

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 *Review Penelitian Sejenis*

Setiap penelitian yang akan dilaksanakan tentu memerlukan kajian penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan kajian pustaka sekaligus acuan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Dalam kajian penelitian terdahulu, peneliti mengacu pada lima jurnal yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

*Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis*

<b>Nama dan Judul Penelitian</b>	<b>Teori Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Selby Zahirah Zharfan dkk. (2024) – <i>Perencanaan Komunikasi Pemerintahan dalam Pengelolaan Konten Media Sosial untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Diskominfo Jabar</i>	Teori Komunikasi Pemerintahan & Media Sosial	Kualitatif deskriptif, studi kasus Diskominfo Jabar	Sama-sama membahas peran media/aplikasi digital pemerintah dalam komunikasi publik	Fokus pada media sosial (Instagram, Twitter), bukan aplikasi super app lokal
Muhammad Salman	Teori Inovasi	Studi literatur &	Sama-sama	Penelitian Anda lebih spesifik

<p>Jabbar Sangaji &amp; Jusuf Irianto (2025) – <i>Transformasi Inovasi Pelayanan Publik Menuju Pemerintahan Digital</i></p>	<p>Publik &amp; E-Government</p>	<p>analisis kebijakan</p>	<p>menyoroti digitalisasi layanan publik sebagai sarana komunikasi</p>	<p>pada satu aplikasi daerah (Garut Hebat), bukan transformasi nasional</p>
<p>Rozalia Wardana dkk. (2025) – <i>Good Governance di Era Digital: Pemerintah Kabupaten Sumedang Sebagai Model Transformasi Pelayanan Publik</i></p>	<p>Teori Good Governance &amp; Digital Governance</p>	<p>Studi kasus, wawancara mendalam</p>	<p>Sama-sama meneliti aplikasi digital pemerintahan daerah</p>	<p>Penelitian ini fokus pada Sumedang dan aspek tata kelola, bukan komunikasi publik</p>
<p>Ella Lesmanawaty Wargadinata &amp; Arief Syamsudin (2025) – <i>Faktor Pendorong, Penghambat, dan Rekomendasi Strategis Aplikasi Salaman</i></p>	<p>Teori Difusi Inovasi (Rogers)</p>	<p>Analisis kualitatif berbasis data digital</p>	<p>Sama-sama meneliti aplikasi pemerintahan berbasis digital</p>	<p>Penelitian ini lebih menekankan faktor penghambat/pendorong, bukan peran komunikasi publik</p>

<i>Berbasis Data dan Analisis Digital</i>				
Yohanis Imanuel Rahangmetan & Nida Nurul Fajri (2025) – <i>Inovasi Layanan Digital Melalui Website Portal Merauke.G o.Id: Studi Implementasi E-Government di Wilayah 3T</i>	Teori E-Government & Akses Informasi	Studi implementasi, observasi lapangan	Sama-sama membahas media digital pemerintah sebagai sarana komunikasi	Fokus pada website portal, bukan aplikasi super app berbasis mobile

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian sejenis pada table diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran umum tentang bagaimana pemerintah daerah maupun pusat beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Namun, penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena secara spesifik menyoroti penggunaan Garut Hebat Super App sebagai media komunikasi publik di Kabupaten Garut.

Penelitian yang dilakukan oleh Selby Zaharah Zharfan dkk. (2024) menekankan pada perencanaan komunikasi pemerintahan dalam pengelolaan konten media sosial Diskominfo Jawa Barat. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus terhadap peran media digital pemerintah dalam komunikasi publik. Namun, perbedaannya cukup jelas, yaitu penelitian tersebut terbatas pada media sosial seperti Instagram dan Twitter, sedangkan penelitian ini menyoroti super app yang lebih kompleks, terintegrasi, dan memiliki fungsi pelayanan publik yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik digital tidak hanya terbatas pada media sosial, tetapi juga dapat dilakukan melalui aplikasi terpadu yang lebih strategis.

Sementara itu, penelitian oleh Muhammad Salman Jabbar Sangaji dan Jusuf Irianto (2025) membahas transformasi inovasi pelayanan publik menuju pemerintahan digital. Sama halnya dengan penelitian ini, keduanya menyoroti digitalisasi layanan publik sebagai sarana komunikasi. Akan tetapi, penelitian mereka bersifat nasional dan berbasis kebijakan, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada aplikasi daerah, yaitu Garut Hebat Super App. Dengan demikian, penelitian ini memperdalam kajian digitalisasi pada level lokal, sehingga dapat memberikan gambaran lebih konkret mengenai implementasi kebijakan digital di daerah.

Penelitian Rozalia Wardana dkk. (2025) mengenai good governance di era digital dengan studi kasus Kabupaten Sumedang juga memiliki relevansi. Persamaannya adalah sama-sama meneliti aplikasi digital pemerintah daerah, tetapi perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Rozalia lebih menekankan pada aspek

tata kelola pemerintahan, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada strategi komunikasi publik. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat sisi komunikasi publik yang belum banyak dibahas dalam konteks aplikasi digital daerah.

Selain itu, penelitian Ella Lesmanawaty Wargadinata dan Arief Syamsudin (2025) tentang aplikasi Salaman menggunakan teori difusi inovasi Rogers. Sama-sama meneliti aplikasi pemerintah berbasis digital, tetapi penelitian tersebut lebih menekankan faktor pendorong dan penghambat adopsi teknologi, bukan peran komunikasi publik. Hal ini memberikan wawasan tambahan bagi penelitian ini, khususnya dalam memahami hambatan adopsi aplikasi Garut Hebat Super App. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengintegrasikan perspektif komunikasi publik dengan faktor adopsi teknologi, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

Terakhir, penelitian Yohanis Imanuel Rahangmetan dan Nida Nurul Fajri (2025) mengenai inovasi layanan digital melalui portal Merauke.go.id di wilayah 3T menunjukkan persamaan dalam membahas media digital pemerintah sebagai sarana komunikasi. Namun, fokus mereka adalah pada portal website, bukan aplikasi super app berbasis mobile. Perbedaan ini menegaskan keunikan penelitian ini yang menyoroti keunggulan super app sebagai media komunikasi publik yang lebih interaktif, konvergen, dan fleksibel.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan kontribusi penting dalam memahami digitalisasi komunikasi publik. Namun, sebagian besar penelitian masih terbatas pada media

sosial, portal website, atau aspek tata kelola pemerintahan. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menekankan strategi komunikasi publik melalui Garut Hebat Super App yang terintegrasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis dalam pengembangan ilmu komunikasi, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dalam mengoptimalkan komunikasi publik berbasis digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus yang lebih spesifik, yaitu analisis strategi komunikasi publik melalui Garut Hebat Super App dengan **Teori New Media** sebagai *super app* lokal yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Garut. Berbeda dengan penelitian sebelumnya karena belum ada yang menggunakan Teori New Media. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan perspektif baru mengenai bagaimana *super app* dapat berfungsi sebagai media komunikasi publik yang interaktif, konvergen, dan fleksibel.

### 2.1.2 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual menurut (Avia, 2020) merupakan keterkaitan antara suatu konsep kepada konsep lainnya dari masalah yang akan diteliti. Kerangka konsep ini berguna untuk menjelaskan dan menghubungkan secara Panjang lebar mengenai topik yang akan dibahas.

Kerangka ini didapat dari suatu teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan dari tinjauan pustaka. Oleh karena itu untuk menjelaskan bagaiman strategi Garut Hebat Super App dalam Komunikasi Publik di Kabupaten Garut, maka peneliti akan menggunakan teori sebagai berikut :

## **2.1.3 Komunikasi**

### **2.1.3.1 Definisi Komunikasi**

Banyak ahli yang telah memberikan formulasi pengertian komunikasi. Keragaman pengertian komunikasi dari para ahli memberikan gambaran bahwa komunikasi itu menarik. Secara umum komunikasi dikatakan sebagai proses ketika seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain.

Secara konseptual pengertian komunikasi dikemukakan oleh Rogers dan Kincaid (dalam Cangara,2004:19), komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Selain itu, menurut Bernard Berelson dan Gary A (dalam Mulyana, 2011:68), komunikasi sebagai proses transmisi gagasan, informasi, emosi, dan lainnya melalui simbol, kata, gambar, grafik, dan lainnya. Proses transmisi tersebut yang dinamakan komunikasi.

