

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

a. Teori

Teori adalah serangkaian konsep, abstrak, definisi, dan proosisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial dan fenomena alami yang menjadi pusat perhatian. Pendapat yang didasarkan pada penelitian dan penemuan, didukung oleh data dan argumentasi.⁶

b. Teori Komunikasi

Adapun teori komunikasi yang digunakan dalam peneitian ini adalah teori komunikasi model lasswell. Model komunikasi lasswell berupa ungkapan yaitu, *Who* (siapa), *Says What* (Mengatakan Apa), *In Which Channel* (dalam media apa), *To Whom* (kepada siapa) *With What Effect* (apa efeknya). Model ini dikemukakan oleh Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat.

Bila dilihat lebih lanjut model lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *Who* tersebut adalah menunjukkan kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi yang disebut “Komunikator”. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti ogranisasi atau persatuan.⁷

Pernyataan kedua adalah *says what* atau apa yang ia katakan. Pernyataan ini adalah hubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Umumnya kita menanyakan pertanyaan ini dalam pemikiran kita dalam berkomunikasi.

⁶ <http://kbbi.web.id/teori>

⁷ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009) Hal 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terkadang orang perlu mengorganisir lebih dahulu apa yang ingin disampaikan mengkomunikasikannya.⁸

Pertanyaan ketiga adalah *to whom*, pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima pesan (komunikasi). Penerima pesan (komunikasi) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Sebagaimana komunikator, komunikasi juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.⁹

Pertanyaan keempat adalah *in which channel* atau melalui media apa. Yang dimaksud dengan media adalah alat komunikasi seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu, terkadang suatu media lebih efisien digunakan untuk maksud tertentu tetapi untuk maksud lain tidak.¹⁰

Pertanyaan terakhir dari komunikasi model Lasswell ini adalah *what effect* atau apa efek dari komunikasi tersebut. Efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal:

- 1) Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.
- 2) Pengaruh efektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu.
- 3) Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau

⁸ Loc. cit

⁹ Nurani Soyomukti, *Pengantar ilmu komunikasi*, (Jogjakarta, Ar-Ruzz Media, 2006)

¹⁰ Arni Muhammad, Op. cit, Hlm 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyampaian pesan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampaian pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu.¹¹

Model ini adalah model versi dari model awal Shannon dan Weaver. Model ini masih linear, melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, memunculkan “efek” bukan makna. Efek menunjukkan sebuah perubahan yang dapat diamati dan diukur dari proses komunikasi yang bisa diidentifikasi. Perubahan satu dari elemen tersebut akan mengubah efek, kita bisa mengubah pengirim, kita bisa mengubah pesan, kita bisa mengubah saluran, perubahan dari masing-masing elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai terhadap efek.¹²



Gambar 2.1 Komunikasi Model Lasswell

1. Efektivitas

Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, menyangkut bagaimana melakukan pekerjaan yang benar. Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa tujuan tercapai, baik secara kualitas maupun waktu, orientasinya pada keluaran yang dihasilkan.¹³

Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran

¹¹ Nurani Soyomukti, Op.cit, Hlm 65

¹² Ibid, hlm 50

¹³ Handoko, *Manajemen dan Sumber daya Manusia Edisi kedua*, (Yogyakarta, BPFE, 2001) hal 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah ditetapkan jika kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti semakin tinggi efektivitasnya.¹⁴

Pada dasarnya pengertian efektivitas umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil saja, maka dari itu sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisiensi, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara input dan outputnya.¹⁵

Efektivitas suatu program dapat dilihat dari aspek-aspek antara lain:

- a. Aspek tugas atau fungsi
Yaitu lembaga yang dikatakan efektivitas jika melaksanakan tugas dan fungsinya, begitu juga suatu program pembelajaran akan efektif jika tugas dan fungsinya dapat dilaksanakan dengan baik.
- b. Aspek rencana atau program
Adalah rencana pembelajaran yang terprogram, jika rencana dapat dilaksanakan maka rencana atau program dikatakan efektif.
- c. Aspek ketentuan dan peraturan
Efektivitas suatu program juga dapat dilihat dari berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga berlangsungnya proses kegiatannya.
- d. Aspek tujuan atau kondisi ideal
Suatu program kegiatan dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan dan kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Penelitian ini dapat dilihat dari prestasi yang dicapai.¹⁶

