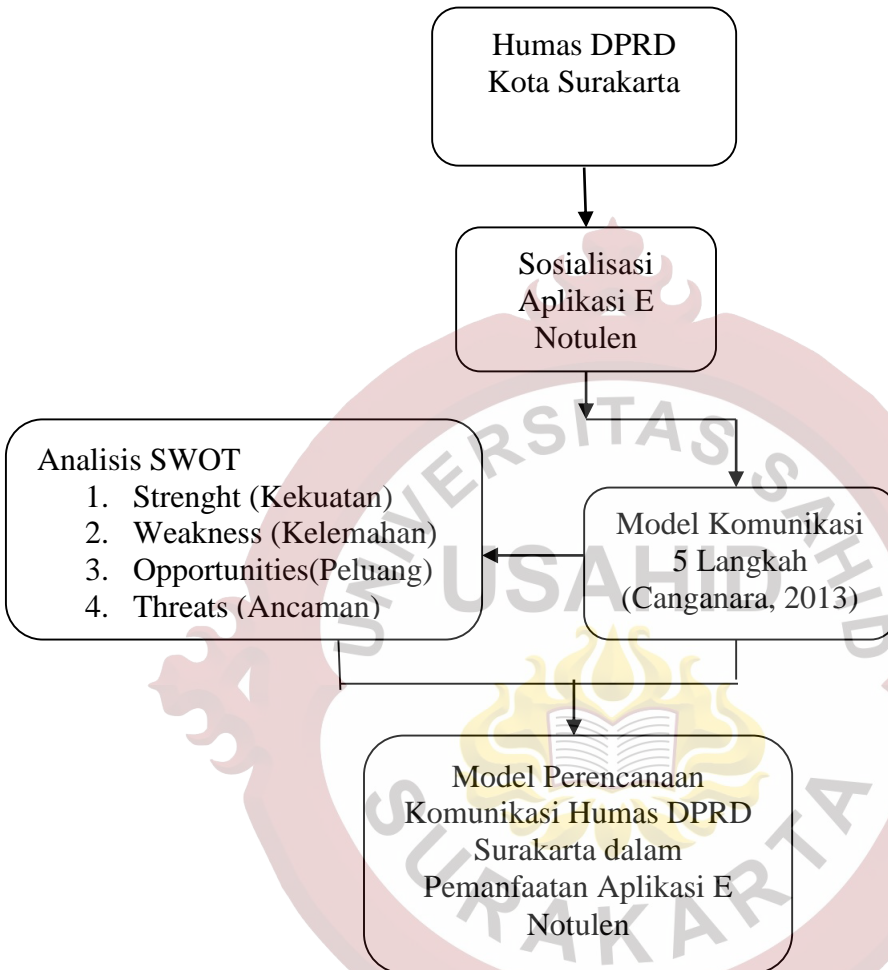
Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*). Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Faktor-faktor yang meliputi analisis SWOT:

- a. Kekuatan (*Strength*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Dikatakan demikian perencanaan komunikasi dalam sosialisasi aplikasi E Notulen apakah sudah memiliki kekuatan dalam melaksanakannya.

- b. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan tersebut dapat dilihat pada kemampuan saat melakukan perencanaan komunikasi apakah sudah dapat di maksimalkan saat dalam melakukan sosialisasi.
- c. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan. Kecenderungan utama menjadikan perencanaan komunikasi yang maksimal menjadikan sosialisasi dapat tersampaikan dengan baik.
- d. Ancaman (*Threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang di inginkan.

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar II. 13 Kerangka Berpikir

Adanya kerangka pemikiran yang terarah maka humas DPRD kota Surakarta melakukan sosialisasi aplikasi E Notulen dengan menggunakan model komunikasi lima langkah untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam melakukan pemanfaatan menggunakan perencanaan komunikasi yang maksimal.

