

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Literatur

1. Komunikasi

a. Pengertian

Dalam bahasa latin kata komunikasi berasal dari kata “*communis*” yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan. Sedangkan akar katanya “*commico*” yang artinya berbagi. Sehingga disimpulkan yang dimaksud adalah berbagai pengalaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi pada dasarnya dapat dipahami sebagai upaya untuk menstransfe informasi kepada pihak lain dengan tujuan mempersuasi pihak tersebut agar wawasan, pemahaman, tindakan, atau pola perilakunya menjadi sejalan dengan yang dimaksudkan dalam proses komunikasi tersebut (Effendi, 2006 : 22).

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak pernah terlepas dari kebutuhan hidup manusia. Setiap manusia pasti melakukan komunikasi kapan saja dan dimana saja. Tanpa komunikasi manusia tidak dapat hidup dengan baik karena manusia sangat memerlukan yang namanya kerjasama dalam memenuhi kebutuhannya. Begitu juga dengan sebuah lembaga atau instansi maupun organisasi tidak pernah terlepas dari komunikasi dalam memenuhi kepentingan publiknya. Diaman kepentingan publiknya sangat esensial bagi keberlangsungan lembaga tersebut.

a. Fungsi Komunikasi

Dalam melakukan kegiatan komunikasi, seorang komunikan harus melihat apa fungsi komunikasi yang akan dilakukannya. Berikut adalah beberapa fungsi komunikasi, yaitu :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi. Ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Medidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan (Effendy, 2003:55).

b. Tujuan Komunikasi

Tujuan yang dilakukan oleh komunikasi berhubungan dengan peranya dalam mempermudah pengambilan keputusan, komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu-individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan memperhatikan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif.

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”. Tujuan komunikasi adalah :

a. Mengubah sikap (*To change the attitude*).

Perubahan sikap ini biasa terjadi pada komunikator atau komunikan. Hal ini tergantung dengan isi dari pesan yang dikomunikasikan. Perubahan sikap dapat berupa sikap menerima, sikap benci, sikap marah, dan sikap yang lainnya.

d. Mengubah opini (*To change the opinion*).

Selain perubahan sikap, komunikasi dapat merubah pendapat seseorang. Hal ini tergantung dari bagaimana cara mereka melihat dan menyikapi pesan yang diterimanya. Perubahan pesan dapat berbentuk penolakan, persetujuan, dan yang lainnya

b. Mengubah perilaku (*To change the behavior*).

Selain dapat merubah sikap komunikasi dapat merubah perilaku seseorang atau sekelompok. Hal ini didasari atas isi pesan yang terkandung didalamnya sehingga mampu merubah perilaku penerima pesan tersebut.

Perubahan perilaku ini ke arah yang lebih baik, namun bisa juga kearah yang tidak baik atau menyimpang.

c. Mengubah masyarakat (*To change the society*).

Tujuan komunikasi yang terakhir adalah merubah masyarakat atau kehidupan sosial, namun hal ini tidak mengubah masyarakat yang jumlahnya besar, belum tentu terpengaruh untuk merubah kehidupan sosial mereka berdasarkan pesan atau informasi yang mereka terima. Tapi bukan hal yang tidak mungkin komunikasi dapat merubah kehidupan suatu masyarakat dalam jumlah yang luas (Effendy, 2003 : 55).

d. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai strategi tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2002 :29).

Demikian pula strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*management communicatin*), untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan. Dalam artikata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2003:32).

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat,

1. Mengenali sarana komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, agar komunikasi hanya sekedar mengetahui, atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu

2. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan, mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

3. Pengkajian pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindari pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus dikatakan karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian yang konotatif perlu diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan. Jika dibiarkan bisa menimbulkan interpretasi yang salah.

e. Sistem Komunikasi

Sistem dapat didefinisikan sebagai sekumpulan unsur yang melakukan kegiatan atau menyusun skema atau tata cara melakukan suatu kegiatan pemrosesan untuk mencapai sesuatu atau beberapa tujuan dan hal ini dilakukan dengan cara mengolah data dan/ atau energy dan/ atau barang (benda) di dalam jangka waktu tertentu guna menghasilkan informasi dan/ atau energy dan benda.

Dengan demikian Sistem Komunikasi bias didefinisikan sebagai “Kelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, symbol, lambing, menjadi pesan/informasi dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan menjadi sumber informasi”.

Dari pengertian diatas maka dapat diringkas bahwa system komunikasi harus memiliki :

- a. Sekumpulan Unsur (Wartawan, Karyawan, computer, mesin, barang, buku, kertas dan fasilitas lain)
- b. Tujuan system (menyebarkan informasi pada khalayak, membentuk image positif dalam humas, persuasi)
- c. Wujud hasil kegiatan atau proses system selama jangka waktu tertentu (media cetak, Penerbitan interen, *press release*)
- d. Pengolahan data dan atau energy, bahan (Bahan berita, apa, diamana, kapan, siapa, mengapa, bagaimana, diolah menjadi berita straight news atau depth news, kolom, tajuk rencana, artikel, *fact finding*, dan lain-laian).

Dengan demikian, melihat defenisi dan contoh di atas, sesuatu disebut system apabila memiliki ciri-ciri paling tidak sebagai berikut :

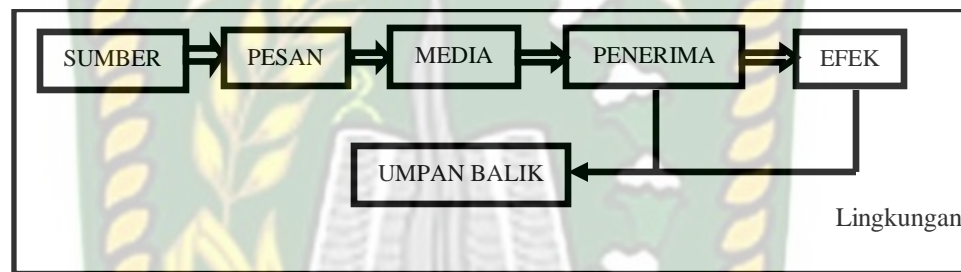
- a. Adanya interdependensi, artinya komponen yang saling berkaitan, berinteraksi dan berinterpedensiseacara keseluruhan. Tidak bekerjanya satu unsur akan mempengaruhi kinerja unsur yang lainnya.
- b. Keluaran (*output*) yang harus sesuai dan konsisten dengan tujuan yang sudah direncanakan.
- c. Eksistensi kesatuan (totalitas), yang dapat dipengaruhi oleh komponen-komponenya.
- d. Sebagai satu kesatuan yang mempunyai masukan (*input*) dan keluaran (*output*) atau tujuan tertentu.

Fungsi sebuah sistem termasuk sistem komunikasi tidak terlepas dari fungsi *input* dan *output*. *Input* berasal dari lingkungan sistem lain yang meripakan proses dari sistem komunikasi. Bagi pemerintah fungsi *input* akan berguna dalam menghasilkan kebijakan yang sudah diolah dalam sistem komunikasi setelah terjadi proses atau menghasilkan keluaran kebijakan. *Output* merupakan hasil atau konsekuensi dari bekerjanya system komunikasi yang mempunyai arti penting bagi masyarakat. Dalam *output* akan diperoleh sikap apatis (*apathy*) atau ganjaran (*reward*) masyarakat. Artinya kebijakan yang tidak baik akan menimnulkan dampak berupa sikap apatis masyarakat. Apatis tersebut nantinya menjadi suatu bahan, peristiwa, informasi bagi *input*. Dan begitu seterusnya sebagai suatu proses yang tak pernah berhenti (Nurudin, 2004:22-23)

f. Unsur-unsur komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Gambar 2.1 Bagan unsur-unsur komunikasi



Sumber : Nurudin, 2004:22-23

1) Sumber

Sumber semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

2) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan

cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

3) Media

Media yang dimaksudkan di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.

4) Penerima

Penerima adalah pihak menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri orang-orang atau lebih bisa dalam bentuk kelompok, pantai atau negara. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

5) Pengaruh atau efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku

seseorang. Oleh karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6) Tanggapan balik

Tanggapan balik ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7) Lingkungan atau situasi

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat di golongan atas empat macam yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu (Hamdani, 2011: 24).