¹⁴ Sondang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008) hal 7

¹⁵ Rinaldy Meuthia “*Efektivitas komunikasi Organisasi Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi*”, Skripsi Program S1 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2016

¹⁶ Egerton L. Ballachey, *Kutipan Artikel dan pendapat muasaroh tentang efektivitas – efektivitas suatu program, individual and society* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Komunikasi

a. Pengertian komunikasi

Dalam istilah yang sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian pengertian antarindividu. Semua masyarakat manusia dilandasi kapasitas manusia untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan, dan pengalamandari orang satu kepada orang lainnya. Pada pokoknya, komunikasi adalah pusat minat dari situasi perilaku di mana suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan tujuan mempengaruhi si penerima.¹⁷

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.¹⁸

Menurut Carl I.Hovland, Ilmu komunikasi merupakan upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.¹⁹

Menurut Wilbur Schramm melakukan komunikasi dengan khalayak tidaklah sesederhana sebagaimana yang dikemukakan model komunikasi Shannon dan Weaver. Schramm mengatakan berkomunikasi dengan khalayak sasaran (*target publics*) yang diinginkan pada kenyataan bahkan jauh lebih rumit. Menurut Schram, manusialah yang membuat komunikasi menjadi rumit. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Schramm:”Jika seseorang mempelajari komunikasi, maka ia mempelajari bagaimana orang berhubungan dengan orang lain, kelompok orang, organisasi dan masyarakat yang saling memengaruhi satu sama lainnya, namun juga dipengaruhi, memberi tahu dan diberi tahu,

¹⁷Ruslan, Rosady. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, (Jakarta,Pt. RajaGrafindo Persada,2007) Hal 17

¹⁸Cangara, Hafied . *Pengertian Ilmu Komunikasi*, (Jakarta,Pt. RajaGrafindo Persada, 2009) Hal 20

¹⁹Uchjana Onong, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung,2005), Hal 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengajarkan dan diajarkan, menghibur dan dihibur melalui tanda-tanda tertentu.²⁰

Konsep komunikasi Schramm membutuhkan proses komunikasi dua arah (*two-way-process*) dimana pengirim dan penerima pesan berkomunikasi dalam konteks kerangka acuan (*frame of reference*), hubungan dan situasi sosial mereka masing-masing. Dengan demikian komunikasi adalah proses timbal balik pertukaran tanda untuk memberitahukan, memerintahkan atau membujuk berdasarkan makna dan kondisi bersama melalui hubungan komunikator dan konteks sosial.²¹

b. Bentuk komunikasi

Komunikasi dapat diklasifikasikan menurut jumlah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi meliputi:

- 1) Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), ialah proses komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri. Misalnya proses berfikir untuk memecahkan masalah pribadi. Dalam hal ini ada proses tanya jawab dalam diri sehingga dapat diperoleh keputusan tertentu.
- 2) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*), yakni komunikasi antara seseorang dengan orang lain, bisa berlangsung secara tatap muka maupun dengan bantuan media .
- 3) Komunikasi kelompok (*group communication*), yaitu proses komunikasi yang berlangsung dalam suatu kelompok. Contoh: diskusi, seminar, sidang kelompok, dan sebagainya.
- 4) Komunikasi massa (*mass communication*), yaitu komunikasi yang melibatkan banyak orang. Ada sebagian ahli mengatakan bahwa komunikasi massa komunikasi melalui media massa, tetapi sebagian ahli berpendapat bahwa komunikasi massa tidak harus menggunakan media massa. Contohnya: kampanye politik yang disampaikan

²⁰ Morissan. *Manajemen Public Relations*. (Jakarta: Pt. Kencana: 2008) Hal 43

²¹ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara langsung dihadapan massa yang berkumpul dilapangan, adalah komunikasi massa.²²

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk melakukan sosialisasi terhadap masyarakat di perlukan komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Bentuk komunikasi ini menjelaskan bagaimana cara untuk melakukan sosialisasi terhadap halayak ramai dengan cara mengadakan sidang, seminar dan diskusi yang melibatkan banyak orang sehingga dirasa mampu untuk memenuhi sosialisasi mengenai program swasembada beras ini.

c. Elemen model komunikasi

Setiap peristiwa komunikasi melibatkan beberapa elemen komunikasi yang berkaitan dengan judul peneliti:²³

1) Sumber

Proses komunikasi berawal dari sumber (source) atau pengirim pesan yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal dan kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya pesan. Menurut Hovland (1953) karakteristik sumber berperan dalam memegaruihi penerima awal pada pihak penerima pesan namun memiliki efek minimal dalam jangka panjang.

