

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.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Strategi Komunikasi

Menurut J.L Thompson strategi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.<sup>13</sup> Mintzberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal: 1) Strategi sebagai sebuah rencana. Bahwa strategi merupakan suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar; 2) Strategi sebagai sebuah cara. Bahwa strategi merupakan suatu maneuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor; 3) Strategi sebagai sebuah pola. Bahwa strategi merupakan pola suatu rangkainya tindakan; 4) Strategi sebagai sebuah posisi. Bahwa strategi suatu cara menempatkan organisasi dalam lingkungan ; 5) Strategi sebagai sebuah perspektif. Bahwa strategi merupakan suatu cara yang terintegritas dalam memandang dunia.<sup>14</sup>

Everest M. Rogers (1985) seorang pakar sosiolog pedesaan Amerika mengatakan bahwa Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.<sup>15</sup>

Oleh karena itu, strategi komunikasi diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam pencapaian tujuan yang ingin dicapai, area perencanaan komunikasi misalnya dari level daerah, provinsi , negara, regional, sampai internasional.

Langkah – langkah dalam strategi komunikasi adalah sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Komunikator harus memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Ada

<sup>13</sup> Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, terj. Sigit Purwanto (London: Erlangga, 2007), h. 2.

<sup>14</sup> *ibid*

<sup>15</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persadah 2010), h. 23.

<sup>16</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, h. 63

tiga syarat yang harus di penuhi seorang komunikator, yakni : (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya , (2) daya tarik, (3) kekuatan.

- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak  
Masyarakat yang akan menjadi tarhet sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting dikarenakan semua aktivitas komunikasi doarahkan kepada mereka dan merekanlah yang menentukan hasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan makan kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sias sia.
- c. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seorang dalam bentuk symbol yang di persepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Menurut bentuknya, symbol yang disampaikan dapat dibedakan atas dua macam, yakni symbol verbal dan non verbal. Symbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa.
- d. Memilih media dan saluran komunikasi  
Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan krakteristik isi dan tujuan isi pean yang ingin disampaikan, jenis media dimiliki oleh khalayak.

Strategi dalam hal ini, digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah di ciptakan. Tujuan tidak mudah di capai tanpa strategi karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan managemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Yosal Iriantara.. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004). h 5

Strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dan oleh suatu organisasi untuk mencapaitujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan di hadapi.<sup>18</sup>

Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaiman operasionalnya.

Strategi merupakan katalisator atau elemen dinamis pengelola yang memungkinkan sebuah organisasi dapat mencapai sasarannya, strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional yenyang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan. Strategi sering disebut sebagai siasat di dalam misi, ketika strategi sudah baik maka dapat diprediksi bahwasanya hasil yang akan di dapat baik juga.<sup>19</sup>

Strategi juga memasuki beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besarnya strategi memiliki tiga tahapan:<sup>20</sup>

a. Perumusan strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk didalamnya pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal. Menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal dan menetapkan suatu objektivitas mengasilkan suatu strategi alternative dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

Dalam strategi juga ditemukan suatu sikap untuk memustuskan, memperluas, menghindari dan melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b. Implementasi Strategi

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang di tetapkan, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan strategi

<sup>18</sup> Freed R David.. *Managemen Strategi dan Konsep* (Jakarta: Perhalindo, 2000) h .3

<sup>19</sup> Winardi.. *Strategi Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 1989) h.46

<sup>20</sup> Arifin Anwar. *Strategi Komunikasi*. (Bandung : Amrico, 1984) h. 59

tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis hanya menjadi impian dan jauh dari kenyataan.

Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan perorganisasian sumber daya yang di tetapkan melalui penetapan suatu organisasi dan mekanisme kepemimpinan.

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dalam startegi adalah implenyasi evaluasi strategi di perlukan atas keberhasilan yang dapatbdicapai dan dapat diukur untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat di perlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Ada beberapa unsur atau elemen-elemen dalam strategi yaitu:<sup>21</sup>

a. Tujuan dan Sasaran

Perlu diketahui bahwasannya tujuan berbeda dengan sasaran. Tujuan adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang. Yang digambarkan secara umum dan relative tidak mengenal batas waktu sedangkan, sasaran adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai tujuan dan lebih terikat dengan waktu dan dapat diukur jumlahnya.

b. Lingkungan

Sasaran organisasi senangtiasa berhubungan dengan lingkungan, dimana bisa terjadi bahwa lingkungan mampu mengubah sasaran.

c. Kemampuan internal

Kemampuan internal ini lebih difokuskan dengan apa yang akan dibuat karena kegiatan ini akan terpusat pada kekuatan internal.

<sup>21</sup> Salusu. *Strategi Organisasi public* (Jakarta : Gramedia Widia Sarana, 1996) h. 91

## 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.

## d. Kompetisi

Kompetisi ini tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.

## e. Pembuat Strategi

Ini juga penting karena menunjukkan siapa yang akan membuat strategi.

## f. Komunikasi

Komunikasi merupakan unsur penting dalam sebuah strategi.

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain komunikasi merupakan proses membuat pesan yang serta bagi komunikator dan komunikan. Komunikasi sangat berperan penting bagi kehidupan manusia, karena manusia itu sendiri adalah makhluk sosial yang setiap saat pasti melakukan komunikasi baik itu verbal maupun verbal.

Strategi komunikasi adalah paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>22</sup>

Menurut R.Wayne Pace ada empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut :

- a. *To secure understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. *To establish acceptance* yaitu bagaimana cara penerima itu uteras dibina dengan baik
- c. *To motivate action* yaitu penggiat untuk memotivasinya.
- d. *To goals which communicator sought to achieve* yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi yang berlangsung tersebut.<sup>23</sup>

Untuk mencapai tujuan di atas maka strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda-beda, bergantung kepadasiswa dan kondisi.

<sup>22</sup> Rusady Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h.37

<sup>23</sup> *Ibid.* h. 38

## 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.

Berhasil atau tidaknya sebuah kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi berkaitan dengan 5 hal :

- a. Strategi sebagai sebuah rencana. Bahwa strategi merupakan suatu tindakan yang diinginkan secara sadar.
- b. Strategi sebagai sebuah cara. Bahwa strategi merupakan suatu maneuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau *compotitor*.
- c. Strategi sebagai sebuah pola . bahwa strategi merupakan pola dalamsuatu rangkaian tindakan.
- d. Strategi sebagai sebuah posisi. Bahwa strategi suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
- e. Strategi sebagai sebuah perspektif. Bahwa strategi merupakan suatu cara yang terintegritasi dalam memandang dunia.

## 2. Sosialisasi

- a. Definisi Sosialisasi

Menrut David A. Goslin berpendapat “Sosialisasi adalah proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.

Dari pernyataan David A. Goslin tersebut dapat disimpulkan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami, menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif didalam kelompok masyarakat. Setelah berinteraksi dengan individu lain yang berada disekitarnya atau bersosialisasi dengan lingkungannya barulah individu tadi dapat berkembang. Dalam keadaan yang normal, maka lingkungan pertama yang berhubungan dengan anaknya adalah orang tuanya. Melalui lingkungan itulah anak mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan hidup yang berlaku

sehari-hari, melalui lingkungan itulah anak mengalami proses sosialisasi awal.

Lewat proses-proses sosialisasi, individu-individu masyarakat belajar mengetahui dan memahami tingkah pekerti-tingkah pekerti apakah yang harus dilakukan dan tingkah pekerti-tingkah pekerti apa pulakah yang harus tidak dilakukan (terhadap dan sewaktu berhadapan dengan orang lain) di dalam masyarakat. Ringkas kata, lewat sosialisasi warga masyarakat akan saling mengetahui peranan masing-masing dalam masyarakat, dan kemudian dapat bertingkah pekerti sesuai dengan peranan sosial masing-masing itu. Tepat sebagaimana yang diharapkan oleh norma-norma sosial yang ada, dan selanjutnya mereka-mereka akan dapat saling menyeraskan serta menyesuaikan tingkah pekerti masing-masing sewaktu melakukan interaksi-interaksi sosial.

Menurut William J. Goode, “sosialisasi merupakan proses yang harus dilalui manusia muda untuk memperoleh nilai-nilai dan pengetahuan mengenai kelompoknya dan belajar mengenai peran sosialnya yang cocok dengan kedudukannya.”<sup>24</sup>

#### b. Fungsi Sosialisasi

Sosialisasi berfungsi sebagai sarana pengenalan pengakuan, dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma-norma, dan struktur sosial yang ada di dalam masyarakat sehingga dapat berperilaku tertib dan disiplin. Dengan demikian, seseorang menjadi warga masyarakat yang baik. Pengertian warga masyarakat yang baik adalah warga yang mampu memenuhi segala kewajiban dan menerima semua haknya sebagai warga masyarakat.

Sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebar luasan, dan pewarisan nilai-nilai serta norma-norma sosial. Dengan demikian nilai dan norma tetap terpelihara dari generasi ke generasi

<sup>24</sup>Ali Imron. *Kebijakan Kependidikan di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) h. 22-

#### 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.



dalam masyarakat yang bersangkutan. Apabila fungsi sosialisasi seperti yang dijelaskan diatas berjalan dengan baik, maka diharapkan dapat memenuhi tujuan sosialisasi.

c. Tujuan Sosialisasi

Agar setiap orang dapat hidup dengan baik ditengah-tengah masyarakat nya.seseorang dapat hidup dengan baik dalam masyarakat apabila menghayati nilai dan norma dalam kehidupan.<sup>25</sup>

- 1) Agar setiap orang dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan masyarakat. setiap masyarakat memiliki budaya-budaya masing-masing. Budaya ini bersifat mengikat warga nya. oleh karena itu setiap individu hendaknya dapat menyesuaikan diri dengan budaya itu.
- 2) Agar setiap orang dapat menyadari keberadaan nya dalam masyarakat. Warga masyarakat yang menyadari keberadaan nya senantiasa mampu berperan aktif dan positif dalam kehidupan sehari-hari.
- 3) Agar setiap orang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik. ciri anggota masyarkat yang baik adalah bahwa diri nya berguna.
- 4) Agar masyarakat tetap utuh. Keutuhan masyarkat dapat terjadi apabila diantara warga nya saling berinteraksi dengan baik.
- 5) Memberikan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan seseorang untuk melangsungkan kehidupan ditengah-tengah masyarakat.
- 6) Mengembangkan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuan membaca, menulis dan bercerita.
- 7) Membantu seseorang mengendalikan fungsi-fungsi organik melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.

<sup>25</sup> Robert A Gabel. *Pengantar Sosiologi*. (Jakarta: Grafiti, 1998), h. 33.



## 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. Perda No. 4 2016

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya.

Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa. Dan pada tahun 2016 Dengan adanya peraturan daerah (Perda) Nomor 4/2016 maka kota pekanbaru mengadