

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Sub bab ini membahas tentang penelitian yang relevan dari beberapa peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian yang digunakan sebagai penelitian terdahulu, yaitu penelitian agung putra narayana(2024) dengan judul Penerapan Aplikasi Pelayanan Rakyat Online (PRO) Denpasar Sebagai Layanan Pengaduan Publik , Achmad Rifki dan Deni Sutaji (2024) dengan judul Rancang Bangun System Informasi Pengaduan Masyarakat Berbasis Web Di Desa Gapurosukolilo , Remy Frank Torrence Sinaga (2024) dengan judul Efektifitas Aplikasi Span Lapor Sebagai Layanan Pengaduan Bagi Masyarakat Di Kota Pemalang Siantar , serta Firda Safira (2020) dengan judul Strategi dan Model Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purworejo Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pengaduan Online Rakyat Purworejo (PORJO) Kepada Masyarakat. Adapun kajian penelitian terdahulu sebagai berikut.

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

KETERANGAN	PENELITIAN 1	PENELITIAN 2	PENELITIAN 3	PENELITIAN 4
Nama peneliti dan tahun penelitian	Agung Putra Narayana (2024)	Achmad Rifki dan Deni Sutaji (2024)	Remy Frank Torrence Sinaga (2024)	Firda Safira (2020)
Judul	Penerapan Aplikasi Pelayanan Rakyat Online (PRO) Denpasar Sebagai Layanan	Rancang Bangun System Informasi Pengaduan Masyarakat Berbasis Web Di Desa	Efektifitas Aplikasi Span Lapor Sebagai Layanan Pengaduan Bagi Masyarakat Di	Strategi dan Model Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purworejo Dalam

	Pengaduan Publik	Gapurosukolilo	Kota Pematang Siantar	Mensosialisasikan Aplikasi Pengaduan Online Rakyat Purworejo (PORJO) Kepada Masyarakat
Tujuan Penelitian	Menganalisis efektifitas aplikasi PRO dalam penindaklanjutan aduan online oleh dinas terkait	Untuk Mengatasi lambat manualnya pengelolaan pengaduan warga di desa gapurosukolilo dengan membangun system web yang lebih efisien	Untuk Mendeskripsikan efektifitas penggunaan aplikasi SP4AN LAPOR sebagai layanan pengaduan	Untuk Menjelaskan Strategi dan Model Komunikasi Diskominfo Kabupaten Purworejo dalam mensosialisasikan aplikasi pengaduan rakyat purworejo (PORJO)
Hasil Penelitian	Menyimpulkan aplikasi berjalan efektif karena Sebagian besar	Fitur pengaduan, pelacakan status, dan manajemen	Menunjukkan pemerintah kota pematang siantar pada aplikasi SP4N	Menunjukan bahwa aplikasi PORJO sudah cukup baik

	aduan ditindaklanjuti dengan baik, didukung kebijakan pemerintah	laporan berfungsi dengan baik	LAPOR masih mengalami kendala yang perlu di perbaiki	
Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Perbedaan	Objek penelitiannya di diskominfo Denpasar bali dan lebih berfokus pada efektifitas.	Objek Penelitiannya di desa sukolilo dan berfokus pada aspek teknis , rekayasa system dengan merancang dan membangun system informasi.	Objek penelitiannya di diskominfo pematang siantar dan berfokus pada efektifitas.	Objek penelitiannya di diskominfo purworejo dan terdapat pembahasan tentang model dan komunikasi,

Dari penjelasan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa perbedaan dari keempat penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu dapat meliputi perbedaan objek penelitian, strateginya, serta fokusnya. Selanjutnya dari persamaan adalah sama-sama membahas aduan pada situs Platform baik itu dari *Website* maupun Aplikasi.

2.2 Definisi Komunikasi

Sub bab ini membahas tentang definisi komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan antara pihak-pihak yang terlibat dengan tujuan membangun pemahaman yang sama, sehingga informasi dapat diterima, dipahami, dan ditanggapi secara efektif serta jelas. Menurut Lasswell (1948), komunikasi secara umum merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi antara dua pihak atau lebih, yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama yang saling menguntungkan. Proses ini mencakup berbagai elemen utama, yaitu pengirim yang menyusun dan mengirimkan pesan, pesan itu sendiri sebagai isi informasi yang disampaikan, saluran atau media yang digunakan untuk mentransmisikan pesan tersebut, penerima yang menerima dan menginterpretasikan informasi, serta kemungkinan umpan balik yang memungkinkan interaksi dua arah untuk memastikan keberhasilan komunikasi (Lasswell, 1948).