2. Publik

Publik Relation (Humas) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara satu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2007 : 23).

Menurut Onong Uchjana Effendy, Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan public secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama. (Kriyantono, 2008:4)

Ruslan (2010:22-23) menjabarkan adapun Ruang lingkup tugas Public Relations dalam sebuah ornganisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan ke luar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilnya.

Menurut Effendy (2006:107) publik sasaran dari kegiatan humas terbagi menjadi dua jenis kelompok besar, yakni publik intern dan publik ekstern. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1) Hubungan dengan publik intern

Publik intern sebagai sasaran humas terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi (perusahaan, instansi, lembaga, badan, dan sebagainya) dan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu.

2) Hubungan dengan publik ekstern

Publik ekstern sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi.

3. Komunikasi Publik

a. Pengertian

Komunikasi publik (*Public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembincang dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut pidato, ceramah atau kuliah umum. Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik pembicara sering merupakan faktor penting untuk menentukan efektivitas pesan, selain keahlian dan kejujuran yang dimiliki

pembicara . komunikasi publik cenderung pasif, umpan balik yang diberikan terbatas terutama umpan balik yang bersifat verbal (Mulyana, 2005 : 74)

Komunikasi publik dikenal dengan banyak nama atau istilah yaitu adalah :

- Urusan publik (*Public affair*)

Dalam bentuk pelayanan, baik dalam bentuk publik atau jasa publik yang pada dasarnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah dipusat, di daerah, dan dilingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan

- Informasi Publik (*Public Information*)

Informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan atau diterima suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya sesuai dengan UU (Pasal 1 angka (2) UU No. 14/2008) Pemenuhan hak atas kebebasan memperoleh informasi publik merupakan salah satu indikator dianutnya konsepsi negara hukum sekaligus demokrasi yang bercirikan pengakuan atas hak asasi. Menurut Jimly Asshiddiqie, dalam konsep negara hukum yang demokratis (*demokratische rechstaat*) atau negara demokrasi berdasarkan hukum, salah satu ciri pokoknya adanya pengakuan dan penghormatan terhadap hak asasi manusia. Ini mengandung makna hak atas kebebasan memperoleh informasi publik mutlak dijamin sebagai bagian dari hak asasi manusia (Jimly, 2005 : 298-299)

- Hubungan Publik (*Public relations*) atau Hubungan Masyarakat

Fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2011:8). Hubungan Publik menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun non-komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, fungsinya *lic relations* tidak saja merupakan media komunikasi yang menyalurkan penerangan atau informasi kepada publik luar dan publik dalam perusahaan, tetapi juga harus mendengar, mencium, merasakan dan melihat opini publiknya itu.

b. Sarana Komunikasi Publik

Saluran komunikasi publik adalah sarana atau media apapun yang bisa menjangkau publik,termaksud :

- media massa

Media massa merupakan sarana atau wadah yang paling tepat dalam menyebarkan informasi kepada khalayak ramai, seperti koran, majalah, warta berita, dan lain sebagainya

- rapat umum

Rapat umum sebagai tempat bertemunya secara formal orang-orang atau sekelompok orang yang dapat saling bertukar informasi

- aksi demonstrasi

Aksi demonstrasi dapat menjadi tempat bagi masyarakat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat lain, dan mereka dapat secara langsung menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan mereka dalam menanggapi suatu informasi publik

- media online blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, email, milis

Media online dan lain sebagainya untuk saat ini merupakan media yang sangat dekat dengan masyarakat, terlebih masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi publik

- SMS

Sms dalam hal keterbukaan publik dapat berupa sms pengaduan pada pihak-pihak terkait untuk memberikan informasi serta keluhan pada pemerintah

- Surat pembaca

Surat pembaca seperti koran juga merupakan media yang selalu dekat dengan masyarakat dalam berbagai kalangan, sehingga mereka dapat mengakses keterbukaan informasi publik

Komunikasi publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien. Namun komunikasi paling efektif adalah melalui media massa, sehingga disebut komunikasi massa (*mass*)

4. Keterbukaan Informasi

Keterbukaan informasi publik sebagaimana diatur dalam Undang-undang no 4 Tahun 2008 tentang keterbukaan publik yang isinya adalah pemerintah diamanatkan untuk membuka informasi terkait penyelenggaraan pemerintahan kepada masyarakat. Menurut UU KIP, yang dimaksud dengan informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/ atau diterima oleh badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Dengan adanya keterbukaan publik dan UU keterbukaan publik, maka pemerintah diwajibkan untuk memberikan informasi pada masyarakat melalui media penyebaran informasi. Keterbukaan informasi memberikan peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai kebijakan publik. Kondisi ini mendorong terciptanya pemerintahan yang bersih karena pemerintah dan badan publik dituntut untuk menyediakan informasi yang lengkap mengenai apa yang dikerjakannya secara terbuka, transparan, dan akuntabel

5. Konsep Peran

Peran berarti laku, bertindak. Didalam kamus besar bahasa Indonesia peran ialah perangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat (E.St. Harahap, dkk, 2007: 854) Sedangkan makna peran yang dijelaskan dalam Status, Kedudukan dan Peran dalam masyarakat, dapat dijelaskan melalui

beberapa cara, yaitu pertama penjelasan histories. Menurut penjelasan histories, konsep peran semula dipinjam dari kalangan yang memiliki hubungan erat dengan drama atau teater yang hidup subur pada zaman Yunani kuno atau Romawi. Dalam hal ini, peran berarti karakter yang disandang atau dibawakan oleh seorang aktor dalam sebuah pentas dengan lakon tertentu. Kedua, pengertian peran menurut ilmu sosial. Peran dalam ilmu sosial berarti suatu fungsi yang dibawakan seseorang ketika menduduki jabatan tertentu, seseorang dapat memainkan fungsinya karena posisi yang didudukinya tersebut.

Peranan (*role*) merupakan proses dinamis kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya (Soekanto, 2009: 212-213). Levinson dalam Soekanto (2009:213) mengatakan peranan mencakup tiga hal, antara lain:

- Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat.
- Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

- Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Merton dalam Raho (2007 : 67) mengatakan bahwa peranan didefinisikan sebagai pola tingkah laku yang diharapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Sejumlah peran disebut sebagai perangkat peran (role-set). Dengan demikian perangkat peran adalah kelengkapan dari hubungan-hubungan berdasarkan peran yang dimiliki oleh orang karena menduduki status-status social khusus. Selanjutnya dikatakan bahwa di dalam peranan terdapat dua macam harapan, yaitu: pertama, harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran, dan kedua harapan-harapan yang dimiliki oleh pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya. Dalam pandangan David Berry, peranan-peranan dapat dilihat sebagai bagian dari struktur masyarakat sehingga struktur masyarakat dapat dilihat sebagai pola-pola peranan yang saling berhubungan.

6. Arti Penting Keterbukaan Informasi bagi Masyarakat dan Pemerintah

Keterbukaan informasi bagi masyarakat merupakan has setiap warga negara terhadap pemerintahnya untuk mengontrol jalanya pemerintahan yang telah diamanatkan oleh msyarakat. Keterbukaan informasi salam setiap aspek penyelenggaraan pemerintahan dapat pendorong partisipasi masyarakat dalam

pembangunan dan agenda pemerintah yang berujung pada meningkatnya kepercayaan publik dan citra positif pada pemerintah.

Keterbukaan informasi dalam penyelenggaraan pemerintahan merupakan tuntutan masyarakat terutama pada era globalisasi sekarang ini dimana media sosial dan media massa merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat sekarang ini, terdapat 3 alasan mengapa keterbukaan informasi penting dalam pemerintahan dan masyarakat, diantaranya adalah :

1. Masyarakat dapat mengontrol jalanya kekuasaan yang dipegang pemerintah, dan pemerintah dapat mengendalikan kekuasaan yang dimilikinya karena kekuasaan itu di kontrol atau diawasi oleh msyarakat melalui informasi publik
2. Keterbukaan informasi dalam sistem demokrasi merupakan suatu keharusan agar pemerintah tetap pada jalur yang benar dengan tujuan mensejahterahkan masyarakat dan masuarakatpun dapat melakukan pengawasan terhadap pemerintah untuk tetap pada jalur tujuanya melalui keterbukaan informasi kegiatan pemerintahan
3. Keterbukaan informasi dapat memungkinkan adanya akses bebas bagi masyarakat terhadap informasi yang diperoleh. Hal ini akan dapat memberikan pemahaman kepada a\masyarakat serta menimbulkan partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan pemerintahan yang konstruktif dan rasional.

