

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu ini, penelitian ini memaparkan hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini digunakan untuk menjadi bahan referensi awal dan akan menjadi bahan perbandingan dalam penelitian ini, sehingga dapat ditemukan bahwa penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya.

##### 2.1.1. Upaya Dinas Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Membaca Di Perpustakaan Kota Samarinda

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Nur Anna pada tahun 2021 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Mengenai Upaya Dinas Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Membaca Di Perpustakaan Kota Samarinda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan mengetahui faktor pendukung maupun penghambat dalam meningkatkan minat membaca di Perpustakaan Kota Samarinda. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara serta dokumentasi bersumber dari arsip maupun dokumen

dan hubungkan dengan sumber data yang digunakan oleh peneliti. Selanjutnya, data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis data meliputi pengumpulan, kondensasi, penyajian dan pengambilan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perpustakaan Kota Samarinda menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dalam meningkatkan minat membaca di Perpustakaan Kota Samarinda dapat dikatakan cukup baik sesuai dengan perencanaan. Hal ini dilihat berdasarkan pada pembaharuan fasilitas maupun koleksi digital berbasis e-book yang dimiliki. Namun, mengenai pelaksanaan masih terdapat beberapa kendala yang dilihat berdasarkan lokasi perpustakaan yang belum diketahui oleh masyarakat, minimnya tenaga profesional khusus di bidang Ilmu Perpustakaan dan pandemi covid-19 yang menghambat pelayanan maupun kegiatan mengenai meningkatkan minat membaca di perpustakaan Kota Samarinda.

Persamaan pada penelitian ini adalah sama sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan teknik dalam pengumpulan data. Perbedaan penelitian adalah terletak pada fokus penelitian yang akan diteliti, penelitian ini memfokuskan mengenai Strategi Perpustakaan Daerah Kabupaten Ogan Komering Ulu Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung.

#### **2.1.2. Strategi Komunikasi Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Selama Di Perjalanan (Studi Pada Stasiun Kelas I Baturaja)**

Hasil penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Hendri Wahyudi,

Yunizir Djakfar, Septiana Wulandari. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Mengenai Strategi Komunikasi Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Selama Di Perjalanan (Studi Pada Stasiun Kelas I Baturaja). Metode Penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang tidak berbentuk angka. Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Dalam menganalisis data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif merupakan memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sebagaimana adanya tanpa melalui analisis yang berlaku umum. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam peningkatan kualitas pelayanan selama di perjalanan sudah cukup baik dan telah sesuai dengan prosedur perusahaan yang ada, seperti pencatuman nomor telepon kondektur di setiap gerbong sebagai nomor customer care selama di perjalanan, kebersihan toilet yang sudah jauh lebih bersih dan peralatan toilet yang selalu tersedia, serta penumpang yang duduk sesuai dengan nomor tempat duduk yang tertera pada tiket penumpang. Meskipun masih terdapat beberapa keluhan dari penumpang namun hal ini masih dapat diatasi dengan baik oleh para kru KA perjalanan melalui kondektur selaku kepala kru KA perjalanan sesuai dengan 5 (lima)

dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Adapun persamaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari metodologi penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivistik dan metode dalam penelitian metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Pt Kereta Api Indonesia (PESERO) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan dalam penelitian ini lebih memfokuskan mengenai Strategi Komunikasi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung.

### **2.1.3. Strategi Humas Perpustakaan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Didinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Palembang**

Hasil penelitian yang relevan ketiga dilakukan oleh Natasyah Oliviyah Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang berjudul Strategi Humas Perpustakaan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan di Kota Palembang. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh deskripsi mengenai strategi humas yang dijalankan dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung pada Dinas Kearsipan dan perpustakaan Kota Palembang, kelebihan dari strategi yang digunakan serta kelemahannya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teori yang berkaitan dengan strategi yang akan dilakukan oleh humas perpustakaan adalah Teori Penyusunan Tindakan menguji cara kita