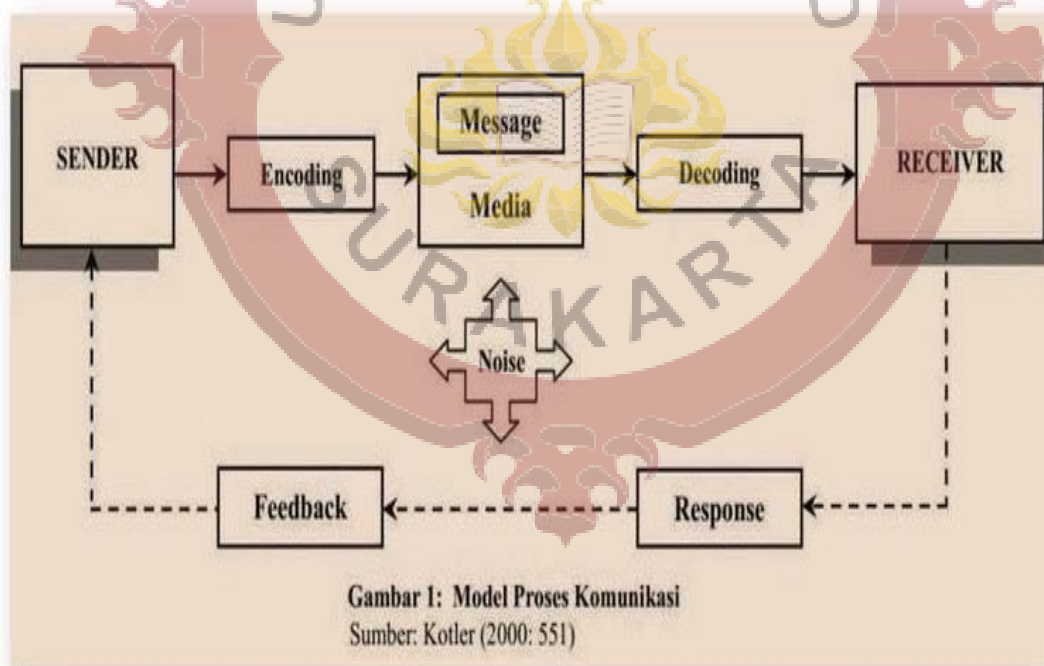
Elemen-elemen dasar tersebut semakin diperkaya ketika komunikasi dipandang sebagai media interaksi sosial, di mana proses penyampaian dan penerimaan informasi dari satu pihak ke pihak lain memungkinkan terjadinya pertukaran makna dan pemahaman bersama dalam kehidupan bermasyarakat. Proses ini melibatkan berbagai komponen esensial, seperti sumber atau pengirim yang merumuskan dan menyampaikan informasi, pesan sebagai isi utama yang dikomunikasikan, media atau saluran yang digunakan untuk mentransfer pesan tersebut, penerima yang menangkap dan mengolah informasi, efek atau dampak yang timbul akibat penerimaan pesan, umpan balik sebagai respons dari penerima yang memperkuat atau mengoreksi proses, serta gangguan atau noise yang dapat menghambat kejelasan dan efektivitas komunikasi secara keseluruhan (Akib & Patria Perkasa, 2022).

Lebih lanjut, pemahaman ini berkembang menjadi hakikat komunikasi yang lebih spesifik, yaitu proses yang dirancang untuk memicu respons dari komunikan atau penerima pesan melalui penggunaan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, kalimat, dan ungkapan lisan yang disusun secara tepat, sehingga mampu membangkitkan reaksi emosional, kognitif, atau perilaku yang diharapkan oleh pengirim, dalam rangka mencapai tujuan interaksi yang efektif dan bermakna (Razali dkk., 2022).

Dengan demikian, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian dan penerimaan pesan yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama yang saling menguntungkan. Selain itu komunikasi berfungsi sebagai media interaksi sosial, di mana proses penyampaian dan penerimaan informasi dari satu pihak ke pihak lain memungkinkan terjadinya pertukaran makna dan pemahaman bersama dalam kehidupan bermasyarakat. Lebih lanjut, komunikasi merupakan proses yang dirancang untuk memicu respons dari komunikan atau penerima pesan melalui penggunaan lambang-lambang verbal.

2.3 Proses Komunikasi

Sub bab ini membahas tentang proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan suatu kegiatan pertukaran pesan antara pengirim dan penerima, dengan tujuan untuk menghasilkan pemahaman yang sama dalam interaksi yang terjadi. Menurut Hermawan (2012), proses berlangsungnya komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar II. 1 Bagan Proses Komunikasi Kotler (2000;551)

Pada elemen pertama *sender*/komunikator yang merupakan berkomunikasi dengan orang lain, mengirim suatu pesan kepada lainnya dan pesan yang dimaksud dalam bentuk simbol yang saling dimengerti. Elemen kedua *encoding*/fungsi pengiriman yang

dimana proses ini untuk mengubah pesan dalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan. Elemen ketiga dalam proses komunikasi adalah message/pesan yang disampaikan melalui media baik secara langsung/tidak. Elemen keempat media/*cannel* merupakan alat untuk penyampaian pesan. Elemen kelima *decoding*/fungsi penerima merupakan proses memahami simbol bahasa yang dimana suatu simbol grafis/huruf dengan cara menghubungkan simbol dengan bunyi bahasa si penerima pesan dari penyampaian pesan. Elemen keenam adalah *receive*/komunikasikan merupakan menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti komunikasikan itu sendiri. Elemen ketujuh *response*/respon adalah rangsangan yang ditimbulkan sebagai perilaku komunikasi setelah menerima pesan. Kemudian elemen terakhir *feedback*/umpan balik merupakan tanggapan atas pesan yang dikirim, dapat dimengerti atau tidaknya pesan pengirim kepada penerima.

2.4 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan suatu rencana atau skema yang disusun secara cermat oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu melalui penggunaan sumber daya, cara, dan langkah-langkah yang dirancang agar lebih efektif dan efisien. Definisi ini mencerminkan pendekatan sistematis yang mempertimbangkan konteks lingkungan eksternal maupun internal organisasi (Glueck, 2003). Strategi biasanya melibatkan analisis situasi, penetapan prioritas, serta adaptasi terhadap perubahan yang mungkin terjadi. Dengan demikian, strategi tidak hanya sekadar alat perencanaan, tetapi juga panduan aksi yang dinamis untuk meraih keunggulan kompetitif.

Dalam pengertian yang lebih terperinci, strategi dapat didefinisikan sebagai rencana atau skema yang disusun secara cermat dan sistematis oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu, dengan memanfaatkan berbagai sumber daya, cara, serta langkah-langkah yang dirancang secara terstruktur agar pelaksanaannya menjadi lebih efektif dan efisien dalam menghadapi kondisi lingkungan yang dinamis dan penuh persaingan (Akib & Patria Perkasa, 2022).

Dengan demikian, strategi merupakan suatu rencana atau skema yang disusun secara cermat oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu melalui penggunaan sumber daya, cara, dan langkah-langkah yang dirancang agar lebih efektif dan efisien. Lebih lanjut strategi sebagai rencana atau skema yang disusun secara

cermat dan sistematis oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu, dengan memanfaatkan berbagai sumber.

Adapun menurut Cutlip, Center, dan Broom, strategi meliputi 4 tahap. Tahap-tahap tersebut, yaitu *Fact Finding*, *planning*, *action*, dan *evaluation*. Penjelasan lebih lanjut sebagai berikut.

a. *Fact Finding* (Riset Penemuan Fakta)

Tahap *fact finding* dimulai dengan pengumpulan data (observasi, wawancara) mengenai kondisi internal organisasi maupun opini dan sikap publik terhadapnya, tujuannya untuk merumuskan secara jelas apa yang menjadi masalah.

b. *Planning*

Setelah melakukan *fact finding* langkah selanjutnya yaitu tahap *planning*. Tahap *planning* merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan umum.

c. *Communicating / Action*

Tahap *communication* atau *action* merupakan fase ketika program humas mulai diimplementasikan dalam bentuk kegiatan nyata, tindakan diambil sesuai fakta sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang mempengaruhi opini publik.

d. *Evaluation*

Tahap *evaluation* merupakan tahapan mengevaluasi hasil dari penelitian awal hingga perencanaan serta keefektifan proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan sehingga dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan komunikasi humas dapat tercapai secara nyata.

Dari penjelasan strategi komunikasi menurut Cutlip, Center, Broom diatas dapat disimpulkan bahwa strategi menurut Cutlip, Center, Broom tepat diterapkan pada penelitian ini karena memiliki 4 strategi yang dapat digunakan yaitu *fact finding*, *planning & programming*, *action & communicating*, dan *evaluation* untuk dapat menganalisis dan menjelaskan strategi komunikasi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Ketenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar dalam menangani aduan masyarakat melalui Website Sapamas Karanganyar.

2.5 Humas

Humas (hubungan masyarakat) adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan pengelolaan komunikasi secara terencana antara individu atau organisasi dengan berbagai pihak di masyarakat (publik), baik yang berada di dalam maupun di luar organisasi, dengan tujuan menciptakan pemahaman bersama, kepercayaan, serta dukungan yang berkesinambungan (Ghifari, 2025). Dalam pelaksanaannya, humas tidak sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga mencakup kegiatan analisis terhadap sikap dan opini publik, penyusunan program komunikasi yang bersifat persuasif, serta upaya membangun relasi yang saling menguntungkan, sehingga reputasi dan pencapaian organisasi dapat terjaga dan semakin berkembang.

Humas pada dasarnya sebuah proses komunikasi yang dirancang secara strategis dan penuh pertimbangan. Proses komunikasi ini dilaksanakan oleh organisasi dengan sengaja serta terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan utamanya adalah membentuk pemahaman yang mendalam dan positif di kalangan publik atau masyarakat yang menjadi target. Di samping itu, humas juga secara khusus bertujuan untuk membangun serta memperkuat citra positif yang kuat. Citra positif tersebut dikembangkan secara menyeluruh di mata publik agar organisasi dapat diterima dan dihargai dengan baik. Humas merupakan proses komunikasi strategis yang dilakukan organisasi untuk menciptakan pemahaman dan citra positif di mata publik (Wulandari, 2020).

Humas merupakan upaya utama yang dilakukan organisasi untuk mengelola komunikasi secara efektif dengan publik internal maupun eksternal. Melalui pengelolaan ini, organisasi dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan karyawan, mitra, dan *stakeholder* dalam negeri sebagai publik internal. Sementara itu, komunikasi dengan publik eksternal seperti masyarakat luas, media, dan pemerintah juga menjadi fokus utama. Semua upaya tersebut bertujuan membangun reputasi yang baik dan berkelanjutan di mata semua pihak terkait (Rahmawati, 2019).

Dengan demikian, humas merupakan fungsi manajemen dengan penanganan komunikasi bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama, kepercayaan, serta dukungan yang berkesinambungan. Dalam upaya proses komunikasi dirancang secara strategis dan penuh pertimbangan. Lebih lanjut, upaya utama yang dilakukan organisasi

untuk mengelola komunikasi secara efektif dengan publik internal maupun eksternal. Humas dalam melaksanakan tugasnya bersifat dua arah yaitu sebagai komunikator yang baik dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan menjadi komunikan dalam mendengarkan informasi dan pendapat dari masyarakat.

2.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai aspek penting dalam suatu konteks organisasi atau usaha. Metode ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi, produk, atau proyek yang sedang dikaji (Shidik, 2025). Selain itu, analisis SWOT juga menelaah peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal, baik dalam lingkup bisnis maupun persaingan. Dengan demikian, SWOT dapat diterapkan untuk mengevaluasi lini produk sendiri maupun produk yang dimiliki pesaing. Melalui penggunaan analisis ini, pengambil keputusan dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dan berbasis data.

Analisis SWOT menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Pendekatan ini juga membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan yang terus berubah. Tujuan utama penggunaan analisis SWOT yaitu untuk meningkatkan pemahaman terhadap faktor-faktor yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis serta penetapan strategi usaha. Untuk mencapai hal tersebut, SWOT menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan secara menyeluruh serta berbagai faktor yang ditemukan kemudian dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, analisis SWOT membantu perusahaan menyusun strategi yang lebih tepat dan terarah.

