

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

1.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Referensi Penelitian Sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Judul Penelitian : POLA KOMUNIKASI PETUGAS LAPAS DALAM PEMBINAAN NARAPIDANA DILEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS II B KUALA SIMPANG ACEH TAMANG Nama Peneliti : Siti Sarah Lembaga : Universitas Islam Sumatera Utara Medan Tahun Penelitian : 2021	Dalam penelitian ini mengangkat tentang komunikasi petugas dalam pembinaan narapidana	Fokus membahas Pola Komunikasi dan Objek Penelitiannya berbeda yaitu Pembinaan Narapidana di Lembaga Pemasyarakatan
2.	Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI PEMBINAAN NARAPIDANA RESIDIVIS Nama Peneliti : Ilma Arsyi Yustia Lembaga : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tahun Penelitian : 2022	Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan metode wawancara, studi pustaka, dan observasi sebagai teknik utama dalam upaya pengumpulan data.	Perbedaan penelitian ini Fokus pada Narapidana Residivis

3.	Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI PETUGAS LAPAS DALAM PEMBINAAN PERUBAHAN PERILAKU NARAPIDANA KASUS ASUSILA DI LEMBAGA PEMASYARAKATA N KELAS II A SERANG Nama Peneliti : Faidah Rosidah Lembaga : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tahun Penelitian : 2019	Sama menggunakan teori penetrasi sosial	Perubahan perilaku narapidana kasus asusila menjadi goals pembinaan
4.	Judul Penelitian : SELF DISCLOSURE DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL: KESETIAN, CINTA, DAN KASIH SAYANG Nama Peneliti : Dila Septiani, Putri Nabila Azzahra, Sari Nurul Wulandari, Ardian Renata Manuardi. Lembaga : IKIP Siliwangi Tahun Penelitian : 2019	Pembahasan teori interpersonal yang saling berkaitan satu sama lain antara komunikan dan komunikator	Dalam jurnal ini lebih terfokus membahas tentang Komunikasi Interpersonal

5.	Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City Nama Peneliti : Dinda Sekar Puspitarini , Reni Nuraeni Lembaga : Universitas Telkom Tahun Penelitian : 2019	Menggunakan Strategi komunikasi untuk pondasi pembahasan penelitian	Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian yang saya bahas adalah tempat penelitiannya dan jenis permasalahannya.
----	--	--	---

Sumber: Olah data penulis, 2023.

1.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang artinya tentara dan kata "*agein*" yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni "Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya".

Stephen Robins mengatakan bahwa strategi sebagai penentu dari adanya sebuah tujuan jangka panjang sebuah organisasi dan memutuskan arah dari sebuah

tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk tercapainya sebuah tujuan. Adapun seorang pakar dari perencanaan komunikasi, Middleton merincikan definisi dari strategi komunikasi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan sampai kepada pengaruh (efek) yang di rancang dalam mencapai sebuah tujuan komunikasi yang optimal Tujuan komunikasi yang telah ditentukan oleh program, biasanya masih terlalu besar untuk dapat dituangkan ke dalam media. Suatu program dapat memiliki beberapa tujuan komunikasi sedangkan suatu tujuan komunikasi belum tentu dapat dituangkan ke dalam satu media saja. Sering kali, untuk mencapai tujuan komunikasi diperlukan beberapa media yang saling melengkapi dan saling menguatkan. Karenanya program harus memikirkan strategi komunikasi yang akan digunakan dalam mencapai tujuan komunikasi.

Demikian pula dengan pengertian strategi komunikasi menurut Onong Uchana dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan Praktek adalah: “Strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (Approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.

Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu panduan perencanaan komunikasi yang diterapkan oleh lembaga dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya

dengan pendekatan-pendekatan tergantung situasi dan kondisi. Efektivitas strategi komunikasi juga dipengaruhi oleh kompoen-komponen dalam proses komunikasi seperti rumus Laswell yaitu:

1. Komunikator, merupakan proses komunikasi ada komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan dalam segala situasi dan kondisi baik itu perorangan atau perwakilan lembaga, organisasi maupun instansi.
2. Pesan adalah pesan yang beru suatu ide informasi, opini, pesan dan sikap, yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan dapat bersifat verbal dan nonverbal.
3. Media, media merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
4. Komunikan, komunikan adalah individu atau kelompok tertentu yang merupakan sarana pengirim seseorang yang dalam proses komunikasi ini sebagai penerima pesan. Dalam hal ini komunikator harus cukup mengenal komunikan yang dihadapinya sehingga nantinya diharapkan mendapat hasil yang maksimal.
5. Efek. Efek merupakan hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju.

b. Tahapan Strategi Komunikasi

Secara umum strategi komunikasi dapat dilakukan dalam 8 tahapan atau langkah, adapun diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Analisa Program/Masalah Dalam tahapan ini isu dan masalah yang di pecahkan, dan dipelajari dengan seksama. Analisa situasi media yang berkembang tidak

dapat berlaku pada semua tempat, orang dan waktu. Biasanya memiliki wilayah tertentu sebagai tempat berfokus dalam memecahkan masalah. Analisa situasi ini sangat diperlukan untuk mengumpulkan data mengenai wilayah program yang berhubungan dengan kegiatan komunikasi.

2. Analisa Khalayak Untuk memecahkan suatu masalah tertentu pada wilayah tertentu juga harus melihat karakteristik kelompok sasaran. Maka komunikasi yang dilakukan dengan tujuan mempersempit atau bahkan meniadakan kesenjangan informasi, sikap, pengetahuan, atau pun perilaku. Untuk data mengenai kondisi awal kelompok sasaran dalam hal kesenjangan informasi, sikap, pengetahuan dan perilaku adalah hal yang penting dalam menentukan tujuan komunikasi. Tanpa ada data tersebut, maka tidak tahu nantinya perubahan program yang terjadi.
3. Tujuan Komunikasi Permasalahan mendasar yang terjadi pada kelompok sasaran, biasanya adalah kepedulian utama dari pada program. Dikarnakan kegiatan komunikasi tersebut berada di dalam suatu program yang diarahkan mencapai suatu perubahan dari awal. Tujuannya demi efisiensi dan efektivitas, dan program tersebut harus memiliki tujuan komunikasi yang dapat dicapai hasilnya kemudian diamati dan diukur. Kemudian akan menjadi modal awal dalam kegiatan pembangunan media.
4. Strategi Komunikasi Tujuan komunikasi dalam suatu program belum tentu dapat dituangkan kedalam suatu media saja, namun untuk mencapai suatu tujuan komunikasi maka sangat diperlukan beberapa media yang harus saling

melengkapi dan saling menguatkan. Maka program harus memiliki strategi yang dapat digunakan dalam mencapai tujuan komunikasi.

5. Perencanaan Kegiatan Pengembangan Media Menyelesaikan pekerjaan maka program memiliki kepentingan atas terpenuhinya jadwal selesainya. Karna prgram memiliki target waktu. Maka dengan adanya strategi komunikasi pelaksanaan program tersebut akan dengan cepat dilakukan dengann perencanaan kegiatan. Apabila media komuniaksi pada saat bersamaan bisa yakin bahwa kegiatan dan perkembangan media cepat selesai pada saat yang sudah dijadwalkan.
6. Produksi dan Uji coba Media Dalam tahapan ini semua hasil kegiatan yang ada pada tahapan sebelumnya membutuhkan media. Produksi dan uji coba media adalah tahapan suatu media yang dikembangkan mulai dari pengembangan pesan utama, naskah, visualisasi, penataan letak, uji coba penggandaan dan pencetakan didalamnya. Karnaya program sangat perlu pengembangan penggunaan media untuk melancarkan berjalannya strategi komunikasi dengan menggunakan media itu sendiri.
7. Monitoring dan Sistem Pengelolaan Informasi Program akan mengalami kesulitan dalam melakukan penyusaiaan dalam, waktu singkat prorgtam diharuskan untuk dapat mengembangkan makanisme pengelolaan informasi dan maknisme pematauan dengan tujuan agar penyimpangan yang terjadi dipalangan diketahui secepat mungkin agar dapat dilakukan pengambilan keputusan yang sesuai.

