

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan yang relevan dengan kajian pola komunikasi program dan institusi keagamaan, meskipun belum secara spesifik meneliti “Pola Komunikasi Pemerintah Kota Padang Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Program *Smart Surau*”. Pada bagian ini peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki konsep hingga teori yang sama namun saja dengan Lokasi penelitian yang berbeda, harapan peneliti dengan temuan penelitian terdahulu yang peneliti temui ini dapat menjadi acuan dalam penulisan skripsi ini.

1. Ardiyanto, Putera, dan Aromatica (2024) melakukan penelitian mengenai *Transformasi Pelayanan Publik Masjid Jami' Nurul Huda melalui Sinergitas Program Smart Surau dan Amal Sosial*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan bagaimana Program *Smart Surau* berkontribusi terhadap transformasi pelayanan di sebuah masjid, termasuk pengaruhnya terhadap kebutuhan spiritual dan sosial masyarakat sekitar. Penelitian ini relevan karena menempatkan Program *Smart Surau* sebagai objek kajian utama, meskipun fokus utamanya adalah pada aspek pelayanan publik bukan pola komunikasi pemerintah.
2. Priyanto, Arif, dan Sarmiati (2025) meneliti *Komunikasi Publik Kementerian Agama Kota Padang* dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini menganalisis alur pesan komunikasi publik, media komunikasi, serta hambatan yang terjadi dalam layanan publik di lingkungan Kementerian Agama. Temuan penelitian ini menunjukkan pentingnya peran komunikasi dalam pelayanan publik di Kota Padang, yang menjadi dasar teoritis kuat dalam studi komunikasi pemerintah.

3. Nurbaiti, Hilderiah, dan Putra (2025) meneliti kreativitas komunikasi persuasif dalam program keagamaan di sebuah masjid besar. Penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana pesan persuasif disusun dan dikomunikasikan kepada masyarakat dalam konteks program sosial-keagamaan, meskipun tidak terkait langsung dengan pemerintahan daerah.
4. Gaja, Abdullah, dan Muktaruddin (2025) melakukan penelitian tentang strategi jaringan komunikasi pengurus masjid di *Dairi Regency*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menunjukkan bahwa pola komunikasi internal berperan penting dalam keberlangsungan peran masjid sebagai pusat kegiatan masyarakat. Temuan tersebut dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam memahami dinamika komunikasi dalam konteks institusi keagamaan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul Penelitian	Peneliti & Tahun	Fokus Penelitian	Metode	Relevansi
1	Transformasi Pelayanan Publik Masjid Jami' Nurul Huda melalui Sinergitas Program Smart Surau dan Amal Sosial	Yoga B. Ardiyanto dkk (2024)	Transformasi pelayanan publik di masjid melalui Program Smart Surau	Kualitatif deskriptif	Relevan karena mengkaji Program Smart Surau secara kualitatif, walau fokusnya pelayanan publik bukan pola komunikasi pemerintah.
2	Komunikasi Publik Kementerian Agama Kota Padang	Muryadi Eko Priyanto & Ernita Arif & Sarmiati (2025)	Analisis alur pesan, media, dan hambatan komunikasi pelayanan publik	Kualitatif	Relevan sebagai kajian komunikasi pemerintahan di Kota Padang dengan pendekatan kualitatif. Relevan sebagai kajian komunikasi pemerintahan di Kota Padang dengan pendekatan kualitatif.

3	<p><i>Creativity in Persuasive Communication y The Mosque Prosperity Council: Building Public Trust for the Ghairu Mahdha Worship Program</i></p>	<p>Firdha Nurbaiti dkk (2025)</p>	<p>Komunikasi persuasif dalam program keagamaan di masjid</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Relevan untuk melihat model komunikasi persuasif dalam konteks program keagamaan.</p>
4	<p><i>Optimizing the Role of Mosques: Communication Network Strategy of Mosque Managers in Dairi Regency</i></p>	<p>Sofiah S. F. Gaja & Abdullah & Muktaruddin (2025)</p>	<p>Strategi jaringan komunikasi pengurus masjid</p>	<p>Kualitatif deskriptif</p>	<p>Relevan sebagai kajian pola komunikasi di institusi keagamaan komunitas.</p>

(Sumber: Olahan Peneliti 2026)

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Konsep Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan adalah proses penyampaian informasi, ide, dan pesan yang dirancang untuk mendorong perubahan sosial, ekonomi, dan budaya dalam suatu masyarakat menuju kondisi yang lebih baik. Dalam konteks ini, komunikasi bukan hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi alat strategis untuk menciptakan kesadaran, membangun partisipasi masyarakat, dan memfasilitasi dialog antar berbagai pihak yang terlibat dalam Pembangunan (Gisky Andri Putra, M. Si, 2025).

Pada dasarnya, komunikasi pembangunan menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan, bukan semata objek. Artinya, masyarakat bukan hanya penerima informasi, tetapi juga pelaku aktif yang terlibat dalam merencanakan, melaksanakan, hingga mengevaluasi program pembangunan. Melalui komunikasi yang efektif, diharapkan terjadi proses saling tukar informasi dan pemahaman antara pemerintah, lembaga pembangunan, dan Masyarakat (Gisky Andri Putra, 2025). Komunikasi pembangunan memiliki peran penting dalam mengubah cara pandang masyarakat terhadap isu-isu pembangunan. Informasi yang disebarluaskan bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan persuasif, agar mampu menggerakkan masyarakat untuk ikut serta dalam proses pembangunan. Selain itu, komunikasi pembangunan juga menjadi sarana untuk memperkuat kohesi sosial dan membangun kesadaran kolektif tentang tujuan-tujuan bersama yang ingin dicapai (Gisky Andri Putra, 2025).

Dalam pengertian terbatas, komunikasi pembangunan merupakan serangkaian usaha mengkomunikasikan program-program pembangunan kepada masyarakat supaya mereka ikut serta dan memperoleh manfaat dari kegiatan pembangunan tersebut. Suatu badan internasional yang menangani masalah ini *Academy for educational Development* yang berpusat di Washington USA, telah banyak mengembangkan berbagai program komunikasi pembangunan di negara-negara yang sedang berkembang. Dalam komunikasi pembangunan yang diutamakan adalah kegiatan mendidik dan memotivasi masyarakat. Tujuannya untuk menanamkan gagasan-gagasan, sikap mental, dan mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan oleh suatu negara berkembang (Drs. Mukti Sitompul, 2005).

Komunikasi pembangunan memegang peran strategis dalam mendukung keberhasilan program-program pembangunan di berbagai sektor kehidupan Masyarakat (Gisky Andri Putra, 2025).

Beberapa peran penting komunikasi pembangunan antara lain:

A. Sebagai Media Informasi

1. Menyebarluaskan informasi tentang program, kebijakan, dan hasil-hasil pembangunan kepada Masyarakat.
2. Menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat tentang berbagai isu pembangunan, seperti kesehatan, pendidikan, ekonomi, pertanian, lingkungan, dan lainnya.

B. Sebagai Alat Edukasi

1. Mendidik masyarakat agar memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran yang memadai untuk berpartisipasi dalam pembangunan.
2. Menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat tentang berbagai isu pembangunan, seperti kesehatan, pendidikan, ekonomi, pertanian, lingkungan, dan lainnya.

C. Sebagai Sarana Partisipasi

1. Mendorong keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan.
2. Menjadikan masyarakat sebagai subjek pembangunan, bukan hanya objek.