Menurut Kristanto dkk (2017), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini merupakan salah satu instrumen yang paling baik jika digunakan dengan benar. SWOT merupakan singkatan *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Theat*. Penjelasan lebih lanjut sebagai berikut.

a. *Strenght* (Kekuatan)

Strenght atau kekuatan adalah dengan menganalisis suatu kekuatan yang terdapat pada institusi. Contohnya seperti dari segi pelayanan, tempat yang strategis, atau lainnya.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness atau kelemahan adalah dengan menganalisis suatu kekurangan yang terdapat pada institusi. Untuk mengetahui kelemahan institusi dapat dilakukan dengan perbandingan dengan institusi lainnya.

c. *Opportunity* (Peluang)

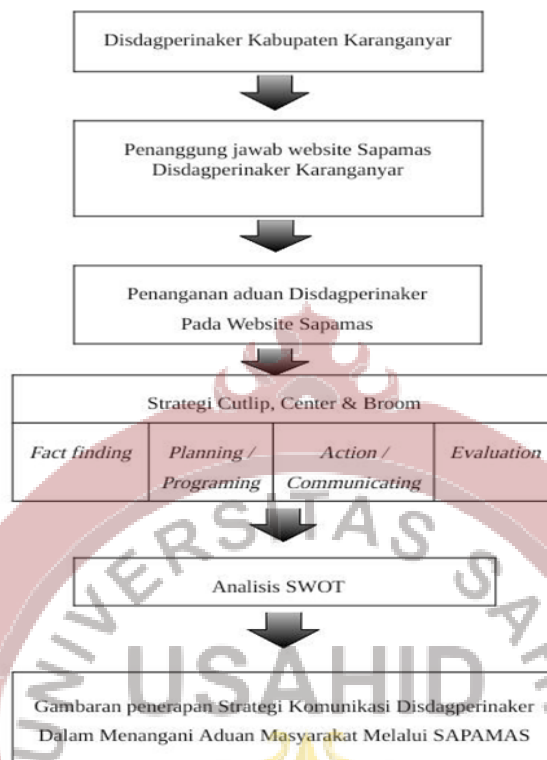
Opportunity atau peluang adalah dengan menganalisis peluang kesempatan untuk membangun institusi menjadi lebih baik lagi. Mencari hal yang memungkinkan dapat menguntungkan institusi.

d. *Theat* (Ancaman)

Theat atau ancaman adalah dengan menganalisis unsur ancaman pada institusi. Ancaman merupakan faktor yang dapat mempengaruhi jalannya institusi sehingga harus dipantau agar tetap aman.

2.7 Kerangka berpikir

Sub bab ini menjelaskan tentang kerangka berpikir. Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penelitian, sehingga menjadi dasar penjelasan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2019). Kerangka berpikir merupakan sebuah arahan yang dapat mempermudah sampai pada penemuan jawaban pada pemecahan masalah. Kerangka berpikir pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar II. 2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini dimulai dari lokasi penelitiannya yaitu Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Ketenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan strategi komunikasi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Ketenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar dalam menangani aduan masyarakat melalui *Website* Sapamas Karanganyar sehingga penelitian ini membutuhkan informasi dari penanggung jawab *Website* Sapamas Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Ketenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini juga memantau perkembangan penanganan aduan masyarakat pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Ketenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar melalui *Website* Sapamas. Teori penelitian ini adalah teori Cutlip, Center, Broom yaitu *Fact Finding* (Riset Penemuan Fakta) dimulai dengan pengumpulan data (observasi, wawancara) mengenai kondisi internal organisasi maupun opini dan sikap publik terhadapnya, tujuannya untuk merumuskan secara jelas apa yang menjadi masalah,

Planning merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan umum, *Communicating / Action* merupakan fase ketika program humas mulai diimplementasikan dalam bentuk kegiatan nyata. tindakan diambil sesuai fakta sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang mempengaruhi opini publik, *Evaluation* merupakan tahapan mengevaluasi hasil dari penelitian awal hingga perencanaan serta keefektifan proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan sehingga dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan komunikasi humas dapat tercapai secara nyata.

Kemudian pada penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT untuk menemukan kekurangan dan kelebihan pada strategi yang dilakukan penanggung jawab *Website* Sapamas Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Kerenagakerjaan (Disdagperinaker) Kabupaten Karanganyar. Selanjutnya, kerangka berpikir ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai Strategi Komunikasi Disdagperinaker Kabupaten Karanganyar Dalam Menangani Aduan Masyarakat Melalui *Website* Sapamas Karanganyar.