8. Evaluasi dan Analisa Masalah ini adalah kegiatan mengukur secara sistematis yang dilakukan program untuk menilai sampai mana keberhasilan program dalam mencapai tujuan. Evaluasi mencakup terhadap kegiatan komunikasi. Biasanya pertanyaan evaluasi yang diarahkan untuk mengetahui kelompok sasaran atau khalayak telah terjangkau program pada tahap ini kegiatan evaluasi merupakan kegiatan yang paling mencakup dari bagian Analisa Program untuk program selanjutnya.

2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Terdapat empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut

1. *To secure understanding*
2. *To establish acceptance*
3. *To motivate action*
4. *To Goals Which Communicator Sought To Achieve*

Pertama adalah *to secure understanding* yaitu memastikan bahwa terjadi suatu pengertian pada komunikan. Kedua *To establish acceptance* ialah bagaimana penerimaan tersebut dibina dengan baik. Ketiga *To motivate action* yaitu memotivasi secara terus menerus, dan keempat *To Goals Which Communicator Sought To Achieve* ialah bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Menurut Anwar Arifin Thaib dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Konsep, Strategi, dan Aplikasi” (2020:61), mengemukakan beberapa langkah dalam penyusunan strategi komunikasi. Berikut adalah langkah-langkahnya:

1. Analisis situasi: Lakukan analisis situasi untuk memahami konteks dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan Anda.
2. Tujuan dan sasaran: Tentukan tujuan dan sasaran dari program komunikasi Anda. Pastikan tujuan dan sasaran yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan organisasi atau perusahaan.
3. Identifikasi target audiens: Identifikasi target audiens yang akan menjadi sasaran program komunikasi Anda. Perlu diingat bahwa audiens dapat berbeda dalam karakteristik, kebutuhan, dan preferensi.
4. Pesan dan taktik: Tentukan pesan dan taktik komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan dan sasaran Anda. Pesan dan taktik harus disesuaikan dengan karakteristik target audiens Anda.
5. Anggaran dan sumber daya: Tentukan anggaran dan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan program komunikasi Anda.
6. Pengukuran dan evaluasi: Lakukan pengukuran dan evaluasi terhadap program komunikasi yang telah dilakukan. Evaluasi dapat membantu Anda mengetahui sejauh mana program komunikasi yang telah dilakukan efektif dan dapat memberikan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Hambatan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sering terjadi gangguan atau hambatan yang mengganggu elemen komunikasi dan nantinya membuat proses komunikasi tidak berlangsung secara efektif. Hambatan yang terjadi seringkali membuat hasil Strategi Komunikasi menjadi tidak optimal dan akan mengganggu kelancaran strategi komunikasi, oleh karena itu kita harus bisa menyikapi hambatan strategi

komunikasi. Berikut beberapa hambatan yang terjadi, hambatan komunikasi bisa terjadi diakibatkan oleh beberapa hal berikut ini:

a. Hambatan dari Proses Komunikasi

Dalam sebuah proses komunikasi, sering kali adanya beberapa hambatan yang terjadi sehingga bisa mengurangi efektivitas dari komunikasi, diantaranya.

Pertama hambatan dari komunikator, contohnya adalah pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator belum dimengerti karena dipengaruhi beberapa elemen seperti perasaan atau situasi emosional. Kedua hambatan dalam penyandian atau simbol, hambatan ini disebabkan karena bahasa yang digunakan komunikator ketika menyampaikan pesan memiliki makna lebih dari satu dengan kata lain simbol yang digunakan komunikator dan komunikan tidak sama makna. Ketiga hambatan dari media, hal ini bisa terjadi ketika kegiatan komunikasi dilakukan menggunakan media komunikasi, misalnya jaringan yang tidak bagus atau gangguan suara radio ketika menggunakan radio. Keempat hambatan dalam bahasa sandi, hambatan ini bisa terjadi ketika komunikan salah menafsirkan sandi dari komunikator dalam menerima pesan. Kelima hambatan dari komunikan atau orang yang menerima pesan, hal ini bisa terjadi dari seorang komunikan ketika menerima pesan, misalnya kurang memperhatikan atau kurang mendengarkan ketika komunikator menyampaikan pesan, atau sikap prasangka tanggapan yang keliru tanpa mencari informasi kebenarannya. Terakhir ada hambatan dalam memberikan balikan, ini bisa terjadi ketika komunikan memberikan umpan balik namun tidak apa adanya akan tetapi lebih memberikan pandangan, tidak sesuai dengan waktu yang

ditentukan, tidak jelas, dan bahkan hal lainnya yang bisa terjadi dalam hambatan tersebut :

1. Hambatan Fisik

Hambatan fisik berakibatkan menghambat komunikasi yang efektif, seperti adanya cuaca gangguan berupa alat komunikasi, ataupun hal lainnya, seperti gangguan kesehatan atau sakit, rusaknya alat komunikasi, dan hal lainnya.

2. Hambatan Semantik

Hambatan Semantik bisa terjadi ketika proses penyampaian pesan oleh komunikator terkadang mempunyai makna yang banyak atau berbeda, bisa juga karena pesan yang disebar tidak jelas atau berbelit-belit antara komunikator dan komunikan.

3. Hambatan Psikologis

Hambatan ini sesekali bisa terjadi hingga menghambat proses komunikasi yang terjadi, misalkan terdapat perbedaan nilai-nilai yang ingin dicapai ketika melakukan komunikasi atau harapan yang berbeda antara komunikator dengan komunikannya dalam penyampaian pesan. Hambatan psikologis sendiri bisa terjadi karena adanya unsur-unsur dari kegiatan psikis pada setiap orang. Ada dua hambatan manusia yang terjadi karena psikologisnya sendiri, yaitu pertama kepentingan (interest), dengan adanya kepentingan akan membuat seseorang lebih berfikir secara lebih selektif dalam menerima serta menanggapi pesan yang diterima, dalam menerima pesan juga komunikan memiliki kepentingannya sendiri maka setiap komunikan akan menyeleksi terhadap pesan yang didapat sesuai dengan

kebutuhan komunikasi tersebut, kedua prasangka (prejudice), dalam hal ini berkaitan dengan persepsi terhadap seseorang atau kelompok lain serta sikap dari perilaku orang terhadap mereka, dalam persepsi ini juga lebih kepada pengalaman mereka mengenai objek, peristiwa, dan hal lainnya.

4. Hambatan Kultural dan Budaya

Setiap melakukan komunikasi dengan setiap orang yang berbeda, seperti latar belakang, budaya dan kebiasaan sehari-hari, pada kasus ini yang ditekankan seperti nilai, sikap, dan kepercayaan yang ditekuni oleh orang lain yang berbeda budaya dengan kita sehari-hari, sering kali hambatan komunikasi terjadi karena perbedaan kebiasaan seperti bahasa yang berbeda sehingga pesan yang disampaikan tidak dimengerti, selain itu kepercayaan, keyakinan yang berbeda antara dua unsur utama dalam komunikasi yaitu komunikator dan komunikan tentunya bisa menyebabkan hambatan komunikasi efektif.

5. Hambatan Lingkungan Hambatan

Komunikasi juga terkadang disebabkan oleh lingkungan seperti latar belakang fisik atau situasi yang terjadi dalam proses komunikasi, hambatan karena lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, kenyamanan, gangguan, serta waktu.

2.2.3 Efek Strategi Komunikasi

Efek sendiri memiliki artian sebagai akibat atau juga pengaruh, efek dari strategi komunikasi adalah bagaimana komunikasi yang dilakukan memberikan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh komunikan

sebelum dengan sesudah menerima pesan dari komunikator, pengaruh ini tergantung dari segi pengetahuan, sikap, serta tingkah laku dari orang tersebut.

Ada tiga dimensi dari efek komunikasi sendiri yaitu, kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif ini meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Selanjutnya efek efektif tersebut berhubungan dengan emosi, perasaan, dan attitude atau sikap. Dan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.

Strategi komunikasi juga memiliki efek tersendiri, dalam sebuah proses komunikasi tentunya memiliki tujuan dalam mempersuasi komunikan memberikan pengaruh atau efek sebagai hasil dari proses strategi komunikasi yang dilakukan.

a. Efek Kognitif

Efek Kognitif ini sendiri merupakan akibat yang muncul terhadap diri seorang komunikan yang bersifat informatif bagi penerima pesan tersebut. Pada efek kognitif ini membahas tentang bagaimana komunikan dapat mempelajari informasi dan pesan yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.

b. Efek Afektif

Efek afektif kadarnya lebih tinggi efek kognitif. Adapun tujuan dari komunikasi tidak hanya untuk menginformasikan kepada komunikan untuk mengetahui fenomena yang terjadi, akan tetapi lebih daripada itu. Setelah mendapatkan dan menerima informasi yang diterima oleh penerima pesan diharapkan komunikan dapat merasakannya dan bisa terpancing rasa emosionalnya seperti benci, sedih, marah maupun senang.

c. Efek Konatif/ Perilaku

Efek konatif ini merupakan sebuah akibat yang muncul pada diri komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, ataupun aktivitas.

2.2.4 Perumusan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Maka, dalam merumuskan strategi komunikasi diperlukan perumusan yang jelas. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dan taktik operasional komunikasi dengan memperhitungkan faktor-faktor penghambat.

- a. Mengenali sasaran komunikasi.
- b. Menyebarkan pesan.
- c. Media sebagai sarana komunikasi.
- d. Menggunakan strategi komunikasi persuasif.

2.2.5 Kedudukan Balai Pemasyarakatan

Balai Pemasyarakatan yang dikenal dengan nama Bapas adalah adalah pranata untuk melaksanakan bimbingan Klien Pemasyarakatan (UU Nomor 12 Tahun 1995). Pengertian lain dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Sistem Peradilan Pidana Anak dalam Pasal 1 ayat 24, yang dimaksud dengan Bapas adalah unit pelaksana teknis pemasyarakatan yang melaksanakan

tugas dan fungsi penelitian kemasyarakatan, pembimbingan, pengawasan, dan pendampingan.

Pengertian yang sama juga terdapat dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pelaksanaan Diversi dan Penanganan Anak Yang Belum Berumur 12 (Dua Belas) Tahun. Dalam Pasal 1 ayat 18 disebutkan, yang dimaksud dengan Bapas adalah unit pelaksana teknis pemasyarakatan yang melaksanakan tugas dan fungsi penelitian kemasyarakatan, pembimbingan, pengawasan, dan pendampingan.

Sementara itu, dalam Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2018 Tentang Revitalisasi Penyelenggaraan Pemasyarakatan Pasal 1 Ayat 15 Balai Pemasyarakatan yang selanjutnya disebut Bapas adalah lembaga atau tempat yang menjalankan fungsi Pembimbingan terhadap Klien. Pembimbingan di sini meliputi Penelitian Kemasyarakatan, Bimbingan, Pengawasan dan Pendampingan. Pembimbingan di sini adalah rumah besar untuk keempat fungsi lain.

a. Tugas dan Fungsi

Tugas dan Fungsi Balai Pemasyarakatan sebagaimana terdapat pada pengertian di atas adalah melakukan Penelitian Kemasyarakatan, Bimbingan, Pengawasan, Pendampingan. Dalam melaksanakan Pembimbingan terhadap klien pemasyarakatan. Pembimbingan tersebut menurut Peraturan Pemerintah Nomor 31

tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasyarakatan meliputi hal-hal yang berkaitan dengan:

1. ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa;
2. kesadaran berbangsa dan bernegara;
3. intelektual;
4. sikap dan perilaku;
5. kesehatan jasmani dan rohani;
6. kesadaran hukum;
7. reintegrasi sehat dengan masyarakat;
8. keterampilan kerja; dan
9. latihan kerja dan produksi.

b. Sejarah

Sebelum munculnya Balai Pemasyarakatan (Bapas) di Indonesia, menurut Vivi, dkk. (2012) dikenal terlebih dahulu Jawatan Reklasering dan Pendidikan Paksa yang didirikan oleh pemerintahan Belanda dengan dikeluarkannya Gouverment Besluit tanggal 15 Agustus 1927, yang berpusat pada Departemen Van Justitie di Jakarta, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Bertujuan untuk memenuhi kebutuhan orang Belanda dan pribumi yang harus dibimbing secara khusus. Pada saat itu Kantor Besar Jawatan Kependidikan/Jawatan Reklasering memberi subsidi kepada badan Reklasering Swasta dan pra-yuwana, dan tenaga sukarelawan perorangan (Volunteer Probation Officer). Petugas yang menjalankan tugas dan fungsi di Badan Reklasering yang dikelola oleh Negara disebut Ambtenaar der Reclasering (Pegawai Negeri Istimewa pada Badan Reklasering).

Setelah Indonesia merdeka, pada tanggal 27 April 1964 terjadi perubahan Sistem Kepenjaaran menjadi Sistem Pemasyarakatan. Sistem Pemasyarakatan yang digunakan oleh bangsa Indonesia, memiliki tujuan reintegrasi bagi pelanggar hukum (Narapidana dan Anak Didik) dengan masyarakat yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Agar terciptanya pembinaan klien pelanggar hukum maka dikeluarkan Surat Keputusan Presidium Kabinet Ampera No.75/U/Kep/II/66.

Dengan Surat Keputusan tersebut struktur organisasi berubah menjadi Direktorat Jenderal Pemasyarakatan yang memiliki dua Direktorat yang menangani (1) Pembinaan narapidana di dalam Lembaga Pemasyarakatan dan (2) Pembinaan narapidana di luar Lembaga Pemasyarakatan yang mencakup pula pembinaan Anak di dalam Lembaga Pemasyarakatan.

Direktorat yang menangani Pembinaan narapidana di luar Lapas dan Pembinaan Anak di dalam Lapas kemudian disebut Direktorat Bimbingan Kemasyarakatan dan Pengentasan Anak (BISPA). BIS dan PA. BIS adalah akronim dari Bimbingan Kemasyarakatan dan PA merupakan singkatan dari Pengentasan Anak. Tujuan pendirian badan ini adalah untuk pembinaan di luar penjara. Metode yang digunakan dalam bimbingan di luar penjara juga berbeda dengan metode pembinaan yang dilakukan di dalam penjara.

Pada tahun 1995 Setelah disahkannya UU No. 12 Tahun 1995 Tentang Pemasyarakatan istilah Bispa berubah menjadi Bapas. Hal tersebut dikuatkan juga dalam Keputusan Menteri No. M.01.PR.07.03 Tahun 1997 Tentang Organisasi dan Tata Kerjai Balai Pemasyarakatan.

c. **Dasar Hukum**

Adapun landasan hukum yang menjadi pedoman berdirinya Bapas adalah:

1. Undang-undang Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995).
2. Keputusan Menteri No. M.01.PR.07.03 Tahun 1997 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Balai Pemasyarakatan
3. Layanan

Layanan yang diberikan oleh Bapas secara garis besar terdiri atas empat domain utama, yang meliputi:

1. Penelitian Kemasyarakatan: Kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif dalam rangka penilaian untuk kepentingan Pelayanan Tahanan, Pembinaan Narapidana, dan Pembimbingan Klien (Permenkumham No. 35 Tahun 2018).
2. Pembimbingan: Pemberian tuntutan untuk meningkatkan kualitas, ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, intelektual, sikap dan perilaku, profesional, kesehatan jasmani dan rohani Klien Pemasyarakatan. (PP Nomor 31 tahun 1999).
3. Pendampingan: Perbuatan mendampingi atau mendampingi. Dalam konteks pelayanan Bapas pendampingan dapat diartikan sebagai peran pembimbing kemasyarakatan untuk mendampingi klien dalam menghadapi permasalahan yang klien hadapi, klien yang dimaksud di sini termasuk di dalamnya adalah klien pemasyarakatan serta anak berkonflik dengan hukum (Dasar-dasar Pembimbingan: Modul PK tahun 2012).

4. Pengawasan: Pengawasan adalah langkah atau kegiatan yang berfungsi untuk mencegah terjadinya penyimpangan pelaksanaan Asimilasi, Pembebasan Bersyarat, Cuti Menjelang Bebas, dan Cuti Bersyarat termasuk di dalamnya kegiatan evaluasi dan pelaporan. (Pasal 1 angka 5 Permen Hukum dan HAM No. M.2.PK.04-10 TAHUN 2007 tentang syarat dan tata cara pelaksanaan asimilasi, PB, CMB dan CB).

2.2.6 Pembimbingan Klien

Balai Pemasyarakatan termasuk kedalam salah satu Unit Pelayanan Teknis (UPT) pemasyarakatan yang melaksanakan tugas teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di wilayah.

Klasifikasi Pelaksanaan Jenis Pelayanan Pemasyarakatan di Bapas adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2 Jenis Pelayanan Klien

NO	JENIS PELAYANAN
1.	Bimbingan Klien Dewasa
2.	Pemberian Izin ke Luar Kota
4.	Izin ke Luar Negeri
5.	Pendampingan Anak yang Berkonflik dengan Hukum
6.	Konseling Anak
7.	Bimbingan kepada klien Anak
8.	Penelitian Kemasyarakatan Anak

9.	Penelitian Kemasyarakatan
10.	Pencabutan PB

Sumber : Keputusan Direktur Jendral Pemasyarakatan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor: PAS-35.OT.02.02 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Pemasyarakatan.

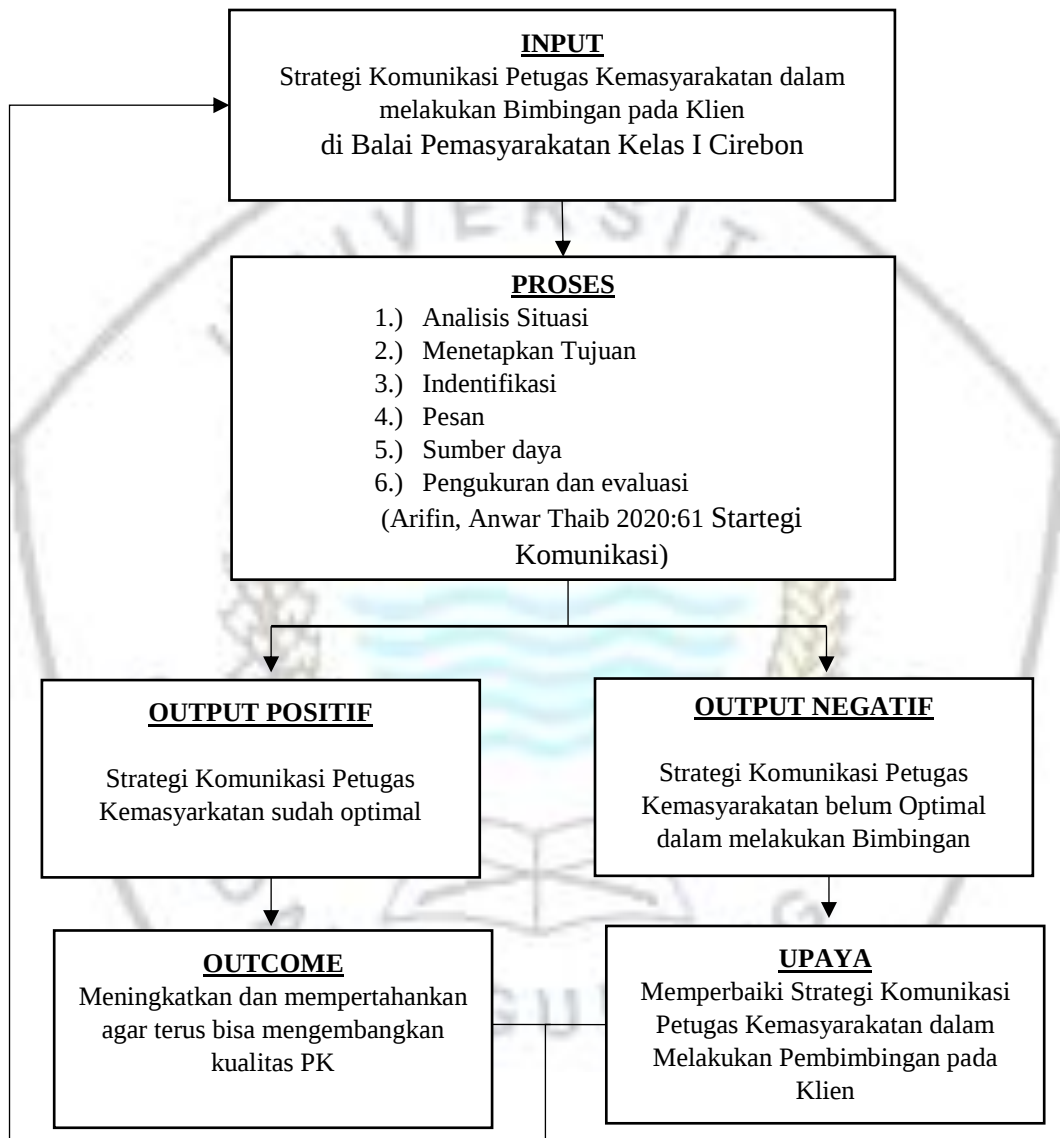
1.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Anwar Arifin Thaib dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Konsep, Strategi, dan Aplikasi” (2020:61), mengemukakan beberapa langkah dalam penyusunan strategi komunikasi. Berikut adalah langkah-langkahnya:

1. Analisis situasi: Lakukan analisis situasi untuk memahami konteks dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan Anda.
2. Tujuan dan sasaran: Tentukan tujuan dan sasaran dari program komunikasi Anda. Pastikan tujuan dan sasaran yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan organisasi atau perusahaan.
3. Identifikasi target audiens: Identifikasi target audiens yang akan menjadi sasaran program komunikasi Anda. Perlu diingat bahwa audiens dapat berbeda dalam karakteristik, kebutuhan, dan preferensi.
4. Pesan dan taktik: Tentukan pesan dan taktik komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan dan sasaran Anda. Pesan dan taktik harus disesuaikan dengan karakteristik target audiens.
5. Anggaran dan sumber daya: Tentukan anggaran dan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan program komunikasi Anda.

6. Pengukuran dan evaluasi: Evaluasi dapat membantu Anda mengetahui sejauh mana program komunikasi yang telah dilakukan efektif dan dapat memberikan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Kerangka pemikiran yang di buat oleh peneliti sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