Sedangkan menurut DeVito (2011:23) komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirimkan dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Pendapat lain dikemukakan Ruben dan Stewart yang melihat komunikasi dalam konteks aktivitas manusia. Mereka mengatakan “komunikasi manusia adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan

masyarakat membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain dan dengan lingkungan” (Ruben dan Stewart: 2014:19)

Dari beberapa pendapat tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan sebuah proses, yaitu rangkaian peristiwa ketika dua orang atau lebih saling bertukar informasi, dalam konteks hubungan antarpribadi, kelompok, organisasi, dan masyarakat sehingga mengarah pada saling pengertian diantara mereka, meski kadang terjadi distorsi, namun terbuka peluang adanya umpan balik.

Oleh karena itu berdasarkan pengertian komunikasi yang dikemukakan para ahli tersebut dapat diidentifikasi beberapa unsur komunikasi, yaitu:

1. Satu orang atau seseorang mengirimkan pesan, biasanya disebut komunikator.
2. Seseorang, kelompok, publik atau massa, biasanya disebut komunikan
3. Pesan yang dipertukarkan
4. Efek atau pengaruh
5. Umpan balik
6. Gangguan (Noise)

Dalam proses komunikasi, unsur gangguan, dianggap sebagai unsur yang disfungsi. Artinya, unsur tersebut memberikan konsekuensi-konsekuensi yang tidak relevan dengan keseluruhan unsur yang ada dalam suatu sistem tindak komunikasi. Jadi ketika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem maka unsur-unsurnya merupakan satu kesatuan yang memberi konsekuensi-konsekuensi yang relevan dalam mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu, perlu diantisipasi

munculnya gangguan oleh pelaku komunikasi agar tindak komunikasi yang dilakukan bisa berhasil.

Ada juga yang mengemukakan unsur-unsur komunikasi seperti unsur-unsur tersebut tanpa unsur gangguan tapi ada unsur yang lain yaitu media dan lingkungan. Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima atau sebaliknya. Sedangkan lingkungan atau situasi menunjukkan faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi, yang mencakup lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu (Cangara, 2004:23-24).

### **2.1.3.2 Fungsi Komunikasi**

Suatu tindak komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk memenuhi fungsi tertentu. Menurut Effendy (2008:81) fungsi komunikasi meliputi:

- a. Menginformasikan (to inform)
- b. Mendidik (to educate)
- c. Menghibur (to entertain)
- d. Mempengaruhi (to influence)

Fungsi menginformasikan menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan dalam rangka memberi informasi mengenai sesuatu hal kepada khalayak. Ini merupakan fungsi elementer atau mendasar dari suatu tindak komunikasi. Pesan-pesan komunikasi diarahkan untuk menginformasikan atau memberitahukan sesuatu kepada komunikan.

Fungsi mendidik dari suatu tindak komunikasi merupakan penanaman nilai-nilai atau norma sosial yang perlu diketahui oleh khalayak. Melalui fungsi ini khalayak bisa belajar mengenai sesuatu dari dalam lingkungannya sehingga mereka mempunyai dasar untuk berperilaku.

Sedangkan fungsi menghibur manakala pesan-pesan komunikasi diarahkan untuk memberi hiburan bagi khalayak. Pesan-pesan yang diarahkan untuk menghibur biasanya dikemas sedemikian rupa sehingga bisa menimbulkan perasaan tertentu pada diri khalayak, seperti rasa senang, rasa suka dan rasa terhibur.

Fungsi mempengaruhi maksudnya komunikasi bisa mempengaruhi pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku manusia. Dengan fungsi mempengaruhi ini, pesan-pesan komunikasi bisa mempengaruhi komunikan atau khalayak menjadi tahu atau paham (efek kognitif) mengenai suatu isu atau persoalan tertentu.

Selain itu, pesan-pesan komunikasi juga bisa mempengaruhi sikap seseorang, yang mencakup suka-tidak suka, setuju-tidak setuju, dan perasaan-perasaan lain mengenai pokok persoalan yang disajikan dalam komunikasi. Terakhir, pesan-pesan komunikasi bisa mempengaruhi perilaku komunikan, sehingga memunculkan tindakan-tindakan sesuai yang disarankan komunikator.

### **2.1.3.3 Tujuan Komunikasi**

Setiap tindakan yang disengaja cenderung mempunyai tujuan tertentu. Begitu juga dengan komunikasi, sebagai suatu tindakan yang disengaja mempunyai tujuan tertentu, (Effendy, 2008:45) yaitu:

- a. Mengubah sikap (to change the attitude)
- b. Mengubah opini / pendapat / pandangan (to change the opinion)
- c. Mengubah perilaku (to change the behavior)
- d. Mengubah masyarakat (to change the society)

Komunikasi dikatakan mempunyai tujuan mengubah sikap, pendapat, perilaku atau masyarakat ketika pesan yang disampaikan diorientasikan untuk hal tersebut. Tujuan komunikasi tersebut bisa dicapai manakala tindakan komunikasi yang dilakukan komunikator melalui pesan-pesan yang disampaikannya dengan formulasi pesan yang sesuai kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikan atau khalayak.

### **2.1.4 Komunikasi Publik**

#### **2.1.4.1 Definisi Komunikasi Publik**

Komunikasi publik sering pula disebut sebagai komunikasi dengan banyak orang. Prosesnya bisa secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung maksudnya seorang komunikator komunikasi publik berbicara tanpa perantara atau media kepada khalayak yang besar. Sedangkan secara tidak langsung menunjukkan komunikator menggunakan media sebagai sarana penyampaian pesan untuk menjangkau khalayaknya.

Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar (Cangara, 2014:34).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi publik merupakan komunikasi yang terjadi antara seorang komunikator dengan sejumlah khalayak. Biasanya jumlah khalayak cukup besar, sehingga dikatakan publik. Dalam prosesnya, komunikasi publik bisa secara langsung atau tidak langsung (bermedia). Dengan demikian situasi tatap muka dalam komunikasi publik, dengan kemajuan teknologi saat ini, bisa melalui media.

Pendapat lain dikemukakan oleh Ruben dan Stewart (2014:389) yang menyatakan: “Berbeda dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lebih pribadi dan perseorangan, komunikasi publik dan komunikasi massa merujuk pada situasi dimana pesan yang dibuat,disebarkan ke sejumlah penerima yang relatif besar dan dalam keadaan yang relatif impersonal”.

Pandangan Ruben dan Stewart tersebut menempatkan komunikasi publik sebangun dengan komunikasi massa, yaitu pada tataran pesan yang dikonstruksi atau dikemas ditujukan bukan kepada pribadi-pribadi tertentu tapi untuk banyak orang. Sehingga pesan disebarkan untuk khalayak yang besar dan tersebar serta bersifat impersonal.

Meski demikian ada ciri yang berbeda komunikasi publik dengan komunikasi massa, dimana komunikasi publik dicirikan berbicara di depan publik

atau debat publik tidak selalu menggunakan media massa, sedangkan komunikasi massa pasti melibatkan media massa dalam prosesnya.

Lebih lanjut Ruben dan Stewart (2014:390) mengatakan bahwa situasi komunikasi publik dicirikan sebagai berikut:

1. Khalayak; umumnya sejumlah besar orang terlibat dalam suatu peristiwa komunikasi
2. Impersonal; sumber seringkali tidak mengetahui keseluruhan peserta secara pribadi
3. Direncanakan, dapat diprediksi, dan resmi; proses komunikasinya direncanakan, dapat diprediksi, dan/atau diformalkan.
4. Kontrol oleh sumber; sumber komunikasi memiliki kontrol tak terbatas terhadap penentuan pesan apa yang dibuat dan disebarluaskan.
5. Interaktivitas yang terbatas (feedback terbatas); anggota khalayak memiliki sarana yang terbatas untuk bisa memberi reaksi terhadap sumber pesan atau terhadap pesan yang diterimanya.
6. Sentralitas sumber; sumber memiliki kemudahan dan akses langsung kepada seluruh penerima pesan.

Sedangkan menurut Cangara (2014:34) ciri-ciri komunikasi publik sehingga berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya adalah:

1. Penyampaian pesan berlangsung secara kontinu
2. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya

3. Interaksi antara sumber dengan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas.
4. Pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontanitas, tapi terencana dan dipersiapkan lebih awal.

## **2.1.5 Komunikasi Pemerintah**

### **2.1.5.1 Definisi Komunikasi Pemerintah**

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan baik secara verbal ataupun non verbal dari individu yang satu kepada individu lainnya guna mencapai suatu tujuan. Pemerintah adalah kumpulan organ, badan atau organisasi, perangkat negara atau aparatur negara yang melaksanakan berbagai kegiatan atau kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan negara (Haryanto, 1997).

Komunikasi pemerintah yakni proses penyampaian sebuah ide, strategi dan gagasan pemerintah pada kelompok masyarakat dengan maksud agar suatu tujuan negara dapat tercapai (Hasan, 2005). Maksud dari komunikasi pemerintah dalam konteks ini yakni dikategorikan sebagai komunikatornya, dan yang menjadi komunikan adalah masyarakat.

Namun, hal tersebut bisa berbalik, masyarakat dapat menjadi komunikator ketika menyampaikan gagasan pada pemerintah dan di sini pemerintah berperan sebagai komunikan untuk menganalisis apa yang diharapkan oleh masyarakat tersebut.

Dalam hal itu, pemerintah tentunya harus memenuhi keinginan masyarakat dengan mempertimbangkan sesuai ketentuan yang ditetapkan. Komunikator

sangatlah penting dalam berkomunikasi, sehingga komunikator pemerintah juga akan menentukan efektivitas dalam melangsungkan komunikasi. Selain itu, komunikasi pemerintah juga harus bisa menyesuaikan terhadap perubahan pemerintahan yang semula government kini menjadi governance. Oleh karenanya, akan terjadi komunikasi serta persuasi dengan menyediakan berbagai informasi pada masyarakat luas agar dapat mengawal jalannya pemerintahan.

Di sisi lain, fungsi komunikasi pemerintah adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat luas.
- b. Menjelaskan dan mendukung keputusan yang diambil.
- c. Mempertahankan nilai-nilai dan mempromosikan perilaku yang bertanggung jawab;
- d. Mendukung dialog antara lembaga dan warga (Hasan, 2010).

Di samping itu, berbagai kendala dihadapi oleh pemerintah. Simon, Smithburg, dan Thomson dari Buku Pegangan Komunikasi Administratif telah menulis hambatan untuk komunikasi pemerintah:

- a. Kendala bahasa. Komunikasi dapat terganggu jika penerima pesan menggunakan kata-kata yang tidak tepat dan tidak dapat dipahami.
- b. Kerangka acuan. Setiap orang memiliki kerangka acuan yang berbeda dan hal ini dapat memengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan.
- c. Kesenjangan Status. Ini berkaitan dengan hambatan dalam model komunikasi organisasi yang diadopsi oleh organisasi pemerintah.

- d. Letak geografis. Letak geografis yang memiliki jarak cukup jauh antara pemerintah dan warga dapat menghambat komunikasi pemerintah.
- e. Perlindungan diri terhadap pemrakarsa. Mengacu pada kesediaan penerima pesan untuk menerima pesan.
- f. Tekanan kerja lainnya. Tekanan kerja yang dialami dapat menyebabkan kehilangan prioritas dalam mengirim dan menerima pesan.
- g. Pembatasan yang disengaja pada proses komunikasi. Mengacu pada sensor pemerintah atas pengiriman dan penerimaan pesan.

## **2.1.6 Media Sosial**

### **2.1.6.1 Definisi Media Sosial**

Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada usergenerated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam

bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing.

Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar website dapat diakses dari manapun). GeoCities merupakan tonggak awal berdirinya websitewebsite.

Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu Sixdegree.com dan Classmates.com. Tak hanya itu, di tahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun.

Pada tahun 2002 Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan

masingmasing, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wiser, Google+ dan lain sebagainya. Sosial media juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti social media maintenance, social media endorsement dan social media activation

Ada beberapa karakteristik dari media sosial yakni:

1. Jaringan (network), adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
2. Informasi (informations), menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan
3. Arsip (archive), bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
4. Interaksi (interactivity), media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
5. Simulasi sosial (simulation of society), media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

6. Konten oleh pengguna (user-generated content). Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

### **2.1.7 Aplikasi Garut Hebat**

#### **2.1.7.1 Definisi Aplikasi Garut Hebat**

Aplikasi Garut Hebat adalah *super app* terintegrasi dari Pemerintah Kabupaten Garut untuk memudahkan layanan publik digital, memungkinkan warga melaporkan masalah (pengaduan), mengakses layanan kependudukan (e-KTP, KK), melihat CCTV jalan, informasi lowongan kerja, nomor darurat, hingga berita lokal, yang semuanya bertujuan mewujudkan Garut Hebat melalui sistem pemerintahan berbasis digital dan partisipasi warga.

#### **2.1.7.2 Fitur Utama Aplikasi Garut Hebat**

1. Pengaduan Publik : Melaporkan masalah langsung ke dinas terkait, seperti jalan rusak atau bantuan sosial, untuk mempercepat penanganan.
2. Layanan Kependudukan (e-Adminduk) : Pengajuan dan pembaruan dokumen seperti KTP, KK, dan Akta Kelahiran dari rumah.
3. CCTV Garut: Memantau kondisi lalu lintas dan situasi di berbagai lokasi strategis secara real-time.

4. Lowongan Kerja (Loker): Informasi lowongan pekerjaan dari perusahaan di Garut, menghilangkan kebutuhan akan job fair fisik.
5. Nomor Darurat: Akses cepat ke nomor penting dan darurat di Garut.
6. Garut Magazine: Informasi seputar berita dan kegiatan di Kabupaten Garut.

#### **2.1.7.3 Tujuan dan Manfaat Aplikasi Garut Hebat**

- a. Meningkatkan transparansi dan efisiensi pelayanan publik.
- b. Membangun pemerintahan berbasis digital yang responsif.
- c. Memudahkan warga mengakses layanan tanpa harus datang ke kantor pemerintah.
- d. Mendukung visi "Garut Hebat" melalui digitalisasi dan partisipasi warga.

#### **2.1.7.4 Cara Mendapatkan Aplikasi Garut Hebat App**

Ketersediaan aplikasi Garut Hebat Super App saat ini masih terbatas pada perangkat berbasis sistem operasi Android. Hal ini berarti masyarakat yang menggunakan perangkat iOS belum dapat mengakses layanan digital yang ditawarkan pemerintah daerah melalui aplikasi tersebut. Kondisi ini menjadi salah satu tantangan dalam mewujudkan komunikasi publik yang inklusif, karena keterbatasan platform dapat menimbulkan kesenjangan akses di kalangan masyarakat pengguna teknologi yang beragam.

Untuk memperoleh aplikasi Garut Hebat Super App, masyarakat dapat mengunduhnya secara resmi melalui Google Play Store dengan nama Garut Hebat Super App Garut yang dikembangkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Garut. Proses instalasi dilakukan dengan cara membuka Play Store,

mengetik kata kunci “Garut Hebat” pada kolom pencarian, kemudian memilih aplikasi resmi yang ditandai dengan identitas Diskominfo Kabupaten Garut. Setelah itu, pengguna cukup menekan tombol install dan menunggu hingga aplikasi terpasang di perangkat.

Keterbatasan ketersediaan aplikasi pada sistem operasi Android menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik melalui Garut Hebat Super App masih menghadapi tantangan dalam hal aksesibilitas teknologi. Pemerintah daerah perlu mempertimbangkan pengembangan versi iOS agar layanan dapat menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat. Dengan demikian, aplikasi ini tidak hanya menjadi sarana pelayanan administratif, tetapi juga benar-benar berfungsi sebagai media komunikasi publik yang inklusif, partisipatif, dan dapat diakses oleh seluruh warga Kabupaten Garut tanpa terkecuali.

## **2.2 Kerangka Teoritis**

### **2.2.1 Teori Media Baru (New Media)**

Menurut McQuail (2011:148) media baru merupakan sebuah perangkat teknologi komunikasi yang ketersediaannya luas dengan digitalisasi untuk digunakan secara pribadi sebagai alat komunikasi.

Ciri yang paling utama dari media baru adalah kesaling terhubungan aksesnya dengan khalayak individu sebagai penerima ataupun pengirim pesan, kemampuan pengguna media, dan kegunaannya yang beragam dengan karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada “dimana-mana”.

Perkembangan media saat ini didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Aplikasi termasuk salah satu media baru yang merupakan suatu program komputer yang dibuat khusus untuk kepentingan tertentu.

Media baru yang juga kini banyak digunakan adalah aplikasi mobile, aplikasi biasanya digunakan dalam gadget seperti tablet, maupun smartphone. Menurut survei, sebanyak 60% sudah menguasai mobile platform seperti smartphone dan tablet dari total media digital.

Survei lainnya yang berhasil dirangkum sebanyak 48% responden menyebutkan bahwa yang pertama kali dilakukan pengguna saat membuka smartphone untuk melihat laman pencarian, dan sebanyak 95% orang dewasa menggunakan smartphone mereka untuk melihat konten menarik.

Fenomena ini sejalan dengan teori New Media McQuail, di mana media digital memiliki karakter interaktif, fleksibel, dan dapat menghubungkan lembaga dengan audiens tanpa batas ruang dan waktu. Aplikasi memungkinkan pemerintahan Kabupaten Garut menghadirkan informasi public secara lebih dekat dan cepat kepada masyarakat.

New media adalah sebuah revolusi dalam dunia ilmu komunikasi dan mengubah “balance in power” dan media kepada masyarakat, masyarakat juga mempunyai pilihan untuk memutuskan apa yang akan dipilih menggunakan media yang sudah ada secara aktif. Jika komunikasi massa lama itu terjadi secara satu arah komunikasi massa baru itu berlangsung dengan dua arah. New media mempunyai dua aspek yaitu Digitalisasi dan konvergensi. Digitalisasi adalah

tahap dimana semua teks bisa dikurangi menjadi kode biner dan bisa merasakan produksi, distribusi, dan penyimpanan yang sama. Sedangkan konvergensi adalah gabungan antar tulisan, suara ataupun gambar dari semua media tradisional dengan memakai sarana digital jika dibandingkan dengan media tradisional yang sarana analog (McQuaill, 2011) (Juliyanto & Rusdi, n.d.-b)

"New Media" merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada berbagai bentuk media digital yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Istilah ini sering digunakan untuk membedakan media-media baru ini dari media tradisional seperti surat kabar, televisi, dan radio.

New media termasuk internet, media sosial, situs web, blog, podcast, aplikasi seluler, dan platform-platform digital lainnya. Dalam konteks teori komunikasi, Denis McQuail, seorang ahli teori komunikasi terkenal, telah menghadirkan pemahaman tentang new media dalam karyanya. McQuail menyajikan sejumlah konsep dan teori dalam bukunya yang terkenal, "McQuail's Mass Communication Theory".

Namun, perannya dalam merumuskan "teori new media" sendiri mungkin terbatas karena fokus utamanya adalah pada studi-studi komunikasi massa yang lebih tradisional.

Namun demikian, dalam konteks studi media, teori-teori McQuail dapat diterapkan atau disesuaikan dengan new media untuk memahami bagaimana teknologi digital ini memengaruhi proses komunikasi dan pengaruhnya terhadap

masyarakat. Beberapa konsep dalam teori komunikasi massa McQuail yang dapat diterapkan pada new media antara lain (Dennis McQuail, 2012):

1. Teori Efek Media: Bagaimana media, termasuk new media, dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku masyarakat.
2. Teori Penerima Aktif: Menggarisbawahi peran aktif penerima dalam memilih, menafsirkan, dan merespons pesan media, termasuk dalam konteks new media di mana pengguna memiliki lebih banyak kendali atas konten yang mereka konsumsi.
3. Teori Agenda Setting: Menyelidiki bagaimana media, termasuk new media, dapat mempengaruhi topik-topik yang dianggap penting oleh masyarakat dengan cara memberikan sorotan yang intensif pada topik tertentu.
4. Teori Konstruksi Realitas Sosial: Menggambarkan bagaimana media, termasuk new media, berperan dalam membentuk pemahaman kita tentang realitas sosial dan membentuk identitas dan persepsi sosial. Meskipun McQuail mungkin tidak secara khusus merumuskan teori komunikasi baru yang sepenuhnya berfokus pada new media, prinsip-prinsip dasar dalam karyakaryanya dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami bagaimana new media memengaruhi komunikasi dan masyarakat.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Teori new media adalah pandangan tentang bagaimana teknologi digital, seperti internet, aplikasi, dan media interaktif, berbeda dari media lama (seperti TV atau koran).

Menurut McQuail (2011), Van Dijk (2006), dan Nasrullah (2015), media baru memiliki beberapa dimensi utama yang dapat dijadikan alat analisis:

1. Interaktivitas : Media baru memungkinkan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.
2. Konvergensi Media : Integrasi berbagai layanan dalam satu platform (super app).
3. Fleksibilitas & Mobilitas : Akses kapan saja, di mana saja, melalui perangkat mobile.

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini, teori *New Media* digunakan sebagai landasan untuk menganalisis strategi **Garut Hebat Super App** dalam komunikasi publik di Kabupaten Garut.

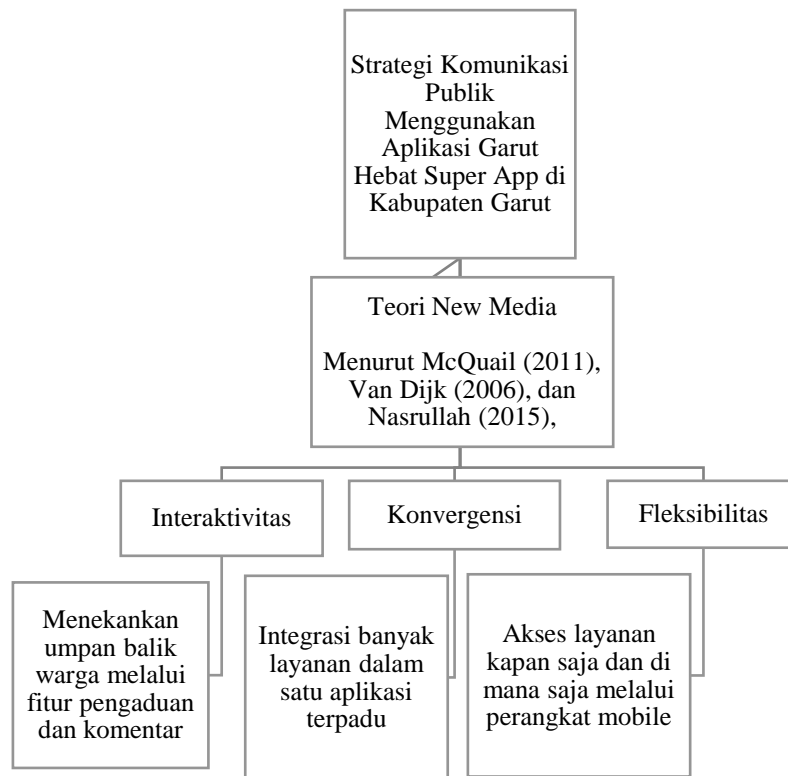
Teori media baru menekankan beberapa dimensi penting yang menjadi ciri khas komunikasi digital, yaitu interaktivitas, konvergensi, serta fleksibilitas.

Dimensi interaktivitas menjelaskan bagaimana media baru memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga dapat memberikan umpan balik melalui fitur pengaduan atau layanan interaktif yang tersedia dalam aplikasi.

Konvergensi media terlihat dari integrasi berbagai layanan publik dalam satu platform terpadu, dimana GarutHebat Super App menghadirkan layanan kependudukan, pengaduan, lowongan kerja, hingga berita lokal dalam satu aplikasi.

Sementara itu, fleksibilitas dan mobilitas menjadi dimensi penting karena aplikasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile, sehingga mendukung inklusivitas layanan publik.

Dengan menggunakan dimensi-dimensi teori media baru ini, penelitian dapat merumuskan pertanyaan yang lebih tajam, seperti bagaimana masyarakat memaknai interaksi digital melalui aplikasi, sejauh mana aplikasi meningkatkan transparansi dan partisipasi publik, serta faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan teknologi digital untuk komunikasi pemerintahan.



*Tabel 2.3 Turunan Dimensi Teori New Media*