2) Pesan

Pesan memiliki wujud (*physical*) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Pesan yang disampaikan manusia dapat berbentuk sederhana namun bisa memberikan pengaruh yang cukup efektif misalnya ucapan. Penerima pesan memiliki kontrol yang berbeda-beda terhadap berbagai bentuk pesan yang diterimanya.

²²Uchjana, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Pt Remaja RosdaKarya, 2005), Hal 13

²³*Ibid* Hal 44-53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Penerima

Penerima atau *receiver* atau disebut juga audien adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima dapat berbentuk individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Pada awal studi komunikasi massa terdapat pandangan bahwa khalayak atau audien adalah pihak yang lemah (*vulnerable*) yang gampang sekali dipengaruhi oleh informasi atau pesan yang disampaikan.

4) Umpan balik

Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam bersosialisasi ada beberapa elemen penting yang terlibat seperti sumber, pesan, penerima dan umpan balik. Sumber meliputi konsep atau ide yang mau disampaikan dalam bersosialisasi, dari sumber tersebut akan menimbulkan pesan yang akan diterima oleh khalayak ramai tergantung kemampuan tanggapan personal masyarakat terhadap ide yang sampaikan dan hal ini akan menimbulkan *feedback* (Timbal balik) antara narasumber dan *audience* (Penonton). Hal ini mampu menciptakan konsep sosialisasi yang baik dan cepat di pahami oleh masyarakat setempat.

d. Proses komunikasi

Komunikasi melibatkan tiga unsur: pengirim (*sender*), media komunikasi, dan penerima (*receiver*). Keefektifan komunikasi bergantung pada ketiga unsur ini. Jika si pengirim tidak kompeten atau pesan yang disampaikan tidak jelas, maka si penerima tidak akan memahami makna dari tanda-tanda yang diberikan dan proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi itu pun gagal. Agar komunikasi berlangsung, harus terdapat sumber (*source*) dan penerima (*receiver*). Yang memiliki pengalaman yang sama.²⁴

2. Sosialisasi

a. Pengertian sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu usaha untuk memberikan informasi tentang suatu berita. Sosialisasi juga dapat disebut sebagai promosi. Promosi terjadi karena ada yang harus disampaikan kepada khalayak. Terjadinya sosialisasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampaian pesan dengan penerimaan pesan.²⁵

Menurut Sekar, dalam buku Effendy, Sosialisasi juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat. Syarat terpenting untuk berlangsungnya sosialisasi adalah interaksi sosial, dimana sosialisasi tersebut dapat berlangsung secara tatap muka, tetapi bisa juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui saran media.

Dalam hal ini sosialisasi merupakan proses belajar yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah sebuah proses penanaman dan transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari suatu generasi ke generasi lainnya, dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sosialisasi dalam arti lain memiliki makna penyebaran informasi baik itu kebijaksanaan, program maupun

²⁴Moore, H. Fazier, *humas membangun citra dengan komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya:2004) Hal 89

²⁵Widjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Rieneka Cipta, 1992), 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aturan dari suatu pihak yang memiliki kekuasaan seperti pemerintah dan stake holder kepada publik atau masyarakat.

b. Proses pelaksanaan sosialisasi

Proses sosialisasi dilakukan oleh anggota-anggota atau warga masyarakat baik secara sadar atau tidak sadar, orang-orang yang memiliki jiwa kewibawaan atas individu-individu yang disosialisasi seperti ayah, ibu, kakak, dan orang-orang yang berkedudukan sederajat dengan pihak yang disosialisasi, seperti teman sebaya, teman sekelas dan sebagainya, biasanya orang-orang yang mempunyai kewibawaan melakukan sosialisasi dengan tujuan tercapainya kedisiplinan pihak yang disosialisasikan mengandung sosialisasi biasanya menggunakan kekuasaan dan kewenangan melalui “paksaan” atau secara otoriter agar pihak yang tersosialisasi tunduk atau patuh atas nilai-nilai dan norma yang disosialisasikan. Sosialisasi tidak hanya sekedar memberitahu tentang suatu hal, tetapi juga merupakan proses pendewasaan dan pematangan seseorang individu maupun pihak.²⁶