D. Sebagai Alat Perubahan Sosial

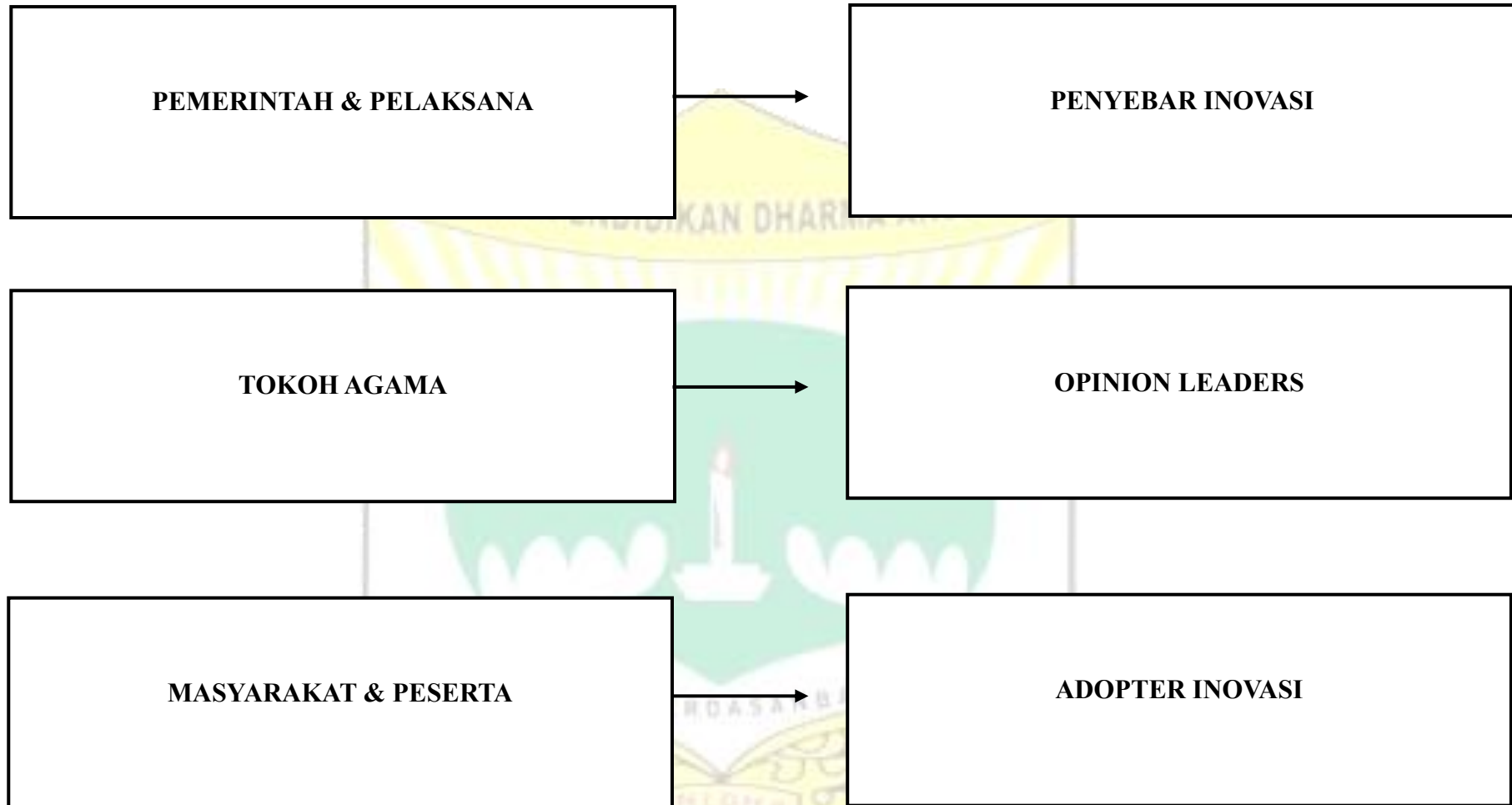
1. Mengubah nilai-nilai tradisional yang dianggap menghambat kemajuan.
2. Mempromosikan nilai-nilai baru yang lebih progresif sesuai dengan tuntutan pembangunan.

2.2.2 Teori Difusi Inovasi

Difusi adalah proses penyebaran inovasi melalui saluran-saluran tertentu seiring berjalannya waktu di antara anggota sistem sosial. Ini merupakan jenis komunikasi khusus, karena pesan-pesan yang disampaikan berkaitan dengan ide-ide baru (*Diffusion of Innovations* Edisi III 1983). Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang

bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi merupakan perpaduan dari kata difusi dan inovasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata difusi memiliki arti berupa penyebaran atau perembesan sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, atau ide dari suatu pihak ke pihak lain, sedangkan inovasi memiliki arti sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, yakni sebuah pembaruan (Gamedia Blog, 2021).

Teori ini relevan untuk menganalisis Program *Smart Surau* sebagai inovasi sosial dan keagamaan. Dan alasan dari peneliti mengapa memakai teori ini, karena Program *Smart Surau* merupakan inovasi sosial-keagamaan yang membutuhkan proses komunikasi agar dapat dipahami, diterima, dan diadopsi oleh Masyarakat. Teori ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis pola komunikasi pemerintah melalui tahapan adopsi inovasi serta peran saluran dan aktor komunikasi dalam meningkatkan minat Masyarakat.



(Gambar 2.1 Keterkaitan dengan Teori Difusi Inovasi : Bagan Olahan Peneliti 2026)

2.3 Defenisi Konseptual

2.3.1 Pola Komunikasi

Pola Adalah bentuk atau model yang biasa digunakan untuk membuat atau untuk menghasilkan sesuatu atau bagian dari sesuatu yang ditimbulkan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pola memiliki arti sistem atau cara kerja bentuk atau struktur yang tetap dimana pola itu sendiri bisa dikatakan sebagai contoh atau cetakan (M Ima Nudin Alhakim, 2014). Dalam sebuah komunikasi dikenal pola-pola tertentu untuk manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi (Nurudin, 2010). Istilah pola komunikasi sendiri biasa disebut sebagai model, yaitu sebuah sistem yang terdiri atas berbagai komponen-komponen antar satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan secara bersamaan.

2.3.2 Unsur-Unsur Pokok Pola Komunikasi

- A. Hubungan antar individu/kelompok: Melibatkan interaksi antara manusia baik secara individu maupun dalam kelompok.
- B. Proses Pengiriman dan Penerimaan: Ada kegiatan mengirim dan menerima pesan.
- C. Kejelasan Pesan: Tujuannya agar maksud pesan dipahami dengan baik.
- D. Struktur Sistem: Pola memberikan gambaran sistematis mengenai bagaimana komunikasi itu terjadi, bisa berupa model (seperti roda, rantai) atau bentuk hubungan tertentu.

2.4 Kerangka Pemikiran

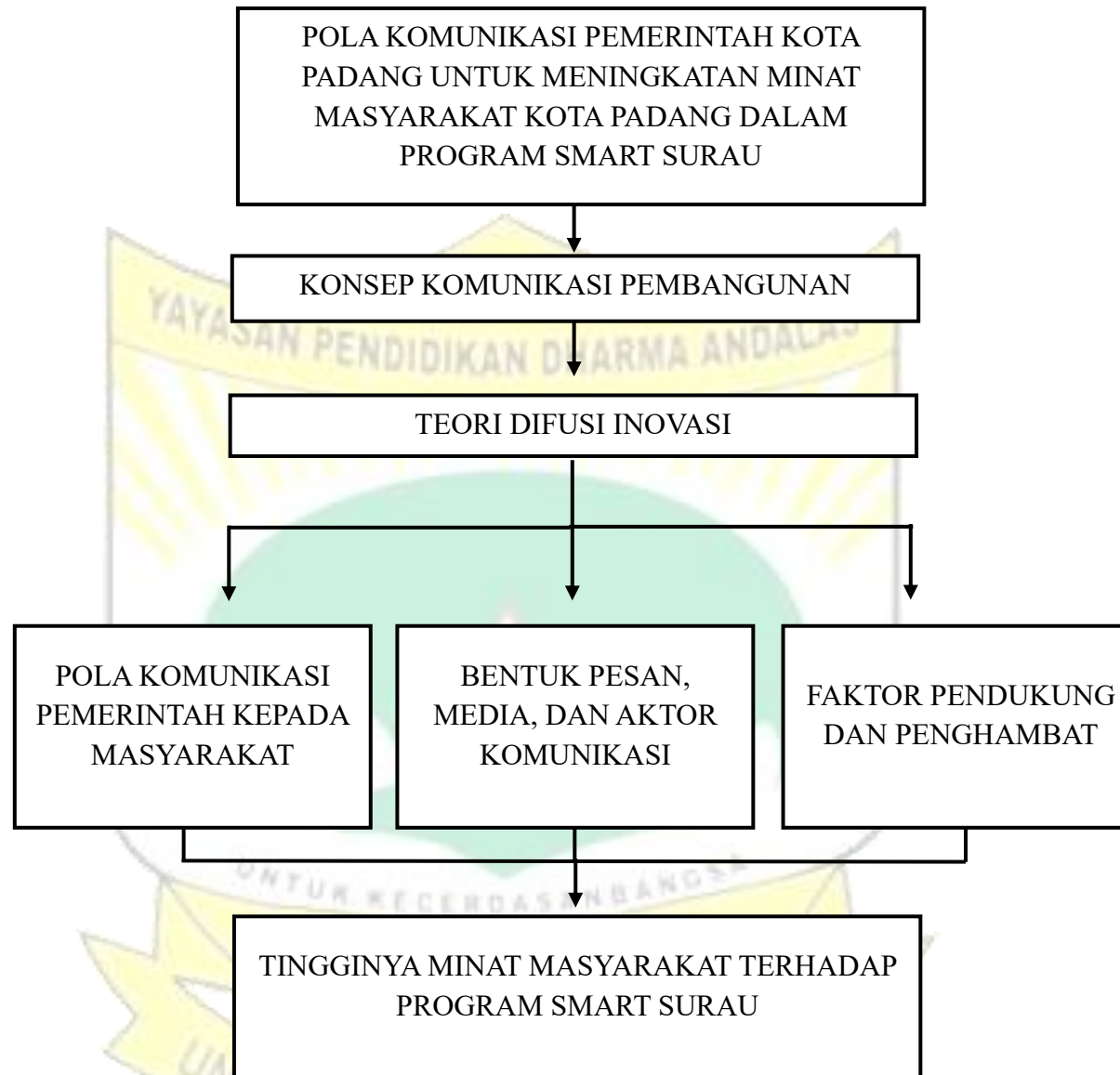
Program Smart Surau merupakan inovasi Pemerintah Kota Padang yang bertujuan mengoptimalkan fungsi surau sebagai pusat ibadah, pendidikan, dan kegiatan sosial masyarakat berbasis teknologi dan kearifan lokal. Keberhasilan program tersebut tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas dan kebijakan, tetapi sangat bergantung pada pola komunikasi yang digunakan pemerintah dalam menyampaikan program kepada masyarakat. Dalam konteks komunikasi pembangunan, Pemerintah Kota Padang berperan sebagai penyebar inovasi, sedangkan masyarakat Kota Padang sebagai adopter inovasi. Pemerintah menyampaikan pesan mengenai tujuan, manfaat, dan mekanisme Program Smart Surau melalui berbagai strategi dan media komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media massa dan media digital. Pola komunikasi yang digunakan dapat berbentuk komunikasi satu arah, dua arah, maupun komunikasi partisipatif yang melibatkan dialog antara pemerintah dan masyarakat.

Pola komunikasi tersebut memengaruhi tingkat pemahaman, persepsi, dan kepercayaan masyarakat terhadap Program Smart Surau. Apabila pesan disampaikan dengan jelas, menggunakan media yang tepat, serta sesuai dengan nilai sosial dan budaya masyarakat, maka akan berdampak pada meningkatnya minat dan partisipasi masyarakat dalam mengikuti dan mendukung program tersebut. Sebaliknya, pola komunikasi yang kurang efektif dapat menjadi penghambat dalam meningkatkan minat masyarakat. Dalam proses komunikasi tersebut juga terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat, seperti kredibilitas komunikator, kejelasan pesan, penggunaan media komunikasi, tingkat literasi masyarakat, serta

dukungan tokoh agama dan masyarakat setempat. Faktor-faktor ini memengaruhi efektivitas pola komunikasi Pemerintah Kota Padang dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Program Smart Surau.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini berupaya untuk menggambarkan dan menganalisis pola komunikasi Pemerintah Kota Padang, strategi dan media komunikasi yang digunakan, serta respon masyarakat dalam rangka meningkatkan minat masyarakat terhadap Program Smart Surau melalui pendekatan kualitatif deskriptif.





(Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran : Bagan Olahan Peneliti 2026)