2.2 Defenisi Operasional

1. Peran

Peran adalah bentuk kegiatan atau usaha suatu orang, sekelompok orang atau suatu instansi dalam mewujudkan tugas dan kewajibannya terhadap sesuatu yang ingin dicapai, dengan cara melakukan berbagai kegiatan atau langkah-langkah demi terlaksananya tugas dan tanggung jawab suatu orang atau instansi tersebut.

2. Informasi Publik

Informasi publik adalah informasi yang dikonsumsi atau dilihat oleh khalayak ramai dari berbagai kalangan. Informasi publik sangat penting dilakukan demi terciptanya azas keterbukaan dan untuk mewujudkan good governance pada suatu daerah.

3. Diskominfo dan Statistik

Suatu instansi pemerintah yang bertugas menyebarluaskan informasi kepada khalayak ramai atau publik. Adapun tupoksi dari diskominfo terkait dengan keterbukaan informasi publik adalah sebagai berikut :

- d. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai tugas merumuskan dan melaksanakan kebijakan, pengelolaan opini publik, sumber daya komunikasi publik, kemitraan komunikasi, layanan informasi publik, pengelolaan informasi publik dan media publik. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi mempunyai fungsi :

1. merumuskan kebijakan di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah;
 2. mengkoordinasikan pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah;
 3. mengkoordinasikan penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik;
 4. mengkoordinasikan pelayanan informasi publik dan layanan hubungan media;
 5. mengkoordinasikan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di Kabupaten Blitar;
 6. mengkoordinasikan penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintah daerah;
 7. memantau, mengevaluasi dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi publik
- e. Kepala Seksi Pengelolaan Media Komunikasi mempunyai tugas menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan terkait fungsi penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik, serta penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana

dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Pengelolaan Media Komunikasi mempunyai fungsi :

1. menyelenggarakan layanan perencanaan komunikasi publik dan citra positif Pemerintah daerah;
 2. melaksanakan pengemasan ulang konten nasional menjadi konten lokal;
 3. melaksanakan pembuatan konten lokal;
 4. mengelola saluran komunikasi milik pemerintah daerah/media internal;
 5. melaksanakan diseminasi informasi kebijakan melalui media pemerintah daerah dan non pemerintah daerah;
 6. melaksanakan pemberdayaan dan penyediaan akses informasi bagi media dan lembaga komunikasi publik;
 7. melaksanakan pengembangan sumber daya komunikasi publik di Kabupaten (Kelompok Informasi Masyarakat);
 8. melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan rencana kerja seksi;
- f. Kepala Seksi Layanan Informasi Publik mempunyai tugas menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan terkait fungsi pelayanan informasi publik, serta layanan hubungan media. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Seksi Layanan Informasi Publik mempunyai fungsi :

1. menyelenggarakan layanan Pengolahan informasi publik untuk implementasi Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
2. melaksanakan pelayanan informasi publik untuk implementasi Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
3. melaksanakan pelayanan pengaduan masyarakat;
4. melaksanakan fasilitasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) SKPD;
5. melaksanakan pengelolaan hubungan dengan media (*media relations*);
6. melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan rencana kerja seksi;

Fungsi yang paling penting dalam komunikasi massa, komponen yang paling penting dalam suatu informasi adalah berita-berita yang disajikan, yang akan membawa dampak pada (Nurudin, 2011 :66)

2.3 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti /Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Heri Kuswanto (2012)	Peran Dinas Perhubungan, Komunikasi Dan Informasi Kota Batu Dalam Upaya Penyampaian Informasi Otonomi Daerah	1) Sebagai mediator, Dinas Komunikasi Informasi dan Perpustakaan Kota Batu aktif mencari beberapa berita nyata yang selalu baru aktual dengan merepakan komunikasi dua arah. Adapun informasi jenis menjadi daerah garapan Dinas Komunikasi Informasi dan Perpustakaan telah karakter timbale