c. Macam-macam sosialisasi

1) Sosialisasi primer

Merupakan bentuk sosialisasi yang pertama kali diterima oleh individu pada lingkungan di sekitar keluarga. Pada sosialisasi ini, individu belum mengetahui sosialisasi yang amat luas layaknya orang dewasa. Pada bentuk ini, individu hanya diperkenalkan sosialisasinya dengan anggota keluarganya saja, belum secara luas.

2) Sosialisasi skunder

Merupakan bentuk sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan individu kepada lingkungan di luar keluarga. Seperti lingkungan

²⁶Elly M. Setiadi & Usman Kolip, Pengantar Sosialisasi Pemahaman Fakta Gejala Permasalahan Social Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya (Jakarta, Kencana, 2011), Hal 159

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kerja, media massa, sekolah, lingkungan bermain, dan sebagainya. Pada bentuk ini, individu dilatih untuk saling bersosialisasi antar sesama umur. Bukan dengan orang tuanya.

3. Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan dan Peternakan

Dinas ketahanan pangan tanaman pangan dan peternakan merupakan wadah yang memiliki berbagai informasi mengenai pangan, peternakan dan mampu meningkatkan kualitas pangan dan peternakan. Dinas Ketahanan Tanaman Pangan dan Peternakan di Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki visi dan misi sebagai berikut.

Visi Dinas ketahanan pangan tanaman pangan dan peternakan yaitu Meningkatkan jumlah areal pertanaman serta meningkatkan produksi dan produksi pertanian berkelanjutan. Sedangkan Misi nya yakni meningkatkan perluasan areal pertanaman, meningkatkan produksi dan produktivitas tanaman pangan, meningkatkan Produksi dan Produktivitas Tanaman sayuran dan Hortikultura, pengembangan Jaringan Irigasi dan pengairan dan Peningkatan Infrastruktur pertanian.

4. Swasembada Beras

Swasembada pangan berarti kita mampu untuk mengadakan sendiri kebutuhan pangan dengan bermacam-macam kegiatan yang dapat menghasilkan kebutuhan yang sesuai diperlukan masyarakat Indonesia dengan kemampuan yang dimiliki dan pengetahuan lebih yang dapat menjalankan kegiatan ekonomi tersebut terutama di bidang kebutuhan pangan. Yang kita ketahui Negara Indonesia sangat berlimpah dengan kekayaan sumber daya alam yang harusnya dapat menampung semua kebutuhan pangan masyarakat Indonesia salah satu cara yaitu dengan berbagai macam kegiatan seperti ini :

- a. Pembuatan UU & PP yg berpihak pada petani & lahan pertanian.
- b. Pengadaan infra struktur tanaman pangan seperti: pengadaan daerah irigasi & jaringan irigasi, pencetakan lahan tanaman pangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

khususnya padi, jagung, gandum, kedelai dll serta akses jalan ekonomi menuju lahan tsb.

- c. Penyuluhan & pengembangan terus menerus utk meningkatkan produksi, baik pengembangan bibit, obat2an, teknologi maupun sdm petani.
- d. Melakukan Diversifikasi pangan, agar masyarakat tidak dipaksakan utk bertumpu pada satu makanan pokok saja (dalam hal ini padi/nasi), pilihan diversifikasi di indonesia yg paling mungkin adalah sagu, gandum dan jagung.²⁷

Pangan yang biasa dikonsumsi masyarakat adalah Beras. Permintaan Beras meningkat dengan bertambahnya jumlah penduduk, bertambahnya ekonomi, daya beli masyarakat dan perubahan selera. Di Kabupaten Kepulauan Meranti komoditas tanaman pangan dan hortikultura merupakan komoditas strategis karena sebagai sumber utama bahan pangan, usaha tani, komoditas pertanian juga merupakan sarana usaha untuk mendapatkan penghasilan yang layak. Kebutuhan bahan tanaman pangan dan hortikultura semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, sejalan dengan berlakunya era perdagangan bebas, peningkatan produk pertanian yang dinamis sangat penting untuk upayakan agar dapat mengantisipasi munculnya gejolak sosial, ekonomi dan politik yang tidak di kehendaki.

Untuk dapat meningkatkan produk pertanian tanaman pangan dan hortikultura seperti dimaksud diatas tahap awal yang perlu dilakukan yaitu peningkatan dan pengembangan luas atau areal pertanaman serta peningkatan produksi melalui peningkatan sumberdaya pertanian dalam hal alih teknologi, peningkatan

²⁷<http://yuliana-ekaputri.blogspot.co.id/2011/04/swasembada-pangan.html> di akses minggu, 13 agustus 2017 pukul 15.50 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produktivitas, peningkatan indeks pertanaman, dan optimalisasi pemanfaatan lahan.

3. Kajian terdahulu

Ada beberapa sumber dan sumber penelitian terdahulu yang menjadi patokan dan contoh bagi peneliti. Sumber ini merupakan jurnal dan skripsi yang telah diteliti sebelumnya.

Judul pertama *Efektivitas Komunikasi Organisasi Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi* oleh Meuthia Renaldy pada tahun 2016 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, kesimpulan dari penelitian ini adalah peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pendapatan Daerah Kota Serang. Penelitian ini menggunakan teori dari Kriyantono yang terdiri dari 6 indikator yaitu iklim, komunikasi, kepuasan organisasi, penyebaran informasi, beban informasi, ketepatan informasi dan budaya organisasi. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif.

Judul kedua *Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Mewujudkan Keharmonisan Pasangan Suami Istri Dikelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan* oleh Nia Musnita Sani Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Peneliti bertujuan untuk mengetahui apakah komunikasi interpersonal efektif dalam mewujudkan keharmonisan pasangan suami istri. Metode yang digunakan berupa uji T-tes melalui penyebaran kuesioner dan observasi. Dalam penelitian ini peneliti mengatakan efektif dari hasil uji korelasi koefisien T-tes.

Judul ketiga *efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau* Oleh Mery Elvira Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Multi Structure Duri-Riau. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan deskriptif kuantitatif dengan teknis analisa data *Correlations coefficient product moment* dengan menggunakan alat bantu programm SPSS 16.0. hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya efektivitas yang kuat antara komunikasi pimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multi Structure Duri-Riau.

4. Kerangka pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman didalam pokok bahasan, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari secara keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah.²⁸

Sekian banyak teori komunikasi, penulis membuat teori yang paling cocok diterapkan Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan dan Peternakan dalam Mensosialisasikan Program Swasembada Beras diKabupaten Meranti yaitu Teori Komunikasi Model Lasswell. Karena teori ini dianggap mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang ada yaitu mampu melukis proses komunikasi yang didalamnya akan tergambar secara jelas apa saja yang harus dilakukan sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi berdasarkan fungsi dari teori komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi ini merupakan serangkaian tahapan berurutan yang melibatkan komponen-komponen komunikasi berupa komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

Adapun indikator-indikator yang akan dioperasionalkan adalah efektivitas Komunikasi Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan dan

²⁸ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011) hal 20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

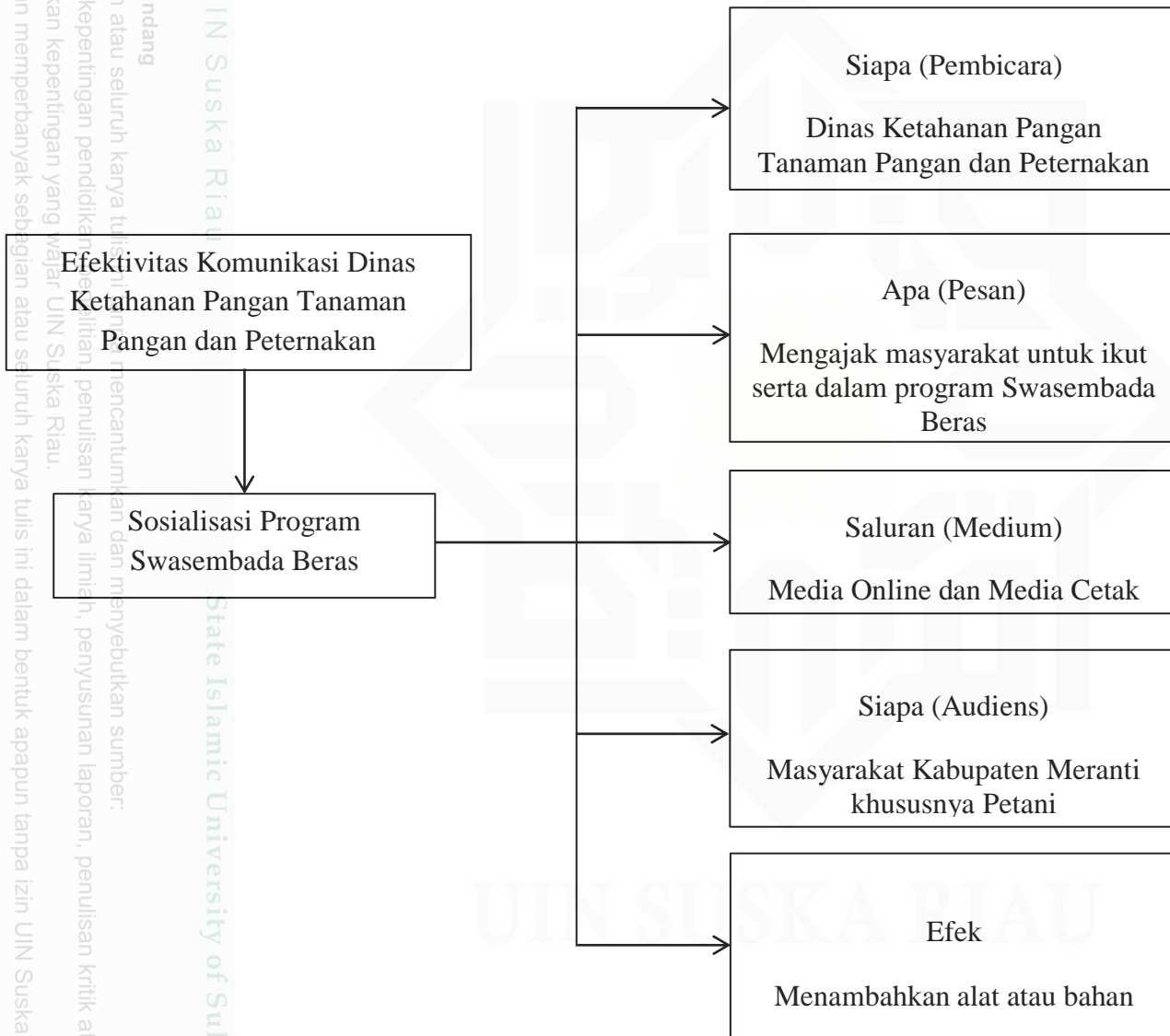
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peternakan dalam Mensosialisasikan Program Swasembada Beras DiKabupaten Meranti yang diukur dalam indikator sebagai berikut:

- a. Sumber (Source), sering juga disebut komunikator yaitu sipengirim pesan. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Dalam penelitian ini sumbernya ialah Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan dan Peternakan yaitu Kepala Bidang Ketahanan Pangan, Kepala Bidan Penyuluhan beserta staff.
- b. Pesan
Suatu gagasan atau ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajukan, bujukak/ungkapan. Pesan dalam penelitian ini berbentuk pengetahuan yang berkaitan dengan Swasembada Beras dan bentuk ajakan agar masyarakat mendukung program yang dibuat oleh pemerintah.
- c. Media
Media adalah berupa media sarana atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya. Media yang diharapkan peneliti yaitu media cetak dan Media Sosial.
- d. Siapa (Audiens)
Orang yang menerima peesan dan menerima apa yang disampaikan komunikator atau pembicara. Komunikan Atau Audiens dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Meranti dan masyarakat yang mengambil peran dalam Swasembada Beras seperti Petani.
- e. Efek
Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Efek yang diharapkan peneliti ini adalah Menambahkan alat

atau bahan untuk menanam terwujud. Untuk lebih jelasnya diuraikan berdasarkan Komunikasi Lasswell sebagai berikut:

Gambar 2.2
Bagan kerangka pikir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini, mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau