

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu cermin peneliti dalam pembentukan penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis mencantumkan Lima hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dan keterkaitan dengan penelitian ini. Berikut peneliti jabarkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

Penelitian Terdahulu yang pertama disusun oleh Novi Alicia Sirait dan Indra Novianto Adibayu Pamungkas pada tahun (2020) Penelitian ini berjudul “Kompetensi Komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kompetensi Komunikasi yang dilakukan Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital. Berdasarkan hasil peneltiian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kompetensi komunikasi pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital menggunakan dua dimensi : Dimensi kognitif dan Dimensi Perilaku. Pada Dimensi kognitif, tampak pada respons mahasiswa baru yang menyatukan keakraban dengan mahasiswanya melalui rasa empati sebagai seorang pengajar yang ideal. Interaksi dengan mahasiswanya dengan mampu bersikap fleksibel pada tatanan perkuliahan, juga termaksud kedalam dimensi perilaku yang peneliti temukan terkait kompetensi komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital. Selain handal untuk berkomunikasi, profesi pengajar Perguruan tinggi yang berkompetensi

juga turut memanfaatkan teknologi pada saat proses mengajar, meninjau masyarakat yang erat dengan era digital yang merupakan bagian dari kelompok *Digital Native* dan pada saat ini juga dunia sudah menghasilkan Era digital di mana penggunaan Teknologi merupakan sesuatu yang wajar.¹

Penelitian terdahulu kedua disusun oleh Fajrina Aulia dan Agus Naryoso Tahun 2020. Penelitian ini berjudul “Kompetensi Komunikasi Public relations dalam menjalin Hubungan dengan Stakeholder”. Penelitian ini merupakan penelitian yang memakai Metode Kualitatif Deskriptif. Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui Kompetensi komunikasi yang dimiliki *public relations* Pertamina MOR IV dalam menjalin hubungan dengan *Stakeholders*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa interaksi yang dibangun antara Staff PR dengan media, Internal stakeholders serta komunitas merupakan hubungan yang tidak sampai pada interpersonal yang intim, hanya kedekatan berdasarkan pekerjaan. Unit manager dan Staff PR Pertamina MOR IV memiliki kompetensi komunikasi yang berada dalam tahap *Conscious competence*, di mana unit manager dan Staff PR telah mendalami tipe dan karakteristik Pertamina serta bagaimana cara memelihara hubungan yang baik dengan stakeholder tersebut.²

¹ Novi Alicia Sirait, Indra Novianto 2020, Kompetensi Komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Vol. 6, No. 1. Diakses pada 09 Oktober 2022. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/download/754/697>

² Fajrina Aulia, Agus Naryoso. 2018, Kompetensi Komunikasi Public Relations dalam

Penelitian terdahulu yang ketiga disusun oleh N.Nurlela Aried dan M.Arkan Ariel Saputra tahun 2021. Penelitian ini berjudul “Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada Era Artificial Intelligence”. Pada penelitian ini, peneliti memmakai metode Kuantitatif. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah Era Artificial Intelligence mempengaruhi kompetensi baru PR. Berlandaskan Penelitian yang dijalankan, dapat ditemukan bahwa kehadiran Teknologi Antifical Intelligence yang merevolusi dunia PR, aspek Manusia masih akan tetap diperlukan, serangkaian tugas rutin PR berpotensi untuk dapat digantikan dengan AI, namun dengan munculnya perangkat-perangkat baru PR pendorong para praktisi PR untuk mempelajari lebih awal dan mengukur setiap perangkat baru tersebut sesuai dengan kebutuhan.³

Penelitian terdahulu yang keempat disusun oleh Nur rahayu septiasari dan Diajeng herika hermanu Tahun 2021. Penelitian ini berjudul berjudul “Faktor Efektivitas Komunikasi Humas dalam sosialisasi Program”. Pada Penelitian ini, Peneliti menggunakan Metode Kuantitatif. Tujuan Penelitian ini ialah untuk memverifikasi bahwa variabel-variabel dari efektivitas pada komunikasi ialah pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi sebagai variabel yang berdampak terhadap efektivitas komunikasi

Menjalin Hubungan dengan Stakeholder. UNDIP Tembalang Semarang. Diakses pada 09 Oktober 2022. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21029>

³ N.Nurlela,M,Arkan. 2019, Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada Era Artifical Intelligence. Jurnal Sistem Cerdas: Volume 02, No 01. Diakses pada 09 Oktober 2022. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/download/754/697>

dalam program belajar dari Rumah di TVRI.

Berdasarkan Penelitian yang dibuat, hasil penelitian menggambarkan variabel efektivitas komunikasi Humas dalam sosialisasi Program belajar dari rumah di TVRI pada masa Pandemi Covid-19. Kontribusi keefektifan komunikasi yang akurat dalam mengkomunikasikan ide sosialisasi program harus didukung dengan pengetahuan aspek Integrasi, adaptasi, dan pencapaian tujuan. Variabel Efektivitas komunikasi dalam mensosialisasikan Program dapat dioptimalkan melalui Integrasi penilaian terhadap tingkat kemampuan organisasi melakukan sosialisasi dengan organisasi-organisasi lainnya, adaptasi berpotensi mendukung perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan melalui menyesuaikan diri, optimasi pencapaian tujuan dapat mengembangkan komponen yang diperlukan melalui tahap-tahap melalui proses komunikasi.⁴

Penelitian terdahulu yang kelimadisusun oleh Dina Novika Tahun 2019. Penelitian ini berjudul “Kompetensi Komunikasi Tutor Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik”. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif. Tujuan Penelitian ini ialah untuk mengetahui Kompetensi Komunikasi Tutor dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik Yayasan Pemimpin Anak Bangsa.

⁴ Nur Rahayu, Djajeng Herika.2021, Faktor Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program,Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat: Volume 7, No. 1. Diakses pada 09 Oktober 2022. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/download/27256/pdf>

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan, hasil penelitian menunjukkan kompetensi komunikasi tutor Yayasan Pemimpin Anak Bangsa yang dilakukan cukup baik, meninjau komunikasi yang baik secara verbal maupun Non verbal, sehingga pesan-pesan materi pelajaran yang mudah di mengerti oleh peserta didik, didukung dengan tutor yang memotivasi dan memberi semangat bagi peserta untuk belajar kembali.⁵



⁵ Dina Novita. 2019, Kompetensi Komunikasi Tutor dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik. Jurnal Interaksi: Volume 03, No 01. Diakses pada 29 November 2022. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2692/pdf_46

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul & Bentuk	Teori	Metode	Hasil	Kesimpulan
1.	<p>Novi Alicia Sirait dan Indra Pamungkas</p> <p>Jurnal. Univeritas Telkom Tahun 2020</p>	<p>Kompetensi Komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital</p>	<p>Teori Kompetensi Komunikasi</p>	<p>Metode Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwasannya Kompetensi Komunikasi terdapat dua dimensi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi Kognitif – Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas jawaban mengenai kompetensi komunikasi humas ialah sikap dan kepribadian yang ramah dari pengajar, serta mampu memberikan pengertian pada mahasiswanya. Alhasil unsur kompetensi komunikasi mempengaruhi pengetahuan mahasiswa dalam proses belajar lebih nyaman. Begitupun dalam hal empati mengajar kepada mahasiswa yang belum menguasai materi dengan cepat. 2. Dimensi Perilaku – Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas jawaban menunjukan bahwa pemahaman yang jauh lebih baik dalam proses pembelajaran didukung adanya keterlibatan interaksi. Seperti halnya daya tangkap mahasiswa yang beragam, dengan adanya interaksi menjadi barometer bagi pengajar untuk dapat meninjau sejauh apa pengetahuan yang ditangkap oleh mahasiswa. 	<p>Kompetensi komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital dilihat dari dua dimensi, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimesi kognitif – Keramahaman pengajar yang mampu menjalin kedekatan dengan mahasiswanya dengan menunjukkan empati sebagai seorang pengajar yang ideal. 2. Dimensi Perilaku – interaksi pengajar dengan mahasiswanya, dan mampu bersikap fleksibel pada aturan perkuliahan. Selain mampu untuk berkomunikasi, seorang pengajar Perguruan Tinggi yang berkompetensi juga mampu melibatkan teknologi pada saat proses mengajar.

2.	<p>Fajrina Aulia Arumdhani dan Agus Naryoso.</p> <p>Jurnal.Kampus Undip Tembalang Tahun 2018</p>	<p>Kompetensi Komunikasi Public Relation dalam Menjalin Hubungan dengan Stakeholder</p> <p>(Pada Pertamina MOR IV)</p>	<p>Teori Perubahan Kompetensi Interpersonal</p>	<p>Metode Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil dari penelitian menjelaskan unit manager dan Staff PR Pertamina memiliki motivasi positif dalam membentuk hubungan dengan Stakeholder.</p> <p>Komunikasi interpersonal antara unit manager dan staff pr melalui 5 aspek yang berjalan, diantaranya Kompetensi Interpersonal yaitu kemampuan berinisiatif, kemampuan untuk bersikap terbuka kepada Stakeholder Pertamina, kemampuan untuk bersikap Asertif, kemampuan memberikan Dukungan emosional, dan Kemampuan mengatasi Konflik yang terjadi dengan Stakeholder.</p> <p>Namun pada eksternal stakeholder, Pertamina MOR IV belum mampu menjalin afiliasi dengan LSM, dikarenakan praktisi PR adanya rasa takut dimanfaatkan oleh Pihak LSM.</p>	<p>Unit Manager dan Staff PO Pertamina MOR IV memiliki kompetensi komunikasi, diketahui adanya saling memahami karakteristik dan tipe antara unit manager dan staff PR, serta bagaimana cara memelihara hubungan yang baik dengan stakeholder tersebut.</p> <p>Namun Hubungan yang terjalin pada Staff PR dengan Media, internal stakeholder tidak sampai pada hubungan interpersonal yang intim, kedekatan yang adahanya sebatas pekerjaan.</p>
3.	<p>N.Nurlela Aried dan M.Arkan Ariel Saputra.</p> <p>Jurnal.Universitas Telkom Tahun 2019</p>	<p>Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada era Artificial Intelligence</p>	<p>Excellence Theory</p>	<p>Metode Kuantitatif (Survey secara Online)</p>	<p>Berikut hasil penelitian yang menganalisa apakah apakah aspek manusia masih dibutuhkan dalam pekerjaan PR dalam 10 Tahun kedepan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kliping berita : kemajuan Teknologi (Big data dan AI) dianggap sudah menggantikan pekerjaan Kliping dengan menggunakan orang secara langsung. 2. Social listening – media analisis : bahwa social listening penting merupakan pekerjaan ranking kedua yang akan tergantikan dengan Teknologi Big Data 	<p>Adanya teknologi Antifical Intelligence yang merevolusi Dunia PR, menjelaskan aspek manusia masih diperlukan, walau dalam penerapan tugas rutin PR berpotensi terganti dengan AI, namun kemunculan perangkat-perangkat baru PR mendorong para Praktisi PR untuk mempelajari lebih awal dan menguji setiap perangkat bari tersebut sesuai dengan Kebutuhan.</p>

					<p>dan AI. Karena hadirnya perangkat yang memiliki fasilitas untuk memonitor pembicaraan pada media sosial, online, dll.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Media Relationship dan Stakeholder relation : saluran tersebut akan tergantikan atau berkurang seturut dengan berbagai Teknologi yang menggantikan Hubungan Langsung melalui Perangkat Teknologi baru. 4. Otomatisasi konten dan Penyebaran melalui media sosial : hadirnya teknologi Big data dan AI mengenai Pekerjaan PR terkait konten, mengunggah, dan penjadwalan konten merupakan pekerjaan yang akan tergantikan. 5. Penyebaran Rilis : penyebaran rilis akan terbantu dengan adanya Teknologi Big Data dan AI. 6. Pekerjaan Foto dan Video : pekerjaan ini masih memerlukan peran manusia untuk mengerjakannya 7. Komunikasi Tatap muka : pekerjaan PR yang terkait komunikasi langsung (face to face) seperti presentasi, kecil kemungkinannya untuk dapat digantikan dengan teknologi Big data dan AI. 8. Manusia masih dibutuhkan dalam Pekerjaan PR : Aspek manusia masih dibutuhkan dalam pekerjaan PR pada 10 tahun ke depan. 	
4.	Nur Rahayu Septiasari dan Diajeng Herika Hermanu.	Faktor Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program	Teori Efektivitas Komunikasi menurut	Metode Penelitian yang digunakan	Hasil Penelitian dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang cukup kuat keefektifan komunikasi, diantaranya dalam :	Kesimpulan menggambarkan jawaban dari penelitian ini ialah Keterlibatan Efektivitas komunikasi yang tepat dalam mengkomunikasikan gagasan

	Jurnal.STIKOM JAKARTA tahun 2021		Teori Lassweel	yaitu Kuantitati f (Probabilit y Sampling)	Variabel Integrasi berhasil menjelaskan penilaian terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi dalam melakukan sosialisasi Program Belajar dari rumah di TVRI. Sedangkan variabel yang signifikan dan kurang kuat mempengaruhi keefektifan komunikasi ialah upaya pada proses pada pencapaian tujuan belum dapat diverifikasi terjaminnya proses belajar dari rumah di TVRI melalui tahap-tahap proses komunikasi terlebih dahulu.	sosialisasi program belajar dari rumah di TVRI harus didukung dengan pemahaman aspek Integrasi, adaptasi, dan pencapaian tujuan. Dengan memberikan integrasi penilaian terhadap tingkat kemampuan organisasi melakukan sosialisasi dengan organisasi-organisasi lainnya, adaptasi mampu mendukung perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan dengan cara menyesuaikan diri, optimalisasi pencapaian tujuan, memperluas tahap-tahap efektivitas komunikasi melalui proses komunikasi.
5.	DINA NOVIKA Jurnal. UNIVERSITAS MUHAMMAD IYAH SUMATERA UTARA Tahun 2019	Kompetensi Humas Tutor dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik.	Teori Konstruktivi sme	Metode Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukkan kompetensi yang baik dibangun dengan penyampaian pesan komunikasi berupa materi pembelajaran untuk peserta didik, selain itu penyampaian yang ekspresif oleh tutor juga dilakukan dalam memberikan efek yang positif terhadap kepeahaman peserta didik dalam belajar untuk aktif. Kompetensi tutor dilihat dari keterampilan komunikasi, kredibilitas dalam melakukan pembelajaran serta penguasaan kelas dengan melihat perilaku dan membaca karakter peserta didik, membangun suasana belajar menjadi “teman konseling” bagi peserta didik yang mempunyai masalah.	Kesimpulan pada Penelitian ini : Kompetensi Komunikasi tutor Yayasan Pemimpin Anak Bangsa sudah cukup baik. Hal tersebut, terlihat pada kemampuan tutor menggunakan komunikasi secara verbal maupun nonverbal sehingga pesan-pesan materi pelajaran yang mudah dipahami oleh peserta didik. Selain itu, Tutor yang selalu memberi dukungan, motivasi dan semangat untuk belajar kembali.

Sumber : diolah oleh peneliti 2022

Adapun Persamaan dan Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang juga menjadi referensi dan sumber bacaan peneliti antara lain :

Pada Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “ Kompetensi komunikasi pengajar perguruan tinggi di Era Digital”. Penelitian

ini disusun oleh Novia Alicia Sirait dan Indra Novianto pada Jurnal Universitas Telkom Tahun 2022. Persamaan Penelitian ini dengan Penelitian saya ialah Pengambilan Metode dan Teori serupa yaitu Kualitatif Deskriptif dan Teori Kompetensi Komunikasi. Perbedaan Pada penelitian ini terdapat pada Pengambilan Teori yang digunakan kami mengambil sudut pandang komunikasi yang berbeda untuk mendapatkan masukan dari sisi berlainan. Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah peneliti baca, Penelitian ini menjelaskan bagaimana Dimensi kompetensi Komunikasi berdasarkan Sudut pandang komunikasi yang berbeda.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “Kompetensi komunikasi Public Relations dalam menjalin hubungan dengan Stakeholder”. Penelitian diatas disusun oleh Fajrina Aulia dan Agus Naryoso tahun 2020. Persamaan penelitian ini dengan Penelitian saya ialah Teori dan Metode penelitian yang kami Ambil sama yaitu Teori Kompetensi Komunikasi dan Kualitatif Deskriptif, selain itu Peneliti menelaah pada Tujuan Penelitian yang mengarah pada Kompetensi Komunikasi Interpersonal

kepada Eksternal perusahaan, Penelitian saya juga menjelaskan tentang Kompetensi Komunikasi dalam menyampaikan sosialisasi dengan memerlukan Kompetensi Komunikasi internal Humas DTKJ. Perbedaan Penelitian ini terletak pada sosialisasi yang dijalankan, penelitian ini menjalankan Interaksi yang ditujukan

melalui dua formasi, baik secara langsung maupun tidak Langsung (Media Pendukung), sedangkan pada penelitian saya, sosialisasi Penelitian Humas DTKJ dilakukan menggunakan Media sosial Instagram.

Penelitian terdahulu yang ketiga berjudul “Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada Era Intelligence”. Penelitian ini disusun oleh N.Nurlela Aried dan M.Arkan Ariel Saputra tahun 2021. Persamaan Penelitian ini dengan saya ialah kompetensi yang ditujukan sama yaitu Public relation atau Humas, sehingga data yang dijelaskan sama dengan penelitian yang saya ambil. Perbedaan penelitian ini ialah Metode dan teori penelitian, Karena pendekatan Penelitian ini ialah metode kuantitatif, pengambilan data yang dilakukan berbeda dan kajian literature yang disampaikan tidak mendetail, tidak seperti pada penelitian kualitatif yang memerlukan data penelitian sedalam-dalamnya.

Penelitian terdahulu yang keempat berjudul “Faktor Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program”. Penelitian ini disusun oleh Nur Rahayu dan Diajeng Herika tahun 2021.

Persamaan Penelitian ini dengan saya terletak pada Tujuan penelitian yang dijalankan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui peran humas dalam mensosialisasikan Program yang dijalankan. Perbedaan teori dan Metode yang mengacu pada Kuesioner bukan teori dan konsep mendetail.

Penelitian terdahulu yang kelima berjudul “Kompetensi Komunikasi Tutor Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik. Penelitian ini disusun oleh Dina Novika tahun 2019. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya jalankan ialah pada Teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan teori konstruktivisme sedangkan penelitian saya menggunakan teori Kompetensi Komunikasi. Selain itu, Perbedaan penelitian ini dilihat dari pelaksanaan yang dijalankan. Pelaksanaan Kompetensi dilakukan lebih menekankan eksternal , sedangkan penelitian yang saat lakukan menekankan pada sosialisasi humas yang dilakukan melalui media instagram. Sedangkan metode pengambilan data yang kami gunakan sama diantaranya Metode Observasi dan Wawancara.

Adapun unsur kebaruan atau Novelty adalah akan menghasilkan Sebuah temuan yang bisa memperlihatkan betapa kompetensi komunikasi menjadi penting bagi setiap pelaku komunikasi dalam bidang apapun, termasuk dalam hal kegiatan sosialisasi yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah untuk bisa

di sosialisasikan kepada masyarakat, sehingga kebijakan itu tidak terlalu menimbulkan pro dan kontra yang mempengaruhi kepercayaan publik kepada pihak yang mengeluarkan kebijakan. Dalam hal ini adalah program tarif integrasi transportasi umum di Jakarta.

2.2 Teori yang digunakan

2.2.1 Teori Kompetensi Komunikasi

Secara sederhana, Kompetensi komunikasi mengarah pada kemampuan individu untuk berkomunikasi secara efektif sesuai dengan situasi sosial. Teori Kompetensi Komunikasi merupakan pendekatan baru terhadap persoalan yang sudah dikenal sejak lama, yakni bagaimana mengartikulasikan dan membumikan konsep rasionalitas yang diperluas.⁶ Menurut Spitzberg dan Cupach (dalam Rickheit and Strohner : 2008) Menyatakan bahwa kompetensi komunikasi ialah kemampuan seseorang individu untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan efektif di dalam segala kondisi dan situasi sosial sepanjang waktu, yang di mana kemampuan pada kompetensi komunikasi ini merupakan kemampuan untuk melangkah yang ditularkan dari motivasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu.⁷

⁶ Lely Arrianie..2022. Teori, Mode, Perspektif, dan Media Komunikasi Politik, Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

⁷ Rickheit, G. & Strohner, H. 2008. Handbook of Communication Competence. Berlin: Mouton de Gruyter.

1. Pesan harus dapat dipahami

Dalam melakukan komunikasi, pemahaman pesan yang disampaikan harus dipahami dengan selaras oleh setiap pelaku komunikasi baik penerima pesan maupun penyampai pesan tersebut.⁸ Dalam hal ini pesan informasi yang diberikan harus dapat sampai dengan baik oleh komunikan, Adapun faktor indikasi kesalahpahaman yaitu perbedaan bahasa, budaya, Latar belakang pendidikan dan lainnya.

2. Pesan harus mempunyai efek yang dimaksudkan

Dalam hal ini biasanya ada pesan tersendiri yang menjadi tujuan komunikator di setiap komunikasi yang dilakukannya tujuan yang nantinya berbeda maka tidak bisa dicapai dengan bersama.

3. Pesan harus etis

Etika ialah suatu keyakinan yang menentukan tentang apa yang benar atau salah. Dalam hal ini etika dan perilaku merupakan komponen yang paling penting dalam budaya tertentu. Oleh karena itu dalam kriteria yang ketiga ini harus adanya kesadaran etika dari perilaku.⁹

Menurut Teori Kompetensi Komunikasi dari William Cupach sebagai suatu pedoman atau Parameter individu dikatakan

⁸ Beebe, A. Steven, Susan J.Beebe & Mark V. Redmond. 2005. InterpersonalCommunication : Relating to Other. Boston : Allyn and Bacon.

⁹ Ibid hal 21

memiliki kompetensi dalam berkomunikasi. Peneliti menggunakan Teori Kompetensi Komunikasi yang dikemukakan oleh Spitzberg dan Cupach, yang didalamnya komunikasi terbagi menjadi tiga komponen Pengetahuan, Kemampuan, dan Motivasi.¹⁰

Adapun penjabaran ketiga unsur ialah sebagai berikut :

1. Motivations (Motivasi)

Bagi beberapa orang untuk berkomunikasi dengan kompeten sangat penting untuk memberikan performa yang kompeten di hadapan orang banyak, artinya Komunikator harus termotivasi untuk menjadi kompeten.

2. Knowledge (Pengetahuan)

Pengetahuan sebagai kompas bagi seseorang untuk mengkomunikasikan tentang pesan apa yang harus diangkat, disampaikan dan disosialisasikan untuk memberitahu kita mengenai sebuah prosedur dalam menjalankannya.

3. Skills (Keahlian)

Yaitu kemampuan individu dalam mempraktikkan motivasi dan pengetahuan mereka. Skill juga termasuk elemen ketiga dari model kompetensi.

2.2.2 Konsep Komunikasi

Komunikasi adalah communication yang berasal dari baha

¹⁰ Morreale, S. P., Spitzberg, B. H., & Barge, J. K. (2007). Human Communication, second edition. Belmont: Thomson Wadsworth.

communico yaitu membuat sama. Komunikasi dapat dilakukan dua orang atau lebih yang membuat kesepakatan komunikasi yang sama. komunikasi ialah suatu tindakan antara Komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima pesan) dalam suatu konteks guna menghasilkan umpan balik. Menurut *Harrold Laswel dalam*

Mulyana (2014:69) menyatakan bahwa komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Pengirim yaitu seorang komunikator yang aka mengirim pesan
2. Saluran yang digunakan
3. Penerima komunikan yang akan menerima pesan
4. Efek merupakan umpan balik.¹¹

2.2.3 Konsep Humas

Humas merupakan kepanjangan dari Hubungan Masyarakat dari kepanjangan tersebut kita sudah dapat mengetahui bahwa humas sangat erat kaitannya dengan hubungan yang dijalin dengan “Masyarakat”, pengertian humas sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi Sikap, Opini, dan perilaku publik, mengenali kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur suatu individu atau organisasi dengan kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program aksi untuk memperoleh pengertian dan

¹¹ Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya.

dukungan publik.¹²

Fungsi Humas ialah sebagai jembatan Komunikasi atas Perusahaan atau lembaga kepada publik. Menciptakan hubungan dengan langkah menjalin hubungan positif yang saling menguntungkan antara instansi dengan publiknya agar melahirkan

kesan citra dan reputasi positif publik yang baik. Dalam (Onong Effendy, 1994: 89) dijelaskan bahwa tujuan utama humas yaitu menciptakan, mempertahankan serta melindungi reputasi organisasi dalam menampilkan citra yang dilihat publik.¹³ Tujuan utama humas yaitu dapat mencapai rasa saling memahami sebagai objektif yang utama. Karena respon yang positif atau citra yang positif berasal dari feedback yang masyarakat tunjukan berdasarkan apa yang kita berikan, sedangkan melalui pengertian yang diberikan humas dapat berubah menjadi rasa simpati, rasa menerima, rasa tertarik dan sebagainya.¹⁴

Tujuan Hubungan masyarakat adalah membuat publik dan Lembaga atau Perusahaan agar mampu meningkatkan Citra Positif lembaga dan dapat berjalan secara harmonis dengan Publiknya dengan saling memahami dan mengenal melalui daya upaya memelihara tujuan yang baik.

¹² Cutlip, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations* (Edisi Kesembilan). Jakarta:Kencana. Jalaludin, Rahmat, 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*.

¹³ Effendy, Onong. 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja.

¹⁴ Ibid Hal 23.

2.3 Teori New Media

Teori New Media atau media baru merupakan Teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy (1990) dalam buku *New Media Teori dan Aplikasi* (2011:30) menguraikan teori yang erat kaitannya dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi komunikasi Informasi modern, teori ini juga merupakan suatu teori yang menelaah perkembangan media-media yang ada di masa kini, diluar dari media konvensional. keberadaan media sosial sebagai wujud media baru, yang paling sering ditemukan dalam setiap penelitian yang berkaitan dengan media sosial.¹⁵ Pierre Levy adalah peneliti yang mengembangkan teori New Media baru ini terdapat dua pandangan, diantaranya :

1. Pandangan Interaksi Sosial, yaitu mengelompokkan media menurut hubungannya pada gaya interaksi tatap muka. Karena Pierre levy memandang world wide web (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang dapat memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Sehingga adanya interaksi sosial didalam media baru merupakan hal yang umum . Dimana model interaksi tatap muka secara langsung merupakan model interaksi konvensional, maka dari itu yang membedakan model interaksi konvensional, maka dari itu yang membedakan model media baru ini adalah dimana media baru tersebut mampu menciptakan ruang untuk antar penggunanya

¹⁵ Hastjarjo, Sri. 2011. *New Media : Teori dan Aplikasi*. Karanganyar: Lindu Pustaka.

dalam hal berinteraksi, lebih fleksibel dan terdapat ruang untuk mendapatkan informasi secara terbuka.

2. Pandangan Integrasi Sosial. Pandangan integrasi sosial adalah pendekatan yang merupakan refleksi media bukan dalam bentuk interaksi, informasi atau penyebarannya, namun dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia memanfaatkan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyuguhkan kita beberapa bentuk masyarakat dan memberikan kita rasa saling memiliki.¹⁶

2.2.4 Konsep Media Sosial

Media sosial merupakan alat yang digunakan untuk memudahkan aktivitas manusia dalam berkomunikasi satu sama lain tanpa harus bertemu secara langsung. Kemudahan yang disediakan sosial media ini, menyebarkan informasi-informasi satu sama lain jadi sangat cepat".¹⁷ Salah satu aplikasi media sosial yang aktif diakses seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp, Youtube, LinkedIn, dan lain sebagainya.

Dalam pengaplikasian media sosial, masing-masing mempunyai perbedaan yang mendasar, Instagram sebagai aplikasi khusus berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya menemukan sumber informasi yang dicari maupun membagikan

¹⁶ Solomon, M. R. (2011) Customer Behavior Buying, Having, and Being. New Jersey: pearsonf education,Inc.

¹⁷ Paramitha, C. R. P., 2011. Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner.

postingannya ke jejaring sosial pengguna. Dewan Transportasi Kota Jakarta pun turut menggunakan Media sosial dalam Membagikan Informasi Transportasi kepada penggunanya, salah satunya melalui Instagram sebagai platform yang memungkinkan para pengguna untuk mengambil pesan yang dibutuhkan atau perlu diketahui melalui fitur-fitur yang disediakan di Media sosial Instagram seperti feed, story, maupun reels.

Dengan memanfaatkan media sosial, Khususnya Instagram sebagai media informasi maupun sosialisasi kegiatan Transportasi yang digunakan baik untuk kepentingan Lembaga ataupun Pemerintah Daerah, diharapkan memberikan efek, respon dan dampak positif bagi pengikutnya untuk beralih menggunakan Transportasi Umum di Jakarta.

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, Kerangka berfikir menjadi pecahan penyusunan alur pemikiran yang dilakukan dan dipaparkan secara menyeluruh dan tersistem setelah mendapatkan teori yang digunakan dalam penelitian. Sesuai dengan judul penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini meliputi tiga hal utama yaitu Kompetensi Komunikasi, Humas dan Media sosial. DTKJ sebagai forum Konsultasi dan koordinasi antara masyarakat dengan pemerintah daerah mengenai keluhan, aspirasi dan saran saat menggunakan Transportasi Publik di Jakarta. Program Transportasi Umum Jakarta merupakan salah satu unsur penting sebagai

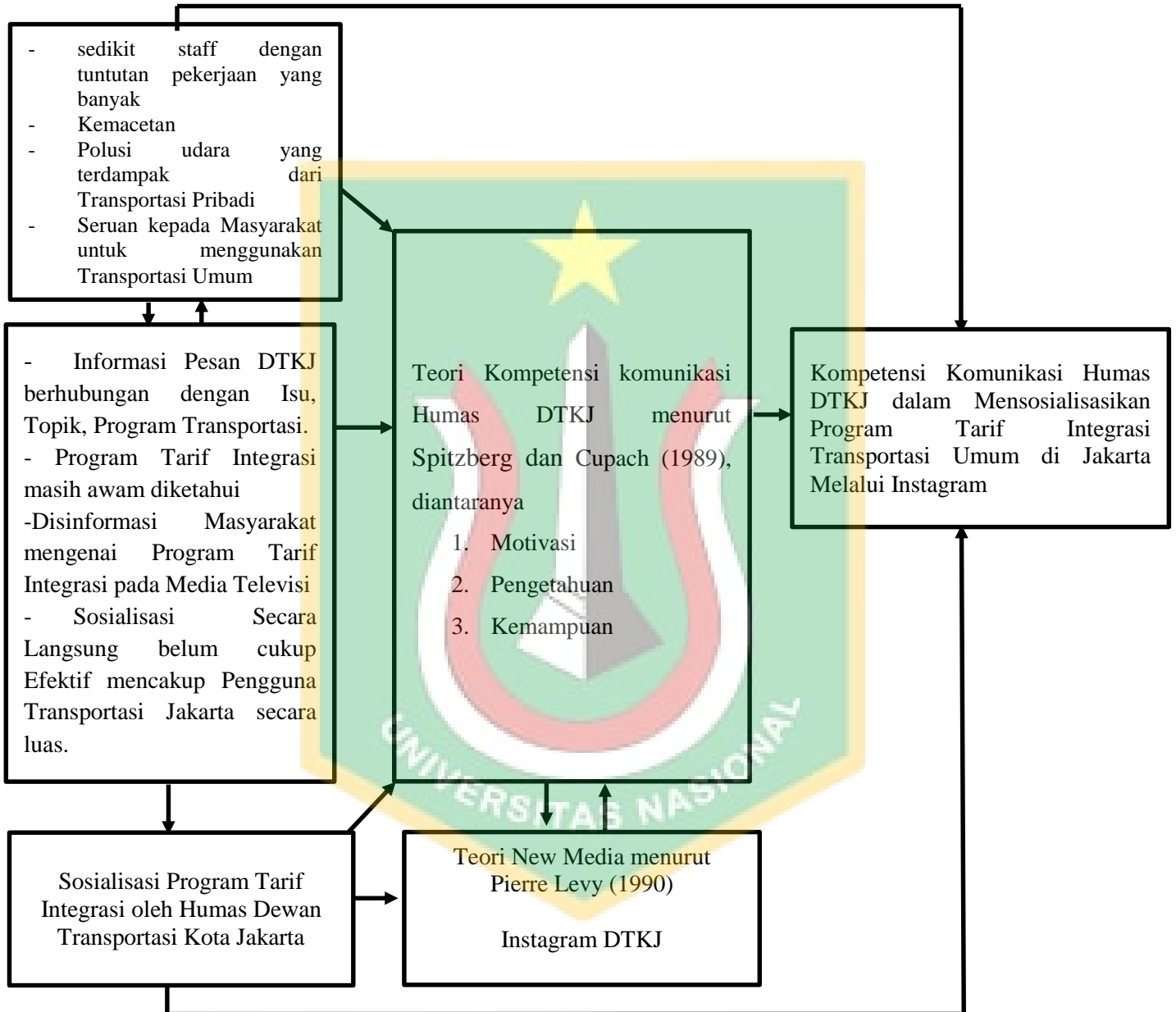
bahan informasi DTKJ untuk disampaikan ke Pengguna Transportasi.

Paradigma Penelitian yang dibangun bermaksud untuk mengetahui bagaimana Kompetensi Komunikasi Humas dalam Mensosialisasikan Program Transportasi umum ke masyarakat melalui Media sosial Instagram. Maka dari itu, suatu Lembaga Independen yang memiliki korelasi dengan Pemprov DKI dan operator layanan Transportasi harus sering mengutamakan Kebutuhan Pengguna Transportasi di Jakarta, melalui kemampuan, peran, dan fungsi humas pada Lembaga tersebut.

Hal tersebut diterapkan Humas DTKJ yang memiliki kompetensi atau kemampuan yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang sesuai dalam mengelola pertukaran pesan verbal dan nonverbal berdasarkan standar tertentu, terutama Pihak Humas yang mempunyai tugas untuk menciptakan hubungan yang harmonis baik dengan publik baik internal serta publik eksternal. Seperti membangun hubungan sekaligus menjembatani Organisasi dengan Publiknya dan Publik dengan Organisasinya, Sehingga diperlukan perbaikan dan peningkatan kualitas Individu yang terlibat didalamnya secara berkelanjutan, agar dapat menjadi Pioner Informasi andalan pengguna Transportasi.

2.5 Model Kerangka pemikiran

Tabel 2.5 Model Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : Diolah oleh peneliti 2022