

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Penelitian ini berfokus kepada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *Command Center Call 112* yang dikeluarkan oleh pemerintah Surabaya. Penelitian ini mengacu pada model komunikasi dari Harold Lasswell yang menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : Who Says What In Wich Channel To Whom With What Effect? (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). (Effendy 2007:253)

Menurut *paradigm* Lasswell, komunikasi adalah "Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.". Model komunikasi Lasswell menyatakan bahwa komunikasi berjalan satu arah dengan menggunakan media tertentu dan menimbulkan efek tertentu.

Jika penelitian ini mengacu pada teori Lasswell, unsur sumber (*Who*) adalah Pemerintah Kota Surabaya, unsur pesan (*Say What*) dalam penelitian ini adalah isi pesan dari media cetak Command Center call 112, saluran komunikasi (*In which Channel*) yang dipilih dipenelitian ini yakni media Publikasi, unsur penerima atau kalayak (*to Whom*) disini peneliti memilih masyarakat Surabaya, sementara unsur pengaruh (*with what effect*) merupakan proses komunikasi yang akan menjadi fokus penelitian kali ini

memilih untuk melihat efek kognitif berupa tingkat pengetahuan (Mulyana 2014:147-148).

Penelitian ini akan berfokus pada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya karena pada dasarnya, Humas senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak. Menurut Denny Griswold Humas atau *Public Relation* didefinisikan sebagai menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan, dan prosedur dari seorang atau lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik. (Danandjaja 2011:16)

Efek dalam Effendy (2007:318), dijabarkan menjadi tiga yaitu: efek kognitif yaitu suatu respon yang berhubungan dengan pikiran seseorang, efek afektif yaitu suatu respon yang berhubungan dengan penalaran seseorang, dan yang terakhir adalah efek konatif atau biasa disebut efek behavioral yaitu suatu respon yang berhubungan dengan niat seseorang terhadap sebuah rangsangan. Penelitian ini lebih fokus pada efek kognitif yang berhubungan dengan pemikiran individu atau kelompok untuk mencapai tingkat pengetahuan atas pesan yang disampaikan.

Jurnal berjudul Peran Humas di Era Keterbukaan Informasi menuliskan Bagi humas pemerintah, kewajiban menyediakan informasi bagi publik merupakan sebuah tantangan baru. Pada awalnya, humas pemerintah di Indonesia dibentuk untuk menjalankan propaganda presiden dan pemerintah. Tujuan utama

dari humas pemerintah di Indonesia adalah membentuk agenda publik dan mendiseminasikan informasi ke media massa (Ika Karlina Idris, *Jurna Universitas Paramadina*).

Portal berita internet yang berlabel *kabarSurabaya.org* menuliskan, *Command Center Call 112* adalah nomor telepon terpadu yang bisa di gunakan warga Kota Surabaya untuk melaporkan terjadinya suatu kejadian, antara lain laporan bencana, konflik sosial, kemacetan, tindak kejahatan, dan semua laporan kejadian dalam sekala besar maupun sekala kecil.

Command Center Call 112 adalah sebuah layanan masyarakat dari pemerintah kota Surabaya yang berguna untuk menanggulangi semua masalah yang terjadi di wilayah khusus kota Surabaya. Layanan publik kota Surabaya telah berdiri sejak tahun 2016 yang diresmikan oleh walikota Surabaya Ibu Tri Rismaharini pada tanggal 26 Juli 2016 ini menjadi mata dan telinga apa yang sedang terjadi di kota Surabaya (Sumber: *DetikNews/Commend Center*, Fasilitas baru di Surabaya yang menjadi mata dan telinga Risma/17 Agustus 2016).

Jeffry sebagai salah satu humas pemerintah Surabaya mengatakan, “*Command Center Call 112* ialah bantuan dari pemerintah Surabaya untuk warganya. Sangat penting untuk warga Surabaya dalam kemana mereka harus mencari bantuan saat ada kesulitan”

Dengan adanya *Command Center Call 112* Surabaya ini, di harapkan warga dapat melaporkan apapun kejadian yang mendesak agar dapat cepat ditangani oleh pihak yang berwenang. Sebelum adanya *Command Center Call 112* Surabaya, warga Kota Surabaya harus menghapalkan banyak nomor telepon. Namun sekarang tidak

perlu lagi warga Surabaya menghafalkan banyak nomer telepon itu. “Dengan menekan Call Center 112 Surabaya, maka warga Kota Surabaya sudah tidak perlu bingung – bingung lagi untuk menghafalkan banyak nomor telepon ” ujar Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini. Call Center 112 Surabaya bisa di hubungi dengan biaya gratis alias bebas pulsa. Dengan biaya yang gratis ini, di harapkan masyarakat bisa memanfaatkan fasilitas *Command Center Call 112* ini dengan bijak. Pemerintah Kota Surabaya berharap semua pengaduan yang masuk sifatnya penting atau urgent. Dengan layanan publik, Surabaya sudah melaju satu langkah kedepan yang lebih baik.

Pelayanan Publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Kewajiban pemerintah daerah sebagai penyelenggara utama pelayanan publik untuk melayani kebutuhan publik yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan demokratis dan memberikan pelayanan public yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik (pemerintah daerah) merupakan kegiatan yang harus dilakukan secara berkesinambungan seiring dengan perkembangan harapan publik yang menuntut untuk dilakukan peningkatan kualitas pelayanan public (Neng Kamarni, SE., MSi.,2011, jurnal Manajemen dan kewirausahaan, Analisis pelayanan publik terhadap masyarakat)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa. Definisi yang di kemukakan Michael W. Gamble dan

Teri Kwal Gamble yaitu: 1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern unruk mnyebarkan pesan secara cepat pada khalayak luas 2. Komunikator dalam komunikasi massa menyebarkan pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian pada jutaa orang yang tidak saling kenal 3. Pesan adalah milik publik 4.sebagai sumber 5. Komunikasi massa dikontrol oleh *Gate keeper* 6. Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tertunda.(Nurudin 2013:8-9)

Sosialisasi *Command Center Call 112* telah kerap dilakukan pemerintah Surabaya. Dengan berbagai media iklan, pemerintah Surabaya telah mensosialisasikan seperti di *billboard*, *Megatron*, dan *Sticker*. Menurut buku yang berjudul periklanan, Iklan dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor yang diketahui (Morrison 2015:17). Yang dimaksud dengan kata nonpersonal berarti suatu iklan melibatkan media massa yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan (Morrison 2015:18).

Iklan memiliki tujuan yang konkrit yaitu 1. Sebagai alat bagi komunikasi dan koordinasi 2. Memberi kriteria dalam pengambilan keputusan 3. Sebagai alat evaluasi (Kasali 1995:45).

Sosialisasi menurut Broom dalam Soekanto (2005) dapat dilihat berdasarkan dua sudut pandang, yaitu dari sudut masyarakat dan individu. Sosialisasi dari sudut pandang masyarakat yaitu sebuah proses penyalarsan individu baru anggota masyarakat ke dalam pandangan hidup yang terorganisasi dan mengajarkan tradisi-tradisi budaya masyarakatnya. Dengan kata lain sosialisasi dalah sebuah

tindakan yang mengubah kondisi manusia dari human-animal menjadi human-being untuk menjadi makhluk sosial dan anggota masyarakat sesuai dengan kebudayaannya (Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP, M.Si & Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta).

Dalam hal ini, pemerintahan Kota Surabaya menggunakan berbagai media untuk sebagai alat mensosialisasikan layanan *Command Center Call 112* di kota Surabaya. Dari spanduk, *Billboard*, *Megatron* hingga *Sticker* disebarluaskan keseluruh penjuru kota Surabaya. Humas Pemerintah Kota Surabaya, “Sosialisasi kami lakukan berbagai cara. Kami ingin masyarakat Surabaya mengetahui adanya layanan publik berupa bantuan dari Pemerintah. Sosialisasi kami lakukan dengan memasang di *billboard*, *megatron*, *sticker* yang kami tempatkan di penjuru kota Surabaya.”, Jeffrey humas Pemerintah Kota Surabaya.

Billboard dipakai oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mensosialisasikan layanan *Command Center Call 112*. Dapat kita temui di jalan Tunjungan dekat Siola atau yang sekarang dikenal sebagai gedung dispenduk capil Surabaya. Terpampang jelas bagaimana Pemerintah Surabaya mensosialisasikan layanan masyarakat untuk mengetahui keberadaan *Command Center Call 112*.

Tidak hanya *Billboard*, *megatron* juga menjadi alat untuk mensosialisasikan layanan publik *Command Center Call 112* oleh Pemerintah Kota Surabaya. Dengan tujuan masyarakat tahu akan kehadiran layanan masyarakat milik Pemerintah Kota Surabaya.

Media sticker adalah media yang paling banyak di pakai oleh pemerintah kota Surabaya dalam mensosialisasikan program ini. sticker sendiri lebih mudah di tempel dimana-mana, sebagai contoh pemerintah kota Surabaya menempel media sticker di perkampungan, tempat pusat perbelanjaan, hingga mobil dinas pemerintah kota Surabaya pun ikut menjadi alat sosialisasi dengan menempelkan sticker. Dengan ini membuat masyarakat Surabaya mengetahui adanya layanan darurat yang sangat mudah di surabaya. Gencarnya mensosialisasikan comment center 112, pemerintahan Surabaya mengklaim telah menyebarkan sebanyak 25.000 sticker sosialisasi commend center 112 tersebut. Kepala Bidang pencegahan dan Kesiapsiagaan BPB Linmas Hendry Simanjuntak mengatakan pekan ini akan menempelkan stiker di tempat-tempat umum, seperti mall, stasiun, terminal dan tempat umum lainnya. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan dan mengingatkan warga tentang keberadaan Command Center 112. (Sumber: Surabaya.go.id/Sosialisasi-Comment-Center-112, tempat umum distemper 25 ribu sticker/12 Januari 2018)



January 13, 2018

Sosialisasi Command Center 112, Tempat Umum Ditempel 25 Ribu Stiker

Gambar 1.1

25.000 Sticker disebar di tempat-tempat umum

Sumber: <http://cahayabaru.id/2018/01/13/sosialisasi-command-center-112-tempat-umum-ditempel-25-ribu-stiker/>

Berikut ini adalah upaya Pemerintah Kota Surabaya dalam mensosialisasikan command center 112 menggunakan media publikasi seperti *Billboard*, *megatron*, Dan *Sticker*



Gambar 1.2

Sosialisasi kepada Masyarakat

Sumber: Google.com



Gambar 1.3

Sticker di temple di mobil Pemerintahan

Sumber: Dokumentasi Peneliti



Gambar 1.4

Media Publksi *Billboard*

Sumber: Google.com



Gambar 1.5

Iklan berupa sticker di pusat perbelanjaan

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Media Publikasi cukup efektif untuk mensosialisasikan adanya layanan publik di suatu wilayah. Media publikasi seperti *billboard*, *megatron*, dan *Sticker* akan selalu kelihatan meskipun terkadang gangguan untuk mengetahui informasi cukup besar. Masyarakat memiliki mobilitas yang cukup tinggi. Sehingga pemerintah Surabaya menggunakan Media Publikasi menjadi salah satu media untuk mensosialisasikan *Command Center Call 112* dilingkungan Surabaya.

Media Publikasi (*Billboard*, *megatron*, *sticker*) dapat dikategorikan sebagai media luar ruang. Menurut Deddy Mulyana,

iklan media luar ruang merupakan media iklan yang ditempatkan di luar ruang. Biasanya lebih banyak diletakkan di ruang kota, dengan mempertimbangkan kepadatan orang yang melalui ruang tersebut. Ide dasar keberadaan iklan MLR (media luar ruang) adalah pemanfaatan ruang publik sebagai sarana komersial, yaitu mengenalkan suatu produk pada khlayak (Noviandy, eJournal Ilmu Komunikasi, Persepsi Masyarakat Tentang Penggunaan Iklan media Luar Ruang).

Sosialisasikan Command Center 112, Tempat Umum Ditempel 25 Ribu Stiker

© 11 Januari 2018 Aziz Tri 0 Comments



Gambar 1.6

Sticker Merupakan Media luar ruang

Sumber: <https://bisniskini.com/2018/01/11/sosialisasikan-command-center-112-tempat-umum-ditempel-25-ribu-stiker/>

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya dalam mengetahui *Command Center Call 112*. Dengan ini dapat mengetahui seberapa berhasilkah sosialisasi yang telah dilakukan pemerintah Surabaya sendiri.

Seberapa besar pengetahuan masyarakat Surabaya dari sosialisasi yang telah dilakukan. Masyarakat Surabaya ialah seseorang yang memiliki kartu tanda penduduk Surabaya tidak melihat bertempat tinggal dari seseorang tersebut.

Alim Chandra, salah satu warga Surabaya yang bertempat tinggal di Dharmahusada mengatakan, “Saya tidak tahu apa itu *Command Center Call 112*” lain dengan Fanuel seorang pedagang kaki lima di Dinoyo yang mengatakan, “saya tahu, cuman tahu-tahu saja dari tetangga mas. Belum pernah juga coba hubungi *Command Center Call 112*.”

Objek penelitian ini ialah tingkat pengetahuan mengenai sosialisasi *Command Center Call 112* Surabaya dan subjek penelitian ini ialah masyarakat Surabaya (Penduduk Surabaya). Dengan itu, iklan di media massa adalah sebuah wadah untuk memberi informasi untuk penduduk Surabaya yang sangat luas ini. Oleh karena subjek yang dipilih dalam penelitian ini sangat luas yaitu masyarakat Surabaya, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai.

Peneliti membandingkan skripsi terdahulu Pranata, Aron (2017) *Tingkat pengetahuan warga Surabaya mengenai pesan kampanye Surabaya*

Smart Riding 2017 melalui media banner. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya. Karena memiliki beberapa kesamaan. Kesamaan bisa dilihat dari objek yang memilih tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya dan menitik beratkan pada isi pesan, menggunakan penelitian kuantitatif dengan

metode survei. Perbedaan terdapat di subjek penelitian dan media yang dipilih.

Penelitian pembandingan yang kedua dari Hatusupy, Yohan Yomi (2016) *Tingkat pengetahuan komunitas wirausaha bersinar Surabaya mengenai isi pesan spanduk pelaksanaan program CSR bina lingkungan kawasan bersinar PT. PLN (persero) distribusi Jawa Timur*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya. Memiliki kesamaan dalam menitik beratkan pada isi pesan di dalam penelitiannya

Penelitian terdahulu yang ketiga Kurniawan, Fionita (2016) *Tingkat pengetahuan pengendara sepeda motor Surabaya tentang iklan layanan masyarakat "Berani Tertib Lalu Lintas" dengan menggunakan media luar ruang*. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya. Memiliki kesamaan iklan dan media yang digunakan ialah media luar ruang.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai Sosialisasi *Command Center Call 112* melalui media Publikasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai Sosialisasi *command Center Call 112* melalui media publikasi.

1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan dapat dengan mudah dipahami sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya, serta untuk memperjelas lingkup

masalah yang akan dibahas, maka perlu dilakukan pembatasan sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Tingkat pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Sosialisasi *Command center call 112* melalui media publikasi.
2. Subjek penelitian ini adalah orang yang memiliki Kartu tanda penduduk Surabaya yang berarti dengan usia 17 tahun keatas.
3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis: Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk penelitian sejenis yang menggunakan teori tingkat pengetahuan, Teori Sosialisasi, proses komunikasi, komunikasi massa, iklan layanan publik.
2. Manfaat Praktis: hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan pemerintah kota dalam memilih strategi mensosialisasikan layanan publik yang masih belum diketahui oleh masyarakat. Sehingga dapat memberi informasi secara baik dan tidak ada kesalahpahaman kepada masyarakat.