mengatur pengetahuan dalam pikiran dan menggunakannya untuk membentuk pesan. Dalam menentukan strategi Humas memiliki empat langkah kegiatan pemecahan masalah. Keempat langkah itu adalah Planning, Organizing, Actuating, Evaluating. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika strategi yang digunakan oleh humas perpustakaan ada empat yang pertama adalah strategi humas yang aktif, kedua strategi event perpustakaan, ketiga Strategi pemasaran melalui internet dan yang terakhir adalah strategi peningkatan pelayanan di perpustakaan. Kelebihan strategi yang dijalankan terletak pada strategi komunikasi, pelayanannya yang maksimal dan sarana dan prasarana yang memadai. Kekurangannya terletak pada strategi persuasif yang ada, pendekatan secara persuasif kepada masyarakat kurang begitu diminati meskipun mobil perpustakaan terus digunakan sebagai sarana promosi.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan teori Penyusunan Tindakan dan penelitian ini menggunakan teori Perencanaan Komunikasi yang dapat membedakan dalam menganalisis hasil penelitian.

### 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Upaya	Nur	Berdasarkan hasil	Fokus	Jenis

	dinas perpustakaan dalam meningkatkan minat membaca diperpustakaan kota samarinda	Anna	penelitian yang dilakukan di Perpustakaan Kota Samarinda menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dalam meningkatkan minat membaca di Perpustakaan Kota Samarinda dapat dikatakan cukup baik sesuai dengan perencanaan. Hal ini dilihat berdasarkan pada pembaharuan fasilitas maupun koleksi digital berbasis e-book yang dimiliki. Namun mengenai pelaksanaan masih terdapat beberapa kendala minimnya tenaga profesional khusus dibidang ilmu komunikasi dan pandemi covid -19 yang menghambat pelayanan maupun kegiatan mengenai meningkatkan minat membaca diperpustakaan Kota Samarinda	penelitian ini memfokuskan mengenai strategi komunikasi perpustakaan dalam meningkatkan minat pengunjung	penelitian dan teknik pengumpulan data
2	Strategi Komunikasi Pt. Kereta Api		Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero)		Persamaan dalam penelitian ini dapat dilihat

	<p>Indonesia (Persero) Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Selama Di Perjalanan (Studi Pada Stasiun Kelas I Baturaja)</p>		<p>dalam peningkatan kualitas pelayanan selama di perjalanan sudah cukup baik dan telah sesuai dengan prosedur perusahaan yang ada, seperti pencatuman nomor telepon kondektur di setiap gerbong sebagai nomor customer care selama di perjalanan, kebersihan toilet yang sudah jauh lebih bersih dan peralatan toilet yang selalu tersedia, serta penumpang yang duduk sesuai dengan nomor tempat duduk yang tertera pada tiket penumpang. Meskipun masih terdapat beberapa keluhan dari penumpang namun hal ini masih dapat diatasi dengan baik oleh para kru KA perjalanan melalui kondektur selaku kepala kru KA perjalanan sesuai dengan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.</p>	<p>dari metodologi penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivistik dan metode dalam penelitian metode kualitatif deskriptif.</p>
--	--	--	---	---

3	Strategi Humas Perpustakaan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Didinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Palembang	Natasyah Oliviyah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika strategi yang digunakan oleh humas perpustakaan ada empat yang pertama adalah strategi humas yang aktif, kedua strategi event perpustakaan, ketiga Strategi pemasaran melalui internet dan yang terakhir adalah strategi peningkatan pelayanan di perpustakaan. Kelebihan strategi yang dijalankan terletak pada strategi komunikasi, pelayanannya yang maksimal dan sarana dan prasarana yang memadai. Kekurangannya terletak pada strategi persuasif yang ada, pendekatan secara persuasif kepada masyarakat kurang begitu diminati meskipun mobil perpustakaan terus digunakan sebagai sarana promosi.	Penelitian terdahulu menggunakan teori peyusun tindakan dan penelitian ini menggunakan teori perencanaan	Fokus penelitian atau target sasaran yakni sama sama memfokuskan mengenai perpustakaan dalam meningkatkan minat pengunjung
---	--	-------------------	--	--	--

## 2.2. Komunikasi



Istilah Komunikasi berasal dari bahasa latin *comunis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi(Canggara, 2014:35).Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan lauwrance D, kincaid (1987) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan: " Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam"Sedangkan menurutDaryanto(2010: 59) Komunikasi merupakan "Bentuk Kegiatan" penyampaian pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan. Oleh karena itu, komunikasi efektif dapat diartikan sebagai, suatu kegiatan komunikasi yang dapat mencapai hasil (*output*) sebagaimana yang diharapkan (*target*) dan termuat dalam pesan tersebut serta dapat memberikan kemanfaatan (*benefit*) yang besar kepada sasaran komunikasi atau penerima pesan.

Menurut John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga kenneth K. Sereno dan edward M.bodaken. Dalam buku Daryanto (2010:60) setidaknya ada tiga kerangka pemahaman komunikasi :

1) komunikasi sebagai tindakan satu arah

Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan searah dari seseorang atau lembaga kepada seseorang atau kelompok lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemahaman komunikasi sebagai suatu proses satu arah ini oleh Michael Burgoon disebut sebagai "

definisi berorientasi sumber" (*source, oriented, definition*)".

## 2) Komunikasi sebagai interaksi komunikasi

Komunikasi dipahami sebagai proses aksi reaksi, sebab akibat, yang arahnya bergantian. komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Unsur penting dalam komunikasi interaksi adalah feedback (umpan balik).

## 3) Komunikasi sebagai transaksi

Komunikasi dipahami sebagai kegiatan menafsirkan perilaku orang lain. Semakin banyak peserta komunikasi maka transaksi yang terjadi semakin rumit. Kelebihan konsep ini adalah komunikasi dipahami sebagai konsep yang tidak membatasi pada komunikasi yang disengaja saja. Pemahaman ini mirip dengan " definisi berorientasi penerima" (*receiver, oriented, definition*), yaitu menekankan pada variabel variabel yang berbeda yaitu penerima dan makna pesan bagi penerima yang bersifat dua arah.

Selain tiga kerangka pemikiran di atas terdapat unsur-unsur dalam komunikasi (Canggara, 2011: 28).

- a. Sumber (*Source*) adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber dapat seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.
- b. Pesan (*Message*) adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator.

- c. Saluran atau media (*In Which Chanel*) adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- d. Penerima (*Receiver*) adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering disebut sasaran atau tujuan
- e. Hambatan (*Baries*) adalah faktor faktor yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemaknaan pesan yang komunikator sampaikan kepada penerima
- f. Timbal balik (*Feedback*) merupakan reaksi atau respon pendengar atas komunikasi yang komunikator lakukan.
- g. Situasi (*The situation*) adalah salah satu elemen paling penting dalam proses komunikasi.

### 2.2.1 Proses komunikasi

Menurut Bovee dan Thill dalam buku *bussines Comunication today*(Purwanto, 2011), proses komunikasi terdiri atas enam tahap, yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan

Sebelum Proses penyampaian pesan dapat dilakukan pengiriman pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audiens.

2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan

Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang lalu diubah ke dalam bentuk pesan-pesan seperti dalam bentuk kata-kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya untuk kemudian disampaikan kepada orang lain.

### 3. Pengirim menyampaikan pesan

Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan terkadang relatif pendek Tetapi ada juga yang cukup panjang, panjang panjang pendeknya saluran komunikasi yang digunakan akan berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian komunikasi.

### 4. Penerima menerima pesan

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi bila pengirim (Komunikator) mengirimkan suatu pesan dan penerima (Komunikan) menerima pesan tersebut.

### 5. Penerima menafsirkan pesan

Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan.selanjutnya suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.

### 6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim

setelah menerima pesan, komunikan akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan.

## 2.2.2. Bentuk Komunikasi

Menurut Canggara(2011:29-38), dalam buku Pengantar Ilmu

Komunikasi. Bentuk komunikasi terdiri dari enam macam bentuk yaitu

- a. Komunikasi Intrapribadi (*Interpersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak, misalnya berpikir.
- b. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang secara tatap muka, yang memungkinkan respon verbal maupun nonverbal berlangsung secara umum. Bentuk khusus komunikasi antar pribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang hanya melibatkan dua individu misalnya suami istri, dosen mahasiswa
- c. Komunikasi Kelompok (Kecil) adalah komunikasi yang merujuk pada komunikasi yang dilakukan sekelompok kecil orang (*small group communication*). Kelompok sendiri Merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama saling mengenal satu sama lain, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.
- d. Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah orang dalam (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu titik komunikasi publik meliputi ceramah, pidato, kuliah, dan lain-lain.
- e. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok. Komunikasi

organisasi juga melibatkan Komunikasi diadik komunikasi antar pribadi dan komunikasi publik tergantung kebutuhan.

### 2.2.3. Tujuan Komunikasi

Suatu kegiatan komunikasi tentunya memiliki tujuan tertentu, menurut Canggara (2019: 17) suatu kegiatan komunikasi bertujuan untuk:

- a. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*) Mengubah sikap merupakan kegiatan memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat merubah sikapnya.
- b. Mengubah Opini/pendapat (*To Change The Opinion*) Mengubah opini merupakan pemberian informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau merubah pendapat serta persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
- c. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*) Mengubah sikap merupakan kegiatan memberikan serta membagikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat berubah perilakunya.
- d. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*) Mengubah masyarakat yaitu pemberian informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

### 2.3. Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah wadah bagi orang-orang untuk berkumpul, berserikat,

dan bekerja sama secara sistematis, terencana, dan terkoordinasi dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia (manusia, dana, material, teknologi, metode, dan lingkungan) untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan aktivitas yang harus dibangun sehingga anggota organisasi merasakan adanya ikatan yang harmonis, saling mendukung dan saling membutuhkan. Dengan demikian komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di suatu organisasi dan bertujuan untuk menjaga keharmonisan kerjasama diantaranya berbagai pihak yang berkepentingan. Komunikasi organisasi pada hakikatnya merupakan komunikasi antar manusia (*Human Communication*) yang terjadi dalam lingkungan organisasi. Kemampuan berkomunikasi di organisasi adalah salah satu kemampuan yang sangat penting bagi pimpinan maupun anggota. Dalam suasana aktivitas di organisasi, komunikasi sangat diperlukan sebagai upaya untuk menjaga kinerja, baik internal maupun eksternal. Komunikasi dengan kolega merupakan aktivitas yang sangat penting karena kedudukan antara satu anggota dengan anggota lain pada hakikatnya saling terkait (Suranto, 2018: 18).

### 2.3.1. Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut Romli (2011) dalam Buku Komunikasi Organisasi. Komunikasi yakni dalam suatu organisasi tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu yang tentunya perlu diketahui dan dipahami bersama agar dapat

berjalan dan terorganisir dengan baik. Adapun tujuan dari komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

- a. Menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi mereka lakukan.
- b. Membagi informasi (*informatio sharing*), memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi organisasi, suborganisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi.
- c. Menyatakan perasaan dan emosi. Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.
- d. Tindak koordinasi. Bertujuan mengkoordinasikan sebagian atau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan komunikasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.

### 2.3.2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri dalam buku Sosiologi Komunikasi Organisasi(2014 :373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan bersifat khusus



## 1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya, misal deskripsi pekerjaannya.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan, misal *public relation*, pameran, ekspo dan lain-lain.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang "dijual" atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam berorganisasi.

## 2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu

organisasi lalu menerjemahkan ke dalam tindakan tertentu di bawah suatu komando perintah.

- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana ambigu dan tidak pasti.

#### 2.4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Liliweri (2011: 240), dimana strategi komunikasi itu meliputi Strategi yang mengartikulasikan yang mana menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik.

Menurut Alo Liliweri dalam buku Komunikasi Serba Ada Serba Makna (2011 : 248) juga menyebutkan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tahap, yaitu pemetaan strategi komunikasi, implementasi strategi dan integrasi serta dukungan. Strategi komunikasi digunakan untuk mencapai suatu tujuan dimana tujuan strategi komunikasi tersebut meliputi :

- a. Memberitahu (*Announcing*)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu

pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information and quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

b. Memotivasi (*Motivating*)

Terhadap penyebaran sebuah informasi, kita dapat mengusahakan agar informasi yang disebarluaskan harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat sesuai dengan apa yang diinformasikan oleh perusahaan.

c. Mendidik (*Educating*)

Informasi yang diberikan harus bersifat mendidik khayalannya.

d. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarluaskan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen.

e. Mendukung Pematiran Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung

pematan keputusan, dalam rangka pematian keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pematian keputusan.

## 2.5. Perpustakaan

Perpustakaan berasal dari kata dasar pustaka. Menurut kamus besar bahasa indonesia, pustaka artinya kitab. Dalam bahasa inggris dikenal dengan *library*. Istilah ini berasal dari kata *librer* atau *libri*, yang artinya buku. Dari kata latin tersebut terbentuklah istilah *librarius*, tentang buku. Dalam bahasa asing lainnya perpustakaan disebut *bibliotheca* (Belanda), yang berasal dari bahasa yunani *biblia* yang artinya tentang buku, kitab (Suwarno, 2016 : 11).

Dengan demikian. Perpustakaan adalah sebuah tempat, atau ruangan yang digunakan untuk menyimpan berbagai macam pustaka ataupun koleksi, mulai dari daftar buku, majalah, koran, jurnal, VCD dan berbagai macam koleksi yang digunakan untuk pembelajaran dan pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian, perpustakaan merupakan hasil pikiran manusia yang dituangkan dalam bentuk buku dan perpustakaan berfungsi menyimpan dan menyebarluaskan informasi tentang buku (Nangka & Kawung, 2022). fungsi-fungsi tersebut terkait satu sama lain secara umum fungsi perpustakaan sebagai, Khazanah penyimpan karya manusia, Sumber informasi, Fungsi Rekreasi, Fungsi pendidikan, Fungsi budaya, Fungsi penelitian.

Selain fungsi perpustakaan juga memiliki peran yaitu :

- a. Merupakan sumber informasi, pendidikan, penelitian, preservasi khasanah budaya bangsa serta tempat rekreasi yang sehat, murah dan bermanfaat.
- b. Merupakan media atau jembatan yang berfungsi menghubungkan antara sumber informasi dan ilmu pengetahuan yang terkandung di dalam koleks perpustakaan dengan para pemakainya.
- c. Sebagai sarana untuk menjalin dan mengembangkan komunikasi antar sesama penggunaan serta antara penyelenggara dengan masyarakat
- d. Lembaga untuk mengembangkan minat baca dan budaya baca
- e. Sebagai fasilitator, mediator dan motivator bagi mereka yang ingin mencari, memanfaatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan pengalamannya. Sebagai lembaga pendidikan nonformal bagi penggunanya.
- f. Mereka dapat belajar secara otodidak, melakukan penelitian, menggali dan memanfaatkan sumber informasi dan ilmu pengetahuan.
- g. Sebagai pembimbing dan media konsultatif terkait dengan fungsi perpustakaan secara umum. Sebagai ukuran atau barometer atas kemajuan masyarakat yang bisa dilihat diantaranya dari intensitas kunjungan dan pemakaian perpustakaan.

## 2.6. Minat kunjung

Minat kunjung merupakan kecendrungan jiwa yang mendorong seseorang mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan, minat kunjung ditunjukkan dengan keinginan yang kuat untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan terutama membaca koleksi perpustakaan (Darmono, 2001: 182). Pada dasarnya minat kunjung masyarakat bisa terangsang dan bangkit bila ada rasa ketertarikan. Ketertarikan yang dimaksud bisa diartikan sebagai ketertarikan terhadap tempat, lingkungan, koleksi, pelayanan dan lain lain.

Adapun Tujuan berkunjung secara umum adalah ingin melihat dan mengasyikan sesuatuyang menarik, namun pada kenyataannya ada tujuan yang lebih spesifik, diantaranya yaitu:

- a. Berkunjung untuk tujuan kesenangan. Dalam artian masyarakat datang memanfaatkan koleksi perpustakaan yang disenangi seperti, membaca novel, surat kabar, komik dan lain-lain.
- b. Berkunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (ilmu pengetahuan)
- c. Berkunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Dalam artian seseorang datang berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas dan membaca koleksi yang ada untuk menyelesaikan tugas akademinya

ataupun tugas kantornya. Kegiatan semacam ini dinamakan *reading g for work* (Darmono, 2001:183).

## 2.7. Teori Perencanaan

Teori teori tentang penyusunan pesan menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks, dimana pelaku komunikasi benar benar menyusun pesan sesuai dengan maksud mereka dalam situasi mereka hadapi. Dalam model penyusunan pesan, terdapat teori perencanaan yang dihasilkan Charles Berger yang menjelaskan proses individu atau lembaga dalam merencanakan prilaku komunikasi. Charles Berger adalah pencetus teori rencana (*Theory of planning*) sebagai salah satu teori yang cukup dikenal dalam ilmu komunikasi. Teori rencana menjelaskan proses yang dilalui seseorang dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka (Morissan, 2018 : 180).

Menurut Setiadi dalam buku Aplikasi Teori Perencanaan Dari Konsep ke Realita (djuni prihatin, 2019). Teori perencanaan dapat dikatakan sebagai *theory of planning* apabila terdapat serangkaian cara atau langkah yang disusun untuk dilakukan, maka langkah-langkah perencanaan ini mengikuti petunjuk ataupun prosedur untuk mencapai tujuan. Teori perencanaan dapat dimaknai sebagai ide atau gagasan yang menjelaskan tentang upaya untuk mencapai satu atau beberapa tujuan yang telah ditetapkan. Upaya tersebut digambarkan sebagai sebuah prosedur yang terangkai secara logis sehingga dapat menjelaskan

tahapan yang harus dilalui untuk tercapainya suatu tujuan. Inti dasarnya adalah idea atau gagasan yang disusun sebagai alat untuk mencapai tujuan. Tidak hanya cara untuk mencapai tujuan, cara-cara ini harus bisa dijelaskan secara logis bukan berbentuk asumsi bohong, mengapa harus logis supaya tidak meleset dari tujuan yang telah disepakati. Maka teori perencanaan ini sangat menekankan pada prosedur atau cara untuk mencapai tujuan.

Kajian tentang perencanaan merupakan sebuah hiasan dari ilmu kognitif serta para psikolog telah melakukan banyak pemikiran dan penelitian pada subjek ini. Teori perencanaan yang dihasilkan oleh Charles berger ada 4 hal yang harus diperhatikan sebelum menjalankan suatu kegiatan diantaranya:

- a. Perencanaan pesan (*message planing*)
- b. Penyusunan pesan (*mesagge preparartion*)
- c. penyebaran pesan (*message spread*)
- d. Dan hasil atau tujuan dari pesan yang disampaikan (*message result*)

Teori perencanaan dikembangkan sebagai jawaban atas gagasan bahwa komunikasi merupakan proses mencapai tujuan. Manusia tidak terlibat dalam kegiatan komunikasi Hanya karena seseorang melakukannya seseorang berkomunikasi untuk memenuhi tujuan, rencana-rencana kognitif memberikan panduan yang penting dalam menyusun dan menyebarkan pesan-pesan untuk mencapai tujuan. Rencana pesan yang canggung memungkinkan pelaku komunikasi mencapai tujuan seseorang



dengan lebih baik banyak dan efisien, sehingga kompetensi komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan individu (Little John, 2019: 185).

Berger menyatakan bahwa rencana adalah "*Hierarchical Cognitive Representations Of Goal Directed Action Sequences*" (Representasi kognitif secara hierarkis dari urutan tindakan yang diarahkan pada tujuan). Dengan kata lain, rencana adalah gambaran mental (*Mental images*) dari jumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat hirarkis atau berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan (*Planning*) adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan (Morissan, 2018 : 181).

Perencanaan menurut Little John ( 2009 : 185), proses rencana tindakan. Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam meraih tujuan. Jika anda ingin berhasil dalam sebuah kelas, maka anda mungkin berbicara kepada siswa lain, teman, dan bahkan pengajar untuk mengetahui apa yang harus dilakukan. Tugas-tugas tugas-tugas anda akan disusun dengan hati-hati untuk memenuhi persyaratannya dan anda akan berpikir secara sadar mengenai apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya. Dalam hal kita mencoba mempertahankan suatu rencana yang kompleks tidak tertutup kemungkinan kita mengalami kesulitan untuk melaksanakan sehingga gagal mencapai tujuan. Bagaimana pendekatan kita dalam merencanakan

pesan pada akhirnya merupakan pemikiran yang kompleks yang sebagian dipengaruhi oleh logika yang digunakan sebagaimana yang dikemukakan oleh teori mengenai logika yang kita gunakan dalam merancang pesan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh logika yang digunakan seperti yang ditunjukkan dalam teori logika penyusunan pesan.

Menurut Barbare O'keefe dalam Morissan (2018:185), pada awalnya adalah seorang pendukung teori konstruktivisme namun kemudian ia memperluas teorinya dengan memasukkan juga pandangan-pandangan yang terkait dengan bagaimana orang mendesain pesan. Dia menggunakan istilah "logika dalam menyusun pesan" (*Message design logic*) menjelaskan Bagaimana proses berpikir yang terjadi sehingga munculnya pesan. Ada tiga logika dalam merancang atau menyusun pesan dimulai dari yang paling tidak terpusat pada orang (*least person centered*) hingga yang sangat terpusat (*Most person centered*).

1. Logika ekspresif (*Expressive logic*), yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengekspresikan diri dan untuk menyatakan perasaan dan pikiran. Pesan yang terdapat pada logika ekspresif ini bersifat terbuka dan reaktif dengan adanya memberikan sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain.
2. Logika konvensional (*Conventional Logic*), yaitu logika yang melihat komunikasi sebagai suatu permainan yang dimainkan dengan mengikuti sejumlah aturan titik di sini komunikasi

merupakan alat untuk mengekspresikan diri yang dilakukan menurut aturan dan norma yang diterima termasuk hak dan tanggung jawab masing-masing orang terlibat. Logika jenis ini bertujuan untuk merancang pesan yang sopan, pantas, dan berdasarkan aturan yang sepatutnya diketahui setiap orang.

3. Logika retorika (*Rhetorical logic*), yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan yang dirancang dengan menggunakan logika ini cenderung lentur atau fleksibel, memiliki pemahaman dan terpusat pada lawan bicara. Pembicara yang menggunakan logika ini cenderung untuk membingkai ulang situasi yang dihadapi agar berbagai tujuan, termasuk persuasi dan kesopanan dapat diintegrasikan dalam satu kesatuan yang bulat.

## 2.8. Kerangka Pikir



Perpustakaan adalah salah satu unit kerja yang menyimpan bahan pusaka secara sistematis dan mengelolanya dengan cara khusus sebagai sumber informasi dan dapat digunakan oleh pemakainya. Perpustakaan Daerah yang terletak di kantor Dinas Kearsipan Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan Perpustakaan umum yang berada di kota Baturaja yang terbuka untuk seluruh masyarakat umum, Dalam meningkatkan minat pengunjung perpustakaan tersebut melakukan berbagai upaya dalam menyebarkan informasi mengenai perpustakaan. Dengan cara rencana-rencana kognitif memberikan panduan yang penting dalam menyusun dan menyebarkan pesan-pesan untuk mencapai tujuan. Rencana pesan yang baik memungkinkan pelaku komunikasi mencapai tujuan seseorang dengan lebih baik banyak dan efisien, sehingga kompetensi komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan yang disampaikan.

## 2.1 Bagan Kerangka Pikir