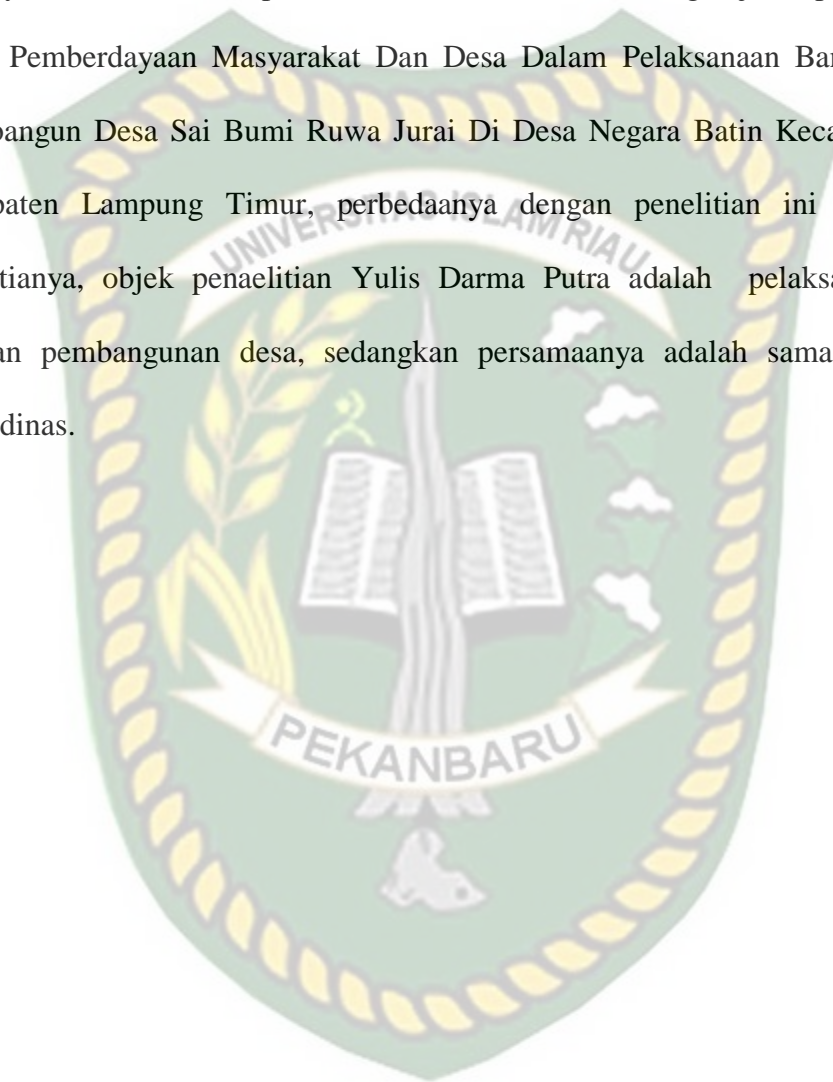
No	Nama Peneliti /Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			<p>balik. 2) Adapun kinerja dinas komunikasi dan informasi Kota Batu cukup tanggap dan memberikan pelayanan yang baik dengan komunikasi informasi yang cukup lengkap.</p>
2	Jhon Carlos Purba (2017)	Peran Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Mewujudkan Informasi Yang Beretika Dan Bertanggung Jawab Di Provinsi Riau	Peran Dinas komunikasi dan Informatika provinsi riau dalam mewujudkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab di provinsi Riau sudah berjalan cukup baik namun dalam pelaksanaannya belum merata dengan dimana Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau telah melakukan beberapa program dalam mewujudkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab seperti Edukasi Internet sehat dan cakup, Stop bullying, Pelatihan kepada pegawai hingga melakukan teguran dan pemblokiran terhadap pihak yang melakukan pelanggaran.
3	Candra Arysta Purba Pertama (2016)	Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pemberdayaan Pengrajin Kerajinan Perak Sebagai Produk Unggulan Daerah (Studi Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto)	Pemberdayaan berperan untuk mengarahkan, melatih, serta mendidik masyarakat agar memiliki pengalaman, pengetahuan serta kreatifitas dalam mengembangkan kehidupannya. Melalui kerajinan perak di Desa Batankrajan, Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan berusaha melakukan perannya untuk menumbuhkan kegiatan masyarakat tersebut. Dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto melakukan pemberdayaan kepada pengrajin kerajinan perak melalui programnya yakni dengan mengadakan pelatihan dan pembinaan serta meringankan izin pendirian usaha demi membuat

No	Nama Peneliti /Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			kerajinan perak menjadi suatu produk unggulan daerah.
4	Betsy Setyono (2015)	Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya dalam Perolehan Hak Merek Bagi Usaha Kecil Menengah Inovatif	Peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Surabaya dalam perolehan hak merek bagi usaha kecil menengah inovatif adalah sebagai fasilitator. Fasilitasi perolehan hak merek bagi usaha kecil menengah inovatif tersebut berupaya untuk meningkatkan minat pelaku usaha kecil menengah inovatif untuk mengajukan permohonan perolehan hak merek atas produk mereka. Fasilitasi perolehan hak merek yang diterapkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian kota Surabaya merupakan sebuah program yang tergolong baru serta masih memiliki banyak kekurangan.
5	Yulis Darma Putra (2017)	Peran Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Dalam Pelaksanaan Bantuan Gerakan Membangun Desa Sai Bumi Ruwa Jurai Di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur	1) Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa dalam melaksanakan Program Gerbang Desa Saburai sesuai Peraturan Gubernur No 37 Tahun 2015 pasal (5) tentang Petunjuk Teknis Oprerasional mempunyai tahap-tahap yaitu: Menentukan jenis kegiatan dan besarnya alokasi dana bantuan Provinsi, Monitoring, Evaluasi dan Pengawasan, Sanksi dan Penghargaan, Pemeliharaan dan Pelestarian Kegiatan. 2) Pendukung dalam kegitan Gerbang Desa Saburai yaitu: Adanya sinergitas dari program Pemerintah Pusat dengan program Pemerintah Daerah, meningkatnya

No	Nama Peneliti /Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			sarana dan prasarana yang ada di desa, meningkatnya pendapatan masyarakat desa, meningkatnya mutu lingkungan hidup dan pengelolaan SDM

Pada penelitian Heri Kuswanto dengan judul penelitian Peran Dinas Perhubungan, Komunikasi Dan Informasi Kota Batu Dalam Upaya Penyampaian Informasi Otonomi Daerah, perbedaanya dengan penelitian ini adalah Objek penelitiannya, objek penaelitian Heri Kuswanto adalah upaya penyampaian informasi otonomi daerah, sedangkan persamaanya adalah sama-sama melihat peran. Pada penelitian Jhon Carlos Purba Peran Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Mewujudkan Informasi Yang Beretika Dan Bertanggung Jawab Di Provinsi Riau, perbedaanya dengan penelitian ini adalah perbedaanya dengan penelitian ini adalah Objek penelitiannya, objek penelitian Johon Carlos Purba adalah wujud informasi yang beretika, sedangkan persamaanya adalah sama-sama Ingin melihat peran diskominfo. Penelitian Candra Arysta Purba Putra dengan judul penelitian Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pemberdayaan Pengrajin Kerajinan Perak Sebagai Produk Unggulan Daerah (Studi Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto), perbedaanya dengan penelitian ini adalah Objek penelitiannya, objek penaelitian pemberdayaan kerajinan perak, sedangkan persamaanya adalah sama-sama melihat peran dinasnya. Penelitian Betsy ertyono dengan judul penelitian Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya dalam Perolehan Hak Merek Bagi Usaha Kecil Menengah Inovatif perbedaanya

dengan penelitian ini adalah yang ingin diketahui pada penelitian ini adalah tujuan implementasi dari peran sedangkan persamaanya adalah sama-sama melihat peran dinas. Terakhir adalah penelitian Yulis darma Putra dengan judul penelitian Peran Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Dalam Pelaksanaan Bantuan Gerakan Membangun Desa Sai Bumi Ruwa Jurai Di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, perbedaanya dengan penelitian ini adalah Objek penelitiannya, objek penaelitian Yulis Darma Putra adalah pelaksanaan bantuan gerakan pembangunan desa, sedangkan persamaanya adalah sama-sama melihat peran dinas.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau