

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen dan organisasi tidak dapat dipisahkan, sebab pada organisasi terdapat kegiatan manajemen yang merupakan rangkaian dari proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dengan memberdayakan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Manajemen juga bisa dipahami sebagai cara melakukan pekerjaan lewat orang lain, melalui komunikasi yang berupa perintah, instruksi, koordinasi, pemberian informasi, saran dan lainnya, yang dapat disampaikan secara jelas dan tepat.

Effendy (2009)¹ berpendapat komunikasi adalah proses penyampaian pesan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, termasuk dalam konteks organisasi dan manajemen. Sehingga pemahaman konsep komunikasi menjadi sangat penting agar tujuan organisasi tercapai.

Kegiatan manajemen pada suatu organisasi, komunikasi punya peran yang sangat penting terkait seluruh aktivitas organisasi, yang di dalamnya banyak berhubungan dengan *stakeholder* atau pihak berkepentingan, baik internal atau

¹ Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
Halaman 10

eksternal. Maka dari itu butuh pemahaman tepat tentang konsep seperti apa komunikasi dalam kegiatan manajemen dapat berjalan efektif.

Sinergi antara manajemen dan komunikasi merupakan elemen strategis dalam meningkatkan kinerja serta menjaga keberlangsungan suatu organisasi. Manajemen komunikasi memegang peran sentral dalam mengelola organisasi secara efektif melalui optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang tersedia. Hal ini dikarenakan manajemen komunikasi mencakup proses kolaboratif antara fungsi-fungsi manajerial dan aktivitas komunikasi, yang saling melengkapi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi secara terarah dan berkelanjutan.

Menurut Michael Kaye (1994) yang dikutip Riinawati² manajemen komunikasi merupakan pendekatan yang menjelaskan cara individu dalam organisasi mengatur dan mengelola proses komunikasi dengan pihak yang berkepentingan pada beragam konteks komunikasi. Mencakup komunikasi interpersonal, komunikasi dalam kelompok, hingga komunikasi massa.

Perkembangan dan perubahan dalam suatu organisasi atau perusahaan akan berjalan efektif apabila melibatkan semua elemen pada aktivitas pengelolaan organisasi dan mengimplementasikan secara sistematis fungsi manajemen seperti halnya Michael Kaye (1994) yang dikutip Hasmawati³ menjabarkan manajemen

² Riinawati. (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Pustaka Baru Press. Halaman 27.

³ Hasmawati, Fifi. (2018). *Manajemen dalam Komunikasi*. Jurnal Al Idarah. Vol 5 No 6. Halaman 81.

komunikasi mencakup lima aspek penting yaitu Perencanaan Komunikasi, Pengorganisasian Pesan, Pemilihan Saluran Komunikasi, Koordinasi dan Evaluasi.

Maka dari itu manajemen komunikasi ialah bagian yang tidak lepas dalam organisasi, kaitannya dengan memberikan instruksi, perintah, informasi, dan membentuk opini publik tentang suatu nilai. Termasuk manajemen komunikasi yang dilakukan suatu organisasi atau lembaga pemerintah dalam menjalankan suatu program.

Dalam praktik penyelenggaraan pemerintahan, keberhasilan suatu program tidak hanya ditentukan oleh perumusan kebijakan dan ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh bagaimana komunikasi dikelola dalam seluruh proses manajemen organisasi. Instansi pemerintah berinteraksi dengan beragam pemangku kepentingan, baik internal seperti organisasi perangkat daerah (OPD) dan pelaksana teknis, maupun eksternal seperti masyarakat, lembaga sosial, dunia usaha, dan kelompok sasaran program. Kondisi tersebut menempatkan komunikasi sebagai elemen strategis yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan kebijakan publik.

Secara empiris, berbagai program pemerintah kerap menghadapi persoalan komunikasi di lapangan. Ketidaksinkronan informasi antar-OPD, perbedaan pemahaman antara pelaksana program dan masyarakat, serta rendahnya partisipasi publik merupakan realitas yang sering ditemukan dalam implementasi kebijakan. Tidak jarang program yang telah dirancang secara teknis dengan baik justru kurang mendapatkan dukungan masyarakat karena pesan kebijakan tidak tersampaikan secara jelas, konsisten, dan persuasif. Hal ini menunjukkan bahwa persoalan yang

muncul bukan semata pada aspek kebijakan, melainkan pada pengelolaan komunikasi organisasi pemerintah.

Selain itu, komunikasi pemerintah sering kali masih bersifat satu arah dan administratif, sehingga belum sepenuhnya mampu membangun dialog dan keterlibatan aktif masyarakat. Penggunaan bahasa birokratis, pemilihan saluran komunikasi yang kurang tepat, serta minimnya mekanisme umpan balik menyebabkan informasi program tidak dipahami secara utuh oleh kelompok sasaran. Akibatnya, muncul resistensi, kesalahpahaman, atau bahkan apatisme publik terhadap program yang dijalankan. Fenomena ini menegaskan pentingnya manajemen komunikasi yang terencana, terkoordinasi, dan berorientasi pada kebutuhan audiens.

Kondisi tersebut juga terlihat dalam pelaksanaan program-program lintas sektor yang melibatkan banyak pemangku kepentingan, seperti Program Kota Layak Anak (KLA). Program ini menuntut sinergi antar-OPD, keterlibatan lembaga masyarakat, dunia usaha, serta partisipasi anak dan keluarga sebagai subjek utama. Kompleksitas aktor dan kepentingan yang terlibat menjadikan komunikasi sebagai faktor kunci dalam memastikan kesamaan persepsi, konsistensi pesan, serta keberlanjutan pelaksanaan program.

Di Kota Yogyakarta, Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) memiliki peran strategis sebagai koordinator pelaksanaan Program Kota Layak Anak. DP3AP2KB tidak hanya bertugas menyusun kebijakan teknis, tetapi juga

mengelola komunikasi lintas sektor, menyampaikan informasi program kepada masyarakat, serta membangun pemahaman bersama mengenai pentingnya pemenuhan dan perlindungan hak anak. Oleh karena itu, keberhasilan Program Kota Layak Anak sangat dipengaruhi oleh bagaimana manajemen komunikasi dijalankan oleh DP3AP2KB.

Berdasarkan realitas tersebut, dapat dipahami bahwa manajemen komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas organisasi pemerintah, khususnya dalam memberikan instruksi, menyampaikan informasi, mengoordinasikan pelaksanaan program, serta membentuk opini dan dukungan publik terhadap nilai-nilai yang diusung kebijakan. Namun, masih terbatas kajian yang secara khusus mengkaji bagaimana manajemen komunikasi instansi pemerintah dijalankan dalam konteks pelaksanaan Program Kota Layak Anak.

Dikutip dari Laporan Tahunan DP3AP2KB Kota Yogyakarta⁴ dalam enam tahun terakhir kasus kekerasan terhadap anak di Kota Yogyakarta menunjukkan dinamika yang fluktuatif. Pada tahun 2019 tercatat 101 kasus kekerasan anak, meningkat menjadi 104 kasus pada tahun 2020. Jumlah kasus kemudian menurun pada tahun 2021 menjadi 61 kasus dan kembali menurun pada tahun 2022 sebanyak 55 kasus. Namun demikian, pada tahun 2023 jumlah kasus kembali meningkat menjadi 61 kasus dan pada tahun 2024 mengalami lonjakan signifikan hingga mencapai 101 kasus. Sementara itu, hingga awal April 2025 tercatat 17 anak

⁴ DP3AP2KB Kota Yogyakarta. (2019-2024). *Evaluasi Data Kekerasan Terhadap Perempuan dan Anak Kota Yogyakarta*. Diakses pada 18 April 2025 dari <https://dp3ap2kb.jogjakota.go.id/>

menjadi korban kekerasan, seluruhnya berusia di bawah 12 tahun. Bentuk kekerasan yang dialami meliputi kekerasan fisik, pelecehan seksual, dan kekerasan psikis yang terjadi baik di ruang privat maupun ruang publik.

Berbagai persoalan terkait kekerasan dan kerentanan anak tersebut menunjukkan bahwa isu perlindungan dan pemenuhan hak anak merupakan persoalan kompleks yang tidak dapat diselesaikan melalui pendekatan sektoral semata. Penanganannya menuntut keterlibatan banyak aktor, koordinasi lintas organisasi, serta kesamaan pemahaman antara pemerintah, masyarakat, dan lembaga terkait. Dalam konteks ini, keberhasilan upaya perlindungan anak tidak hanya bergantung pada kebijakan dan layanan teknis, tetapi juga pada bagaimana komunikasi dikelola oleh instansi yang memiliki mandat utama dalam isu pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak.

Kasus kekerasan terhadap anak tidak dapat dilepaskan dari efektivitas upaya pencegahan dan penanganan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui DP3AP2KB, bersama dengan berbagai pemangku kepentingan terkait. Upaya tersebut tidak hanya berkaitan dengan kebijakan dan layanan teknis, tetapi juga dengan bagaimana komunikasi dikelola dalam mengoordinasikan lintas sektor, menyampaikan informasi kepada masyarakat, serta membangun kesadaran publik mengenai perlindungan dan pemenuhan hak anak.

Sebagai perangkat daerah yang memiliki mandat dalam mewujudkan keadilan, kesetaraan gender, serta perlindungan anak, DP3AP2KB Kota Yogyakarta memegang peran strategis dalam pelaksanaan Program Kota Layak

Anak. Peran tersebut menuntut pengelolaan komunikasi yang sistematis dan terencana, mulai dari perumusan pesan, pengorganisasian komunikasi, pemilihan saluran, koordinasi antar *stakeholder*, hingga evaluasi. Keterlibatan berbagai aktor, seperti OPD, masyarakat, lembaga sosial, dunia usaha, media, serta anak dan keluarga, menjadikan manajemen komunikasi sebagai faktor kunci dalam keberhasilan program.

Pemahaman terhadap manajemen komunikasi DP3AP2KB dalam mewujudkan Program Kota Layak Anak menjadi penting, mengingat ketidakefektifan komunikasi berpotensi menghambat implementasi program, melemahkan koordinasi lintas sektor, serta berdampak pada tidak optimalnya perlindungan dan pemenuhan hak anak. Padahal, anak merupakan generasi yang dalam jangka panjang akan menentukan keberlanjutan pembangunan Kota Yogyakarta dan Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji secara mendalam manajemen komunikasi DP3AP2KB Kota Yogyakarta dalam upaya mewujudkan Program Kota Layak Anak Tahun 2025.

Atas dasar itulah penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis manajemen komunikasi DP3AP2KB Kota Yogyakarta dalam mewujudkan Program Kota Layak Anak Tahun 2025. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai proses perencanaan pesan, pengorganisasian komunikasi, pemilihan saluran, koordinasi, serta evaluasi komunikasi dalam pelaksanaan program, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penguatan praktik komunikasi pemerintah yang lebih efektif dan partisipatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai manajemen komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta dalam upaya mewujudkan Program Kota Layak Anak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta dalam mewujudkan Program Kota Layak Anak pada tahun 2025?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami penerapan manajemen komunikasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta dalam upaya mewujudkan Program Kota Layak Anak pada tahun 2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas perspektif dan pemahaman dalam kajian manajemen komunikasi secara akademis.

Khususnya pada konteks implementasi kebijakan publik yang berorientasi pada perlindungan dan pemenuhan hak anak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi referensi bagi organisasi, khususnya instansi pemerintah, dalam mengelola komunikasi secara efektif dengan para pemangku kepentingan atau *stakeholder* guna mendukung pencapaian tujuan organisasi secara optimal.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ialah rangkaian langkah sistematis dan terstruktur untuk menemukan jawaban yang tepat, dapat dipertanggung jawabkan, serta menyelesaikan masalah atas pertanyaan dalam suatu penelitian. Dimulai dengan proses identifikasi dan perumusan masalah, menyusun kerangka berpikir, hipotesis, pembahasan masalah kesimpulan dan saran.⁵

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dijelaskan oleh Harmon (1970) dikutip Moleong⁶ merupakan kerangka dasar dalam memahami, berpikir, mengevaluasi, dan bertindak terhadap suatu hal yang secara khusus mencerminkan cara pandang seseorang terhadap realitas.

⁵ Sinaga, Dameria. (2023) . *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*. UKI Press. Halaman 5

⁶ Moleong, Lexy J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Halaman 49

Paradigma yang mendasari penelitian ini adalah *post-positivisme*. Seperti yang dijelaskan Lincoln & Guba (1985)⁷ *post-positivisme* dilihat sebagai pendekatan yang memandang kebenaran tidak bersifat tunggal dan absolut, melainkan kompleks dan dapat bervariasi tergantung pada konteks serta sudut pandang individu.

Interpretif dan konstruktif adalah sifat yang melekat pada paradigma *post-positivisme*, yang melihat realitas sosial sebagai entitas holistik atau utuh, dinamis, beragam, saling terkait secara interaktif dengan fenomena sosial lainnya. Di mana realitas dipengaruhi interpretasi dan konstruksi sosial yang dibentuk oleh pengalaman dan pemahaman individu maupun kelompok.

Paradigma *post-positivisme* relevan digunakan dalam penelitian Manajemen Komunikasi DP3AP2KB Kota Yogyakarta dalam mewujudkan Program Kota Layak Anak (KLA) Tahun 2025, karena karakteristik dan pendekatannya sesuai dengan kompleksitas fenomena sosial dan kelembagaan yang dikaji. Di mana manajemen komunikasi lembaga pemerintah seperti DP3AP2KB sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial, budaya, dan politik. Begitu juga dengan Program Kota Layak Anak yang melibatkan banyak aktor yaitu pemerintah, masyarakat, anak, media, lembaga swadaya yang interaksinya tidak bisa diukur secara kaku atau eksak.

Paradigma *post-positivisme* menekankan pemahaman terhadap makna dan interpretasi aktor terhadap suatu tindakan atau kebijakan. Penelitian ini mencoba

⁷ Ibid 5. Halaman 51

memahami bagaimana DP3AP2KB mengelola komunikasi internal dan eksternal, termasuk strategi menyampaikan informasi KLA kepada publik, kemudian bagaimana persepsi *stakeholder* terhadap efektivitas komunikasi yang dilakukan, di mana hubungan antara komunikasi dan keberhasilan program KLA tidak bersifat deterministik atau proses yang hasilnya sudah pasti dan dapat diprediksi. Sebab ada faktor tak terlihat seperti budaya kerja, resistensi, birokrasi, kebijakan pusat yang juga berpengaruh terhadap implementasi manajemen komunikasi.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Jane Ritchie (1998)⁸ upaya memahami dunia sosial dari sudut pandang konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia dan tatanan kehidupan sosialnya adalah metode yang dilakukan dalam penelitian kualitatif.

Metode penelitian kualitatif dijalankan melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif, seperti narasi verbal, visual, maupun dokumen, bukan dalam bentuk angka atau statistik. Data tersebut diperoleh melalui teknik seperti observasi langsung, wawancara mendalam, kajian literatur, serta telaah dokumen terkait. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis berdasarkan temuan empiris di lapangan, dan dari proses tersebut dapat dirumuskan hipotesis sementara yang bersifat kontekstual serta berkembang seiring dengan kemajuan studi yang dilakukan.

⁸ Ibid 5. Halaman 6

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merujuk pada individu, kelompok, maupun organisasi sebagai pihak yang menjadi fokus utama dalam proses pengumpulan data, penentuannya dilakukan melalui teknik sampling, tujuannya memperoleh informasi yang kaya dan beragam dari berbagai sumber relevan sesuai dengan isu atau topik yang dikaji.

Aan Munawar (2013)⁹ menjelaskan teknik sampling pada penelitian kualitatif adalah *purposive sample*. Penentuan jumlah sampel didasarkan atas pertimbangan sejauh mana informasi yang dibutuhkan telah terpenuhi. Ketika tidak ada informasi tambahan yang dapat digali dari partisipan berikutnya, maka proses sampling dianggap telah mencapai titik saturasi data dan dapat diakhiri.

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah narasumber atau informan yang mengetahui secara mendalam tentang Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta khususnya yang berkaitan dengan manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mewujudkan Program Kota Layak Anak di Tahun 2025.

Berikut ini kriteria khusus untuk menentukan subjek penelitian yaitu:

⁹ Aan, Munawar Syamsudin. (2013). *Resolusi Neo-Metode Riset Komunikasi Wacana*. Pustaka Pelajar. Halaman 224

- a. Narasumber merupakan pegawai DP3AP2KB Kota Yogyakarta menguasai dan memahami manajemen komunikasi untuk mewujudkan Yogyakarta sebagai Kota Layak Anak Tahun 2025.
- b. Pihak yang menjalin hubungan dengan *stakeholder* untuk mewujudkan Yogyakarta sebagai Kota Layak Anak Tahun 2025.
- c. *Stakeholder* ataupun mitra Pemerintah Kota Yogyakarta untuk mewujudkan Kota Layak Anak Tahun 2025.
- d. Perwakilan dari Forum Anak Kota Yogyakarta.

Berdasarkan kriteria subjek di atas maka yang akan menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah:

- a. Dr. Edy Wijayanti, S.E., M.H.Kes selaku Kepala Bidang Perlindungan dan Pemenuhan Hak Anak DP3AP2KB Kota Yogyakarta.
- b. Elvika Fianasari, S.Pd selaku Manajer Kasus Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perlindungan Perempuan dan Anak (PPA) DP3AP2KB Kota Yogyakarta.
- c. Ifa Aryani, S.Psi., M.Psi selaku Perwakilan Komisi Perlindungan Anak Indonesia Daerah (KPAID) Kota Yogyakarta.
- d. Ferninda Keisa selaku Ketua Forum Anak Kota Yogyakarta.

1.5.4 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada kondisi ataupun situasi yang jadi fokus utama kajian, yang memberikan gambaran secara menyeluruh atas fenomena yang akan diteliti. Pada konteks penelitian ini objek yang dikaji adalah Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta berkaitan dengan perannya mewujudkan Program Kota Layak Anak.

1.6 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian berupa data jenis primer sebagai data utama dan sekunder sebagai data pendukung.

1.6.1 Data Primer

Data utama atau primer pada penelitian Manajemen Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta dalam Mewujudkan Program Kota Layak Anak Tahun 2025 akan diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang berkaitan langsung, di antaranya Kepala Bidang Perlindungan Anak, Kepala UPT Pelindungan Anak dan Perempuan, Ketua KPAID Kota Yogyakarta serta Ketua Forum Anak Kota Yogyakarta.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder sebagai pendukung dalam penelitian ini diperoleh tidak langsung, namun berkesinambungan dengan masalah yang diteliti. Bentuknya

berupa data dan informasi yang diperoleh dari dokumen atau literatur yang digunakan penulis terkait masalah yang dibahas merujuk pada buku-buku, peraturan, kebijakan, surat keputusan, arsip instansi, gambar, foto, media massa daring maupun cetak dan lain sebagainya untuk melengkapi data primer atau utama.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Moleong mengutip Loftland dan Loftland (1984)¹⁰ yang menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, sumber data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan yang paling memahami permasalahan yang diteliti, bentuk datanya berupa kata-kata dan tindakan. Sementara untuk data sekunder untuk tambahan ialah informasi serta dokumen tertulis maupun foto, dan statistik untuk mendukung data utama.

Untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang relevan dengan pendekatan kualitatif mencakup:

a. Studi Pustaka

Mengumpulkan informasi dan data bersumber dari buku, jurnal, penelitian terdahulu, artikel, laporan, makalah serta literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Di mana dari sumber tersebut penulis mengumpulkan beragam referensi atas teori dan konsep perihal manajemen

¹⁰ Ibid 5. Halaman 157

komunikasi dan program Layak Anak di Indonesia secara umum dan Kota Yogyakarta secara khusus.

b. Pengamatan atau Observasi

Guba dan Lincoln (1981)¹¹ menjabarkan dalam teknik pengamatan, peneliti ditempatkan untuk mengoptimalkan kemampuannya dari sisi motif, perhatian, kepercayaan dan perilakunya dalam menangkap permasalahan dan fenomena yang diteliti. Mengamati dengan pancaindera untuk mendapat gambaran nyata atas satu fenomena untuk menjawab masalah dan pertanyaan dalam penelitian.

c. Wawancara

Moleong juga mengutip Guba dan Lincoln (1981)¹² bahwa data dan informasi dalam penelitian dapat diperoleh melalui wawancara, sebagai suatu kegiatan percakapan yang dilakukan untuk maksud tertentu antara pewawancara (interviewer) sebagai pihak yang memberi pertanyaan dengan terwawancara (interviewee) yang akan memberikan jawaban. Pada umumnya terdapat dua wawancara yang dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu *in-depth interview* atau mendalam dan semi terstruktur.

Dalam wawancara mendalam peneliti akan menggali informasi dengan rinci kepada informan sebagai pihak yang dinilai punya pengalaman dan

¹¹ Ibid 5. Halaman 174

¹² Ibid 5. Halaman 186

pemahaman atas masalah yang diteliti. Peneliti menggunakan *interview guide* sebagai kerangka acuan tapi sifatnya terbuka dan fleksibel di mana peneliti bisa mengembangkan pertanyaan sesuai respon dari informan untuk mengeksplorasi topik permasalahan lebih luas, menggali pemahaman subjektif, nilai, serta makna atas pengalaman informan.

Wawancara semi terstruktur, peneliti menggunakan pedoman wawancara berupa daftar topik atau pertanyaan pokok yang telah disusun, pelaksanaannya fleksibel tetap memberikan ruang berkembangnya pertanyaan, tapi tetap berurutan sesuai kerangka yang dirancang. Dapat diajukan untuk membandingkan data dari beberapa informan secara sistematis. Berbeda dengan wawancara terstruktur yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu dengan mengajukan pertanyaan kepada informan dengan seragam berdasarkan daftar yang telah disusun secara sistematis atau kuesioner.

d. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan dokumen yang diperlukan dalam penelitian sesuai masalah yang diteliti untuk mendukung data dan informasi yang telah didapatkan melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Dapat berupa catatan, arsip dokumen, jurnal, bahan tertulis, gambar, foto, rekaman video maupun suara yang berupa fakta.

1.8 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen (1982)¹³ analisis data kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan, mengelompokkan, serta mengolah data dan informasi yang telah dikumpulkan untuk kemudian dilakukan proses menyusun, menyaring, dan menyintesis data dan informasi guna menemukan pola, tema, atau hubungan antar data. Tujuannya mengidentifikasi hal-hal penting, merumuskan pemahaman baru, dan menarik kesimpulan yang bermakna. Hasil akhirnya berupa narasi atau penjelasan yang disampaikan secara logis dan komunikatif kepada pembaca atau khalayak akademik.

Kemudian Miles dan Huberman (1986)¹⁴ menjabarkan tahapan analisis data dalam penelitian kualitatif sebagai berikut:

- a. Reduksi data merupakan tahapan awal dalam proses analisis kualitatif yang berlangsung secara terus-menerus selama pelaksanaan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan seleksi dan penyederhanaan terhadap data mentah yang telah diperoleh, dengan memusatkan perhatian hanya pada informasi yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian.

Proses ini mencakup kegiatan mengklasifikasikan data ke dalam kategori seperti sangat penting, kurang penting, dan tidak relevan. Data yang dinilai tidak mendukung tujuan penelitian akan dieliminasi, sedangkan data yang signifikan dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut. Tujuannya adalah

¹³ Ibid 5. Halaman 248

¹⁴ Ibid 5. Halaman 307

agar data menjadi lebih ringkas, terstruktur, dan mudah dipahami, sehingga memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

- b. Penyajian Data merupakan proses penyusunan dan pengorganisasian informasi atas hasil dari reduksi ke dalam bentuk yang terstruktur dan sistematis, sehingga memudahkan peneliti menarik kesimpulan. Data yang telah disaring dan dipilah sebelumnya, disajikan dalam berbagai bentuk seperti tabel, bagan, grafik, atau diagram, agar informasi yang terkandung di dalamnya lebih mudah dipahami dan dianalisis.

Penyajian Data tidak hanya bertujuan memperjelas hubungan antar data, tapi juga menyampaikan informasi secara efektif kepada pembaca atau pihak lain yang berkepentingan. Dengan demikian, tahap ini menjadi jembatan antara pengumpulan data dan proses penarikan kesimpulan.

- c. Penarikan Kesimpulan merupakan akhir dari proses analisis data kualitatif. Peneliti merumuskan makna atas data yang dikumpulkan, direduksi, dan disajikan. Peneliti di awal proses pengumpulan data pada dasarnya sudah membentuk pemahaman awal terhadap temuan lapangan melalui pengamatan atas pola, pernyataan, atau hubungan antarkonsep. Namun, kesimpulan akhir baru bisa ditetapkan setelah seluruh proses pengumpulan data selesai.

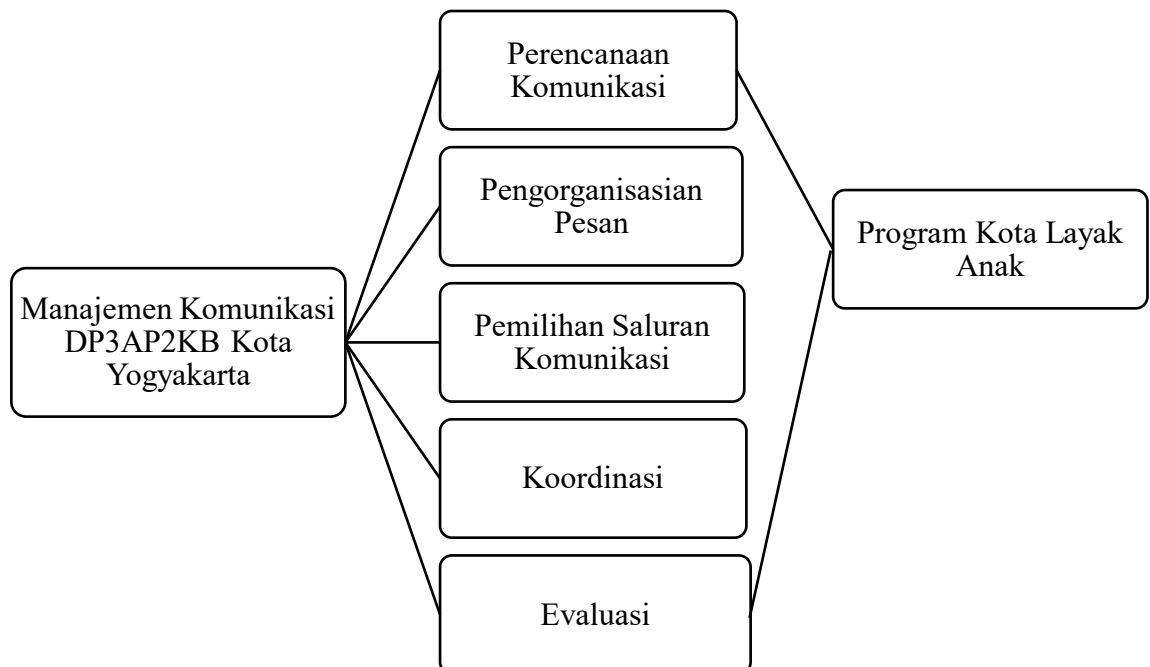
Kesimpulan ini merupakan hasil sintesis dari informasi yang telah dianalisis secara mendalam, dan disusun sebagai bagian penutup penelitian yang menyajikan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti secara utuh dan

komprehensif. Tujuannya memberikan jawaban atas rumusan masalah serta menyampaikan inti dari keseluruhan temuan kepada pembaca.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep pada penelitian ini menggambarkan alur berpikir peneliti dalam memahami dan menganalisis praktik manajemen komunikasi DP3AP2KB Kota Yogyakarta dalam mewujudkan Program Kota Layak Anak (KLA) tahun 2025. Alur ini berfokus pada bagaimana tahapan manajemen komunikasi dilakukan mulai dari perencanaan hingga evaluasi.



1.9.2 Definisi Konsep

a. Pengertian Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi menurut Michael Kaye (1994)¹⁵ dipahami sebagai pendekatan yang digunakan individu dalam mengatur dan mengelola proses komunikasi dengan pihak lain, baik dalam konteks komunikasi antarpribadi, interaksi kelompok, maupun dalam skala yang lebih luas seperti komunikasi massa. Konsep ini menekankan pentingnya keterampilan dan kesadaran dalam menyesuaikan cara berkomunikasi sesuai dengan situasi dan konteks sosial yang dihadapi. Kemudian Liebler dan Barker (2006) menjelaskan manajemen komunikasi adalah proses sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan fungsi manajerial guna menyelesaikan pekerjaan melalui proses negosiasi makna atau pemahaman antara satu atau lebih individu demi mencapai tujuan bersama. Sementara menurut Parag Diwan (1999) manajemen komunikasi dilihat sebagai proses menyeluruh dan terintegrasi memanfaatkan berbagai bentuk dan sumber daya komunikasi. Mencakup serangkaian tahapan manajerial, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian, yang secara keseluruhan diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Dari ketiga definisi tersebut dapat disimpulkan inti pemikirannya menekankan akan pentingnya optimalisasi sumber daya yang dimiliki organisasi melalui pengelolaan yang terstruktur secara manajerial serta penerapan model

¹⁵ Ibid 1 Halaman 27.

komunikasi yang sistematis. Agar proses komunikasi dalam konteks manajerial, yang berlangsung di berbagai bagian dalam organisasi, dapat berjalan secara efektif guna mendukung pencapaian tujuan bersama secara terpadu.

Manajemen komunikasi dapat dimaknai sebagai suatu proses koordinatif yang bertujuan membangun pemahaman bersama melalui interaksi antar anggota organisasi. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif mengharuskan individu memiliki pemahaman terhadap perspektif, pola pikir, serta latar belakang masing-masing pihak yang terlibat, khususnya dalam lingkungan organisasi yang bersifat heterogen. Dalam konteks kelembagaan, manajemen dan komunikasi merupakan dua elemen yang tidak dapat dipisahkan, karena keduanya saling melengkapi dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajerial yang menjadi fondasi operasional organisasi. Di mana manajemen komunikasi merupakan proses sistematis dalam mengelola pertukaran informasi antara berbagai elemen organisasi, baik internal maupun eksternal, guna mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien.

Komunikasi dalam organisasi pada hakikatnya tidak hanya sekadar bertukar informasi, tetapi juga menjadi alat utama dalam membentuk hubungan, menyelaraskan visi, dan mendukung implementasi strategi organisasi. Ketika komunikasi organisasi berjalan dengan baik maka akan meningkatkan koordinasi antarbagian, mengurangi konflik akibat miskomunikasi, memotivasi anggota atau karyawan melalui komunikasi yang transparan dan terbuka, serta meningkatkan partisipasi dalam pengambilan keputusan.

Untuk itu manajemen komunikasi dalam organisasi harus dikelola secara sistematis untuk mendukung efektivitas strategi dan pencapaian tujuan bersama. Tanpa manajemen komunikasi yang efektif, organisasi akan mengalami hambatan dalam menyampaikan kebijakan, menyatukan pemahaman, serta menumbuhkan komitmen bersama terhadap visi dan misi organisasi.

b. Implementasi Manajemen Komunikasi

Implementasi Manajemen Komunikasi dalam suatu organisasi secara terstruktur dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan yang dikemukakan Michael Kaye (1994)¹⁶ di mana manajemen komunikasi merupakan suatu pendekatan sistematis yang melibatkan proses perencanaan pesan, pengorganisasian pesan, pemilihan saluran komunikasi, koordinasi komunikasi internal dan eksternal serta evaluasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Konsep manajemen komunikasi yang dikemukakan oleh Michael Kaye menekankan pentingnya pengelolaan komunikasi secara efektif dan efisien dalam suatu organisasi, baik pada aspek komunikasi internal maupun eksternal. Komunikasi internal mencakup pengelolaan informasi, koordinasi, serta hubungan antarindividu maupun antarbagian dalam organisasi, sementara komunikasi eksternal berfokus pada penyampaian citra, informasi, dan hubungan organisasi dengan publik atau pihak luar.

¹⁶ Ibid 2. Halaman 83.

Kedua aspek tersebut harus dikelola secara terstruktur, sistematis, dan berkelanjutan agar dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi, meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, serta memperkuat kinerja dan daya saing organisasi secara keseluruhan.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini, operasionalisasi konsep disusun berdasarkan kesesuaian dengan judul penelitian “Manajemen Komunikasi Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Kota Yogyakarta dalam Mewujudkan Program Kota Layak Anak Tahun 2025 didasarkan pada teori penerapan manajemen komunikasi dalam suatu organisasi di mana efektivitas implementasinya bergantung pada bagaimana organisasi mengelola komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif sebagaimana dikemukakan oleh Michael Kaye yaitu¹⁷:

1. Perencanaan Pesan (Message Planning)

Perencanaan pesan merupakan langkah awal yang strategis dalam manajemen komunikasi. Perencanaan ini mencakup penetapan tujuan komunikasi yang selaras dengan visi dan misi organisasi, serta penyusunan pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan edukatif yang dilakukan dengan identifikasi tujuan

¹⁷ Ibid 2. Halaman 83.

komunikasi, penentuan target audiens, serta penyesuaian isi pesan dengan konteks sosial dan budaya penerima pesan.

Dalam konteks penelitian ini maka, pesan yang dirancang DP3AP2KB Kota Yogyakarta harus mampu mendukung agenda Program Kota Layak Anak, sehingga nilai-nilai perlindungan anak dapat tersampaikan secara sistematis kepada masyarakat. Sehingga penerapannya pada penelitian ini akan menyangkut perihal:

- Apakah DP3AP2KB merancang pesan-pesan komunikasi secara strategis sebelum disampaikan?
- Bagaimana mereka menyesuaikan isi pesan dengan kebutuhan kelompok sasaran (misalnya anak-anak, orang tua, *stakeholder*)?
- Apakah ada dokumen perencanaan komunikasi?
- Apakah ada kesesuaian isi pesan dengan karakteristik audiens?
- Apakah ada keterlibatan *stakeholder* dalam merancang pesan?

2. Pengorganisasian Pesan (Message Organizing)

Pengorganisasian pesan mengacu pada penyusunan struktur dan isi pesan agar mudah dipahami oleh target audiens. Pesan dikembangkan berdasarkan segmentasi khalayak yang telah ditentukan. Dalam praktiknya, ini mencakup klasifikasi informasi, penggunaan bahasa yang sesuai, serta penyesuaian konteks budaya dan sosial lokal. Di DP3AP2KB, pengorganisasian pesan penting agar

informasi mengenai program KLA dapat diterima baik oleh anak-anak, orang tua, maupun pemangku kepentingan lainnya.

Pengorganisasian pesan penting dilakukan secara sistematis agar mudah dipahami dan konsisten. Ini menyangkut struktur naratif pesan, penggunaan simbol, gaya bahasa, dan konsistensi pesan antarbagian organisasi.

Penerapannya pada penelitian ini meliputi:

- Apakah pesan-pesan yang disampaikan DP3AP2KB memiliki struktur yang jelas dan konsisten antar media atau antar program?
- Apakah semua unit kerja menyampaikan pesan yang seragam tentang Program Kota Layak Anak?
- Apakah ada struktur pesan yang logis (misalnya: masalah–tujuan–solusi)?
- Apakah ada konsistensi pesan antar departemen atau divisi?
- Apakah ada kesamaan pesan dalam media cetak, digital, dan lisan?

3. Pemilihan Saluran Komunikasi (Channel Selection)

Pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat sangat penting dalam teori Michael Kaye, karena efektivitas penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan. Dalam hal ini, organisasi harus mampu menyesuaikan saluran dengan karakteristik audiens, baik melalui media konvensional (seperti radio, surat kabar) maupun digital (seperti media sosial dan aplikasi pesan). Bagi

DP3AP2KB, pemanfaatan multiplatform komunikasi menjadi kunci untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dalam mendukung Kota Layak Anak.

Efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh saluran yang digunakan, apakah formal atau informal, cetak atau digital, tatap muka atau daring. Saluran harus dipilih sesuai dengan tujuan komunikasi, jenis audiens, dan urgensi pesan.

Penerapan dalam penelitian ini akan mencakup seputar:

- Bagaimana DP3AP2KB memilih saluran komunikasi untuk menjangkau masyarakat dan *stakeholder* eksternal?
- Apakah DP3AP2KB menggunakan media sosial, radio lokal, tatap muka, atau media cetak?
- Apakah terdapat variasi saluran komunikasi yang digunakan?
- Bagaimana efektivitas dan jangkauan saluran komunikasi yang digunakan?
- Apakah pemilihan saluran komunikasi berdasarkan jenis audiens yang ingin dijangkau?

4. Koordinasi (Coordination)

Kaye menekankan pentingnya harmonisasi antara komunikasi internal (dalam organisasi) dan komunikasi eksternal (dengan publik). Komunikasi internal memastikan bahwa seluruh elemen organisasi memiliki pemahaman yang seragam terhadap program dan strategi yang dijalankan. Komunikasi eksternal, di sisi lain,

membangun kepercayaan dan dukungan masyarakat. Dalam konteks DP3AP2KB, sinergi antara staf internal dan mitra eksternal sangat diperlukan agar implementasi Program KLA berjalan konsisten dan partisipatif.

Keterpaduan dua jalur komunikasi dan koordinasi antara komunikasi internal (dalam organisasi) dan eksternal (dengan publik) akan menentukan keberhasilan penyampaian pesan organisasi secara menyeluruh.

Dalam penelitian ini koordinasi tersebut akan melihat lebih jauh seputar:

- Apakah ada sinkronisasi antara komunikasi antarbagian internal DP3AP2KB dan pesan yang disampaikan kepada masyarakat?
- Apakah pesan internal dan eksternal memiliki kesatuan arah dan nilai?
- Apakah ada SOP komunikasi internal dan eksternal?
- Apakah ada keterlibatan lintas unit dalam komunikasi publik?
- Apakah ada keselarasan pesan antara internal dan eksternal?

5. Evaluasi Komunikasi (Communication Evaluation)

Evaluasi merupakan bagian penting dalam siklus manajemen komunikasi. Menurut Kaye, setiap proses komunikasi harus diukur keberhasilannya melalui indikator-indikator tertentu seperti jangkauan pesan, pemahaman audiens, perubahan perilaku, dan umpan balik publik. Evaluasi ini memungkinkan organisasi untuk merevisi strategi komunikasi yang kurang efektif. Dalam

penelitian ini, evaluasi terhadap kampanye atau sosialisasi KLA oleh DP3AP2KB menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana pesan telah memberikan dampak nyata.

Evaluasi dalam manajemen komunikasi bukan hanya melihat keberhasilan teknis komunikasi (misalnya pesan sampai), tetapi juga mengukur dampaknya terhadap perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku audiens. Evaluasi juga penting untuk perbaikan strategi komunikasi berikutnya.

Penerapan dalam penelitian ini adalah terkait:

- Apakah DP3AP2KB mengevaluasi efektivitas komunikasi mereka dalam mendorong keterlibatan masyarakat terhadap Program Kota Layak Anak?
- Bagaimana feedback dari masyarakat direspons?
- Apakah ada mekanisme umpan balik (survei, forum diskusi, dll)?
- Apakah ada proses analisis dan pelaporan hasil komunikasi?
- Apakah ada tindakan perbaikan komunikasi berdasarkan evaluasi?