

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini peneliti telah mengkaji dan menelaah penelitian sebelumnya yang dibuat oleh peneliti lain. Terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan bahan referensi tambahan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini diantaranya :

Erlina Agustin, Eshauqi Fitrayatra, Panjibrata Burhan. Jurnal politikom indonesia. Kajian Ilmu Pemerintah, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi. Vol.7 No.1, Juni 2022 dengan judul “Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng”. Tujuan penelitian ini penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana pendapat dan tanggapan ibu rumah tangga dalam terhadap komentar yang disampaikan oleh Megawati mengenai krisis kelangkaan minyak goreng serta bagaimana cara menanggulangi krisis tersebut. Teori yang digunakan oleh penelitian ini adalah teori manajemen krisis. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini bahwa dalam menghadapi sebuah krisis, dalam hal ini krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia, berdampak pada hampir seluruh lapisan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan minyak goreng sebagai kebutuhan sehari-hari. Kesimpulan penelitian ini adalah: Strategi respons krisis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh individu untuk menanggulangi

krisis dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran berita di lapangan, menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi narasumber.²

Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa. *Journal of Political Communication and Media*. Juni 2022, Vol.1, No 1, pp.1-23 dengan judul “Disonansi Kognitif Elite Politik dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng”. Peneliti ini menggunakan teori disonansi kognitif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis. Hasil dari penelitian ini adalah sikap inkonsisten elite politik dan pejabat publik dipicu oleh motivasi, keyakinan, dan sikap disonan, yakni rasa khawatir yang berlebihan terkait derasnya kritik publik atas tata kelola kebijakan ekonomi pemerintah yang dianggap gagal dalam menjaga stabilitas harga kebutuhan pokok yang terus melangit. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Selaku aktor-aktor utama pembuat dan penanggung jawab kebijakan publik, elite politik atau pejabat publik, pada ranah etika politik, akan selalu dituntut untuk bersikap konsisten (public ethics). Sebab, sikap inkonsisten dalam menyusun dan mengeksekusi kebijakan—apalagi policy yang terkait dengan

² Erlina Agustin, Eshauqi Fitrayatra, Panjibrata Burhan. “*Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng*”. *Jurnal politikom indonesiana*. Kajian Ilmu Pemerintah, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi. Vol.7 No.1, Juni 2022

hajat hidup rakyat—akan memberi dampak buruk bagi pembentukan citra pemerintah di mata publik, baik secara personal maupun institusional.³

Risky Rahmansari. Jurnal ilmiah manajemen public dan kebijakan sosial, Vol. 1 No.2 Tahun 2017. Dengan judul “Pengunaan Aplikasi WhatsApp Dalam Komunikasi Organisasi Pengawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo”. Peneliti ini menggunakan teori komunikasi organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi WhatsApp atau Wa merupakan aplikasi yang populer. Sebagaimana diterangkan oleh kepala bidang Tata Lingkungan sebagai berikut: “Mayoritas 85% pegawai dinas lingkungan hidup dan kebersihan Kabupaten Sidoarjo mampu menggunakan aplikasi WhatsApp”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Aplikasi WhatsApp memiliki peran besar dalam mendukung proses percepatan komunikasi dan koordinasi yang dilakukan oleh setiap pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo. Peran yang dimaksud ialah berupa memperlancar fungsi komunikasi dalam organisasi yang terdiri dari fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, dan fungsi relasional. Sehingga dapat mendorong peningkatan percepatan respon dan tindakan dari pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan

³ Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa. “Disonansi Kognitif Elite Politik dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng”. Journal of Political Communication and Media. Juni 2022, Vol.1, No 1, pp.1-23

Kebersihan Kabupaten Sidoarjo untuk melakukan penanganan atau penanggulangan ketika terjadi permasalahan lingkungan di lapangan.⁴

Fitri Febriani Wahyu, Nurhamidah, Rahma Fitri Kurnia, Shinggo Al Ghazali Kursid. *Khazanah Multidisiplin* Vol.3 No.2 2022 dengan judul “Stabilitas Ketersediaan Minyak Goreng di Negara Penghasil CPO Terbesar Indonesia”. Penelitian ini menggunakan teori Economic scarcity. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini adalah melihat perubahan dampak biaya CPO dunia dijawab oleh semua faktor tidak berada dalam periode yang sama, baik saat awalnya atau lamanya, dan selanjutnya dengan berbagai kecenderungan periode shock yang panjang. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Perubahan atau fluktuasi pada biaya CPO dunia memengaruhi nilai perdagangan minyak sawit dan ekonomi Indonesia. Penyesuaian biaya CPO pada sektor bisnis dunia memberikan efek positif pada nilai produk barang-barang minyak sawit, perkembangan moneter, pasokan uang tunai dan tingkat ekspansi.⁵

Susi Artuti Erda Dewi. *Jurnal paying negeri* dengan judul “Komunikasi public terkait vaksinasi covid 19”. Penelitian ini menggunakan Teori Laswell yaitu Siapa, mengatakan apa, dalam media apa, kepada siapa dan apa efeknya.

⁴ Risky Rahmansari. “Penggunaan Aplikasi WhatsApp Dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo”. *Jurnal ilmiah manajemen public dan kebijakan sosial*, Vol. 1 No.2 Tahun 2017

⁵ Fitri Febriani Wahyu, Nurhamidah, Rahma Fitri Kurnia, Shinggo Al Ghazali Kursid. “Stabilitas Ketersediaan Minyak Goreng di Negara Penghasil CPO Terbesar Indonesia”. *Khazanah Multidisiplin* Vol.3 No.2 2022

Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keberhasilan program vaksinasi covid-19 bergantung pada banyak faktor dan komunikasi situasi public menjadi salah satu kunci dari keberhasilan tersebut. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program vaksinasi Covid-19 bergantung pada banyak faktor yang mempengaruhinya, dan salah satu faktor tersebut adalah komunikasi publik. Komunikasi publik yang dipersiapkan dengan akurat, tuntas, strategi yang matang, monitoring dan evaluasi (money) yang berkesinambungan akan memberikan pengaruh positif pada tingkat pengetahuan, pemahaman dan partisipasi masyarakat.⁶



⁶ Susi Artuti Erda Dewi. "Komunikasi publik terkait covid-19". Jurnal payung negeri, ilmu komunikasi, STISIP Persada Bunda. 2019, hal 17

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul & Bentuk	Teori	Metode	Hasil	Kesimpulan
1	Erlina Agustin, Eshauqi Fitrayatra, Panjibrata Burhan.	Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng. Jurnal Politikom Indosiana, Juni 2022. Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia	Manajemen Krisis	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa dalam menghadapi sebuah krisis, dalam hal ini krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia, berdampak pada hampir seluruh lapisan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan minyak goreng sebagai kebutuhan sehari-hari	Strategi respons krisis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh individu untuk menanggulangi krisis dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran berita di lapangan, menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi

						narasumber
2.	Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa	Disonansi Kognitif Elite Politik dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng.. Journal of Political Communication and Media. Juni 2022. Universitas Sahid Jakarta.	Disonansi Kognitif	Kualitatif	Sikap inkonsisten elite politik dan pejabat publik dipicu oleh motivasi, keyakinan, dan sikap disonan, yakni rasa khawatir yang berlebih terkait derasnya kritik publik atas tata kelola kebijakan ekonomi pemerintah yang dianggap gagal dalam menjaga stabilitas harga kebutuhan pokok yang terus melangit.	Selaku aktor-aktor utama pembuat dan penanggung jawab kebijakan publik, elite politik atau pejabat publik, pada ranah etika politik, akan selalu dituntut untuk bersikap konsisten (public ethics). Sebab, sikap inkonsisten dalam menyusun dan mengeksekusi kebijakan—apalagi policy yang terkait dengan hajat hidup rakyat—akan memberi dampak buruk bagi pembentukan citra pemerintah di mata publik, baik secara personal maupun institusional

3.	Risky Rahmansari	<p>“Pengunaan Aplikasi WhatsApp Dalam Komunikasi Organisasi Pengawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo”.</p> <p>Jurnal ilmiah manajemen public dan kebijakan sosial, Vol. 1 No.2 Tahun 2017. Universitas Dr. Soetomo</p>	Komunikasi organisasi	Kualitatif	<p>Aplikasi WhatsApp atau Wa merupakan aplikasi yang populer. Sebagaimana diterangkan oleh kepala bidang Tata Lingkungan sebagai berikut: “Mayoritas 85% pegawai dinas lingkungan hidup dan kebersihan Kabupaten Sidoarjo mampu menggunakan aplikasi WhatsApp”.</p>	<p>Aplikasi WhatsApp memiliki peran besar dalam mendukung proses percepatan komunikasi dan koordinasi yang dilakukan oleh setiap pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo. Peran yang dimaksud ialah berupa memperlancar fungsi komunikasi dalam organisasi yang terdiri dari fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, dan fungsi relasional.</p>
----	------------------	---	-----------------------	------------	---	--

						Sehingga dapat mendorong peningkatan percepatan respon dan tindakan dari pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo untuk melakukan penanganan atau penanggulangan ketika terjadi permasalahan lingkungan di lapangan.
4.	Fitri Febriani Wahyu, Nur hamidah, Rahma Fitri Kurnia, Shinggo Al Ghazali Kursid.	<p>“Stabilitas Ketersediaan Minyak Goreng di Negara Penghasil CPO Terbesar Indonesia”.</p> <p>Khazanah Multidisiplin Vol.3 No.2 2022.</p>	Economic Scarcity	Kualitatif	Melihat perubahan dampak biaya CPO dunia dijawab oleh semua faktor tidak berada dalam periode yang sama, baik saat awalnya atau	Perubahan atau fluktuasi pada biaya CPO dunia memengaruhi nilai perdagangan minyak sawit dan ekonomi Indonesia. Penyesuaian biaya CPO pada sektor bisnis dunia memberikan efek

		UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Indonesia.			lamanya, dan selanjutnya dengan berbagai kecenderungan periode shock yang panjang.	positif pada nilai produk barangbarang minyak sawit, perkembangan moneter, pasokan uang tunai dan tingkat ekspansi.
5.	Susi Artuti Erda Dewi.	“Komunikasi public terkait vaksinasi covid 19”.	Teori Laswell	Kualitatif	Menunjukkan bahwa adanya keberhasilan program vaksinasi covid-19 bergantung pada banyak faktor dan komunikasi situasi public menjadi salah satu kunci dari keberhasilan tersebut	keberhasilan program vaksinasi Covid-19 bergantung pada banyak faktor yang mempengaruhinya, dan salah satu faktor tersebut adalah komunikasi publik. Komunikasi publik yang dipersiapkan dengan akurat, tuntas, strategi yang matang, monitoring dan evaluasi (monev) yang berkesinambungan akan memberikan

Melihat hal tersebut, peneliti bermaksud akan melakukan penelitian tentang komunikasi organisasi penanggulangan kelangkaan minyak goreng melalui kebijakan pendistribusian minyak goreng “KITA” (Studi kasus badan urusan logistik kota Jakarta). Dari informasi yang diperoleh kemudian peneliti melakukan pengkajian dan melakukan analisis dengan menggunakan teori-teori yang telah peneliti peroleh, agar dapat memberikan gambaran dari kebijakan pendistribusian minyak goreng “KITA” dalam penanggulangan kelangkaan minyak goreng badan urusan logistik kota Jakarta dan dapat memberikan hasil tentang apa yang menjadi hambatan serta dapat segera ditindak lanjutin oleh perusahaan umum badan urusan logistik agar pelaksanaan komunikasi dapat berlangsung secara tepat sasaran.

Dari beberapa hasil penelitian di atas terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Erlina Agustin, Eshauqi Fitrayantra, Panjibrata Burhan.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erlina Agustin, Eshauqi Fitrayantra, Panjibrata Burhan yaitu metode yang digunakan sama-sama kualitatif dan objek kedua penelitian sama yaitu minyak goreng. sama-sama membahas tentang kelangkaan minyak goreng.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada subjek penelitian, penelitian ini mengambil subjek kebijakan pendistribusian minyak goreng, sedangkan penelitian Agustin, Eshauqi Fitrayantra,

Panjibrata Burhan mengambil subjek respon krisis IRT. Kedua penelitian menggunakan teori yang berbeda

2. Persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa yaitu fenomena penelitian terarah pada kelangkaan minyak goreng. metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian yaitu kualitatif.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada bentuk penelitian, penelitian ini berbentuk skripsi sedangkan penelitian Bambang Mudjiyanto, Felix Tawang, Ari Cahyo Nugroho, Hayu Lusianawati, Launa menggunakan bentuk penelitian jurnal. Teori yang digunakan berbeda yaitu teori komunikasi organisasi dan teori disonansi kognitif.

3. Persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Risky Rahmansari.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risky Rahmansari yaitu kedua penelitian menggunakan teori organisasi dan metode yang digunakan adalah kualitatif.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah lokasi penelitian

berbeda dan pada penelitian ini berbentuk skripsi sedangkan penelitian Rizky Rahmansari menggunakan bentuk penelitian jurnal.

4. Persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Fitri Febriani Wahyu, Nurhamidah, Rahma Fitri Kurnia, Shinggo Al Ghazali Kursid.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Febriani Wahyu, Nurhamidah, Rahma Fitri Kurnia, Shinggo Al Ghazali Kursid yaitu metode yang digunakan sama-sama kualitatif dan objek kedua penelitian sama yaitu minyak goreng. sama-sama membahas tentang kelangkaan minyak goreng.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada subjek penelitian berbeda, bentuk penelitian berbeda serta lokasi penelitian berbeda.

5. Persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Susi Artuti.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susi Artuti yaitu membahas tentang komunikasi publik dan metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada teori yang digunakan oleh kedua peneliti dan pembahasan kedua penelitian ini berbeda.

Novely atau kebaruan dari penelitian yang berjudul ini adalah mengetahui komunikasi berdasarkan situasi publik dalam menanggulangi kelangkaan minyak goreng melalui kebijakan pendistribusi. Dengan beberapa jurnal yang peneliti tinjau belum ada yang membahas tentang komunikasi berdasarkan situasi publik dalam penanggulangan kelangkaan minyak goreng melalui kebijakan pendistribusian. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa adanya kebaruan dalam penelitian ini.

2.2. Teori Yang Digunakan

2.2.1. Teori *Situational of The Public*

Teori *situational of the publics* (STP) ini digagas oleh James E. Grunig, seorang profesor *public relations* dari University of Maryland, Amerika Serikat. Teori ini bermanfaat untuk mengidentifikasi publik sehingga dapat membuat kategori publik berdasarkan perilaku komunikasi dari individu dan efek komunikasi yang diterima individu tersebut. Teori ini membantu *public relations* untuk membuat target sasaran yang lebih spesifik, sehingga pesan komunikasinya benar-benar sesuai dengan kebutuhan sarasanya itu. Sasaran *public relations* yaitu publik. Publik disini merupakan kelompok yang lebih spesifik dai kumpulan *stakeholder*.

Berdasarkan teori ini terdapat 3 konsep spesifikasi khas publik dari *stakeholder* adalah berdasarkan “perilaku” dan “efek

komunikasinya”, yaitu :

1. Apakah individu tahu dan menyadari tentang masalah yang terkait dengan mereka.
2. Apakah individu aktif mencari informasi atau pasif menerima informasi.
3. Apakah individu aktif menyampaikan opini atau tidak.⁷

Teori *situational of the public* inilah yang akan peneliti jadikan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini.

Sebelum lebih jauh membahas teori ini, terlebih dahulu saya ingin sampaikan arti dari kata “Publics dalam teori ini. James E. Grunig, penggagas teori ini menggunakan istilah Publics untuk merujuk kepada kelompok yang menjadi sasaran program public relations, antara lain, jurnalis, karyawan, konsumen, investor pemerintah, atau komunitas local. Tetapi sebagian praktisi public relations menggunakannya dalam bentuk tunggal (public). Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya, Grunig membedakan istilah public dengan stakeholder. Stakeholder adalah kategori umum dari orang-orang yang berpotensi dipengaruhi oleh aktivitas dan keputusan organisasi. Dari kategori umum inilah, STP digunakan untuk mengidentifikasi kelompok public

⁷ Rachmat Kriyantono, *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Aplikasi Penelitian dan Praktik., Jakarta Kencana Prenada Media Group, 2014. Hal 152.

Secara umum, teori ini mendeskripsikan sikap dan perilaku komunikasi dari public terhadap organisasi. Teori ini dapat digunakan digunakan praktisi public relations untuk mengidentisikasi dan mengelompokan publik berdasarkan persepsi, sikap dan perilaku publik terhadap organisasi, baik terhadap programnya, produknya, maupun ketika terjadinya situasi krisis. Secara umum teori ini menyatakan bahwa publik memiliki pengetahuan atau kesadaran, sikap dan perilaku tertentu terhadap organisasi. Hubungan antara pengetahuan, sikap dan perilaku diatas sangat tergantung pada beberapa factor situasional. Karenanya, perilaku komunikasi yang dilakukan publik dapat dipahami dengan melihat bagaimana publik memersepsi situasi yang memengaruhimereka, seperti produk, polusi yang diakibatkan aktivitas organisasi. Teori *situational of the public (STP)* mempunyai beberapa asumsi dasar,yaitu :

1. Individu yang berbeda diasumsikan mempunyai perilaku yang lebih konsisten dan cenderung sama jika mereka berada pada situasi yang sama.
2. Persepsi seseorang pada suatu situasi akan menentukan kapan dia merespons, mengapa dia merespons, bagaimana cara dia merespons dan mengomunikasikan situasi tersebut.
3. Setiap individu akan berusaha beradaptasi dengan suatu situasi dalam cara tertentu, yang menurut persepsinya sesuai dengan karakteristik

situasi tersebut.

4. Publik bersifat situasional tergantung pada situasi yang dihadapi. Untuk isu tertentu, seseorang secara aktif mencari informasi tetapi untuk isu yang lain dia memilih pasif. Hal ini tergantung pada seberapa besar isu memengaruhi kepentingannya. Seorang mahasiswa yang indekos, misalnya, tentu akan lebih mencari informasi tentang kenaikan sewa rumah daripada mahasiswa yang tinggal di rumah orangtuanya.
5. Karena bersifat situasional, masalah atau isu bersifat dinamis, maka publik pun bersifat dinamis, masalah datang dan pergi bergantian dan hanya dianggap relevan oleh individu yang mengalami situasi problematik yang berkaitan dengan aktivitas organisasi. Berdasarkan asumsi ini, publik muncul atau hilang karena perubahan situasi, dan organisasi dianggap jarang mempunyai publik yang permanen.⁸

Situasional Theory Of The Public Dalam Praktik dan Penelitian Public Relations. Public relations menurut Grunig&Repper “seharusnya memperhatikan semua anggota stakeholder-nya tetapi juga berkomitmen untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk membuat program komunikasi yang ditujukan kepada publik aktif”. Publik aktif adalah publik yang lebih dapat mempengaruhi operasional organisasi, karena mereka

⁸ Grunig, *A New Measure of Public Opinions on Corporate Social Responsibility. The Academy of Manajemen Journal*, Vol.22, No 4. Desember 1979. Hal 741.

secara aktif memperhatikan, mendukung bahkan mengkritisi organisasi. Public relations sebenarnya lebih mudah berkomunikasi dengan publik aktif, selain karena publik aktif mempunyai motivasi berhubung dengan organisasi, juga karena publik aktif mencari informasi secara aktif tentang organisasi.⁹

Teori STP dapat dijadikan acuan bagi praktisi public relations untuk bersikap lebih etis dalam kampanyenya. Karena teori ini membagi publik ke dalam beberapa kategori, sehingga kampanye public relations diharapkan dapat memengaruhi mereka menjadi aktif. Pengetahuan terhadap sifat perilaku komunikasi publiknya, apakah aktif mencari informasi atau pasif terhadap suatu isu, akan membantu praktisi public relations dalam :

1. Jika publik mempunyai perilaku aktif, praktisi public relations dapat menggunakan media yang lebih terspesialis, seperti booklet, majalah, seminar, newsletter, company-profile atau internet.
2. Merencanakan strategi komunikasi dalam menyusun (encode) pesan-pesan komunikasi.
3. Menentukan jenis media komunikasi yang tepat dan sesuai untuk menyebarluaskan pesan.
4. Jika publik aktif mencari informasi, gaya dan kreativitas pesan tidak

⁹ Grunig&Repper. *Strategic Manajemen, Public, and Issue. Excellence in Public Relations and Communication Management*. New York: Routledge, 2008. Hal 138

terlalu penting karena orang memang dengan keinginan sendiri berupaya mencari dan mendapatkan informasi sehingga dia akan berupaya memahami pesan yang diperolehnya.

5. Membuat segmentasi publik berdasarkan perilaku komunikasinya, apakah aktif atau tidak.

6. Sebagai antisipasi terjadinya masalah yang besar.

2.2.2 Teori Hierarki Kebutuhan

Teori Hierarki Kebutuhan Maslow adalah salah satu teori psikologi yang berguna untuk memicu munculnya motivasi pada seorang individu dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow diperkenalkan pada tahun 1943 melalui “A Theory of Human Motivation” melalui acara Psychological Review. Seperti yang sudah kami katakan diawal, bahwa secara garis besar Abraham Maslow berpendapat untuk memenuhi kebutuhan tingkat atas, seorang individu haruslah memenuhi kebutuhan tingkat bawahnya terlebih dahulu dan menggunakan keinginan tersebut sebagai hal untuk memotivasi mereka.

Teori hierarki kebutuhan Maslow melihat bahwa individu yang bekerja mempunyai tahap kebutuhan dasar yang akan dicapai dalam pekerjaannya. Tahap kebutuhan itu adalah fisiologis, keamanan dan kasih sayang, sosial dan afiliasi, serta harga diri dan aktualisasi diri atau perwujudan diri. Ada beberapa contoh yang memberikan penjelasan

terhadap kelima tingkat kebutuhan dasar tersebut:

1. Kebutuhan Fisiologis

Pertama, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan tingkat pertama yang paling rendah yang harus dipenuhi dan dipuaskan oleh karyawan sebelum dirinya mencapai kebutuhan pada tingkat yang lebih tinggi.

Kebutuhan ini terdiri atas makan, minum, pernapasan, dan lain-lain kebutuhan yang bersifat biologis seperti tidur dan seks. Setelah kebutuhan ini terpenuhi barulah muncul keinginan berikutnya, yaitu keamanan. Contohnya, secara umum karyawan terlebih dahulu menginginkan pekerjaan yang memberikan gaji yang memadai untuk memuaskan kebutuhannya sebelum dirinya menginginkan kebutuhan akan keamanan untuk mencapai prestasi kerja.

2. Kebutuhan Keamanan

Kebutuhan keamanan merupakan kebutuhan tingkat kedua yang harus dipenuhi setelah kebutuhan tingkat pertama dipenuhi dan dipuaskan. Kebutuhan-kebutuhan yang termasuk dalam kebutuhan keamanan adalah kestabilan, ketergantungan, perlindungan, bebas dari rasa takut dan ancaman. Termasuk juga kebutuhan dalam mengikuti peraturan secara struktural, peraturan dan tata tertib, undang-undang dan batasan-batasan tertentu, dan sebagainya.

Contohnya, setiap karyawan selain dirinya ingin memperoleh gaji

yang memuaskan dalam bekerja, maka ia juga membutuhkan pekerjaan yang dapat memberi keamanan dan keselamatan diri serta bebas dari ancaman agar dirinya dapat bekerja lebih berprestasi.

3. Kebutuhan Sosial

Setelah kedua kebutuhan tadi dicapai dengan memberi kepuasan agar memuaskan, maka timbul kebutuhan akan sosial dan kasih sayang (social and belongingness).

Yaitu kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain, pada saat ini individu akan merasa sangat kesepian dan terisolasi dari pergaulan. Individu akan membutuhkan teman dan perhatian dari seseorang. Contohnya, setiap karyawan selain menginginkan pekerjaan yang aman dan selamat, dirinya juga ingin dapat berinteraksi dengan orang lain dan mau dirinya untuk dikasihi dan diterima oleh orang lain agar tidak merasa kesepian sehingga dia dapat berprestasi dalam bekerja. Ketiga kebutuhan di atas merupakan kebutuhan tingkat rendah (lower level needs). Dua kebutuhan berikutnya ialah kebutuhan peringkat tinggi (higher level needs).

4. Kebutuhan Harga Diri

Dua kebutuhan tingkat tinggi tersebut adalah kebutuhan harga diri dan aktualisasi diri. Kebutuhan harga diri dapat dibagi menjadi dua kategori. Pertama, kebutuhan terhadap kekuasaan, berprestasi, pemenuhan diri, kekuatan, dan kemampuan untuk memberi

keyakinan, dan kehidupan serta kebebasan. Kedua, kebutuhan terhadap nama baik (reputation) atau prestise, status, keberhasilan, pengakuan, perhatian, dan penghargaan.

Pemuasan kebutuhan terhadap harga diri akan membawa kepada keyakinan diri, kekuatan, kemampuan, dan pemenuhan diri.

Contohnya, setiap karyawan umumnya mempunyai harapan untuk dapat mencapai kebebasan diri dan memperoleh penghargaan dan kemampuan setelah kebutuhan sosial dan harga dirinya telah dipuaskan untuk mencapai prestasi kerja.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Akhirnya kelima, kebutuhan aktualisasi diri atau perwujudan diri yang merupakan kebutuhan tingkat kelima yang paling tinggi bagi Karyawan yang juga ingin dipenuhi dan dipuaskannya. Pada peringkat ini setiap individu dalam memenuhi kebutuhan ini sangat berbeda satu sama lain, Masing-masing ingin mewujudkan diri sebagai seorang yang mempunyai kemampuan yang unik. Kebutuhan ini ada hanya setelah empat kebutuhan sebelumnya dicapai secara memuaskan. Pada dasarnya kebutuhan ini bertujuan untuk membuat seluruh potensi yang ada dalam diri seseorang sebagai sesuatu wujud nyata, yaitu dalam bentuk usaha aktualisasi diri.¹⁰

¹⁰ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung Hal 120

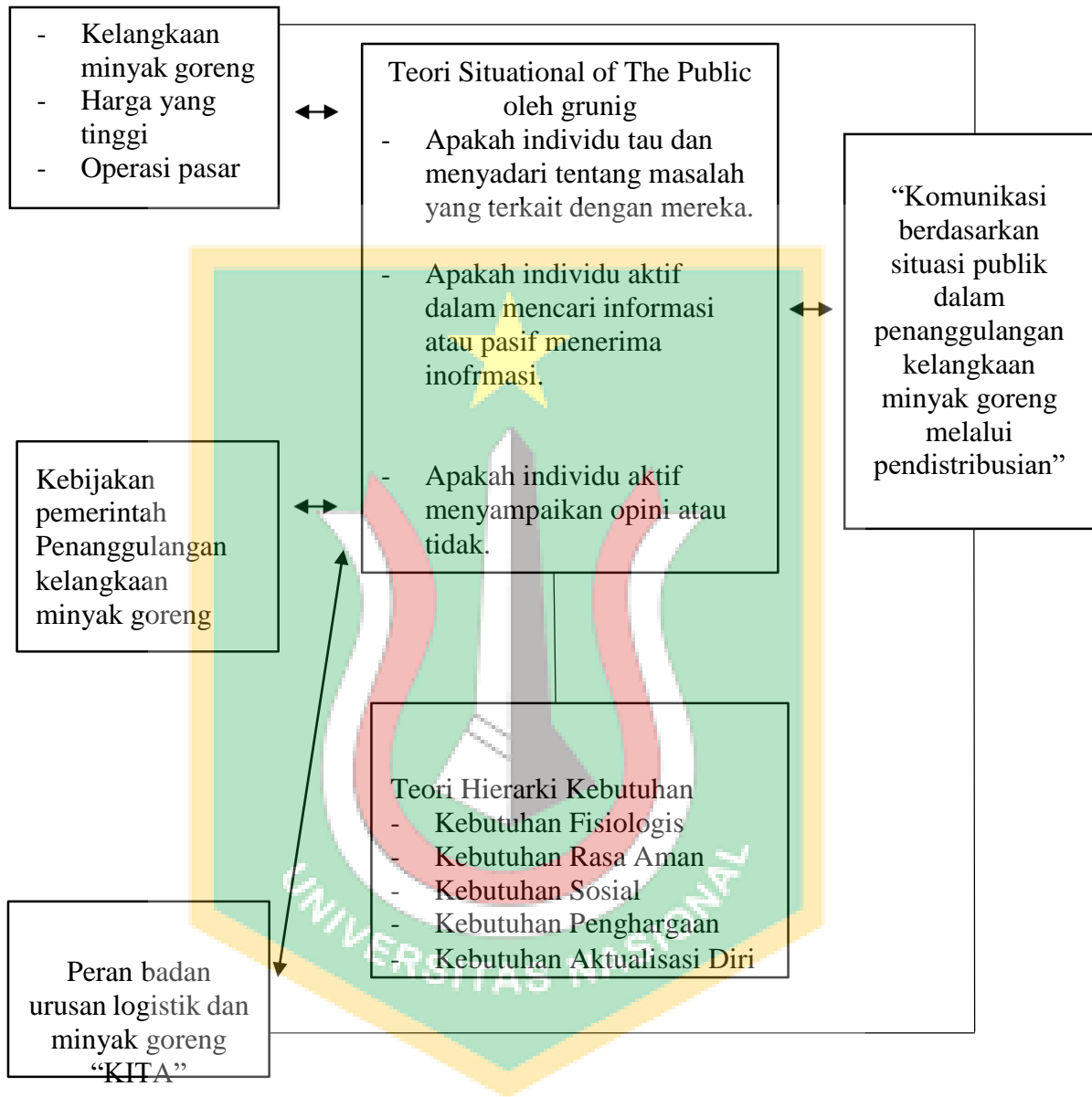
Teori hierarki kebutuhan ini dapat membantu peneliti dalam menyempurnakan teori situational of the public pada proses komunikasi situasi publik perusahaan umum Badan urusan logistic dalam usahanya melakukan tahapan pendekatan kepada masyarakat penerima subsidi atau bantuan minyak goreng.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran dibawah ini, penelitian ini berfokus kepada komunikasi berdasarkan situasi publik yang dilakukan oleh perusahaan umum badan urusan logistik dalam mengatasi penanggulangan kelangkaan minyak goreng melalui kebijakan pendistribusian minyak goreng “KITA”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi khususnya Teori Situational of The Public serta Teori Hierarki Kebutuhan sebagai teori pendukung. Tujuan dari penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana perusahaan umum badan urusan logistik mengatasi penanggulangan kelangkaan minyak goreng dan bagaimana perusahaan badan urusan logistik menyikapi adanya kelangkaan minyak goreng pada pasar serta apakah kebijakan pendistribusian minyak goreng yang dilakukan oleh perusahaan umum badan urusan logistik itu tepat sasaran dalam menangani penanggulangan kelangkaan minyak goreng.

2.4. Pemikiran Penelitian



Sumber diolah oleh peneliti 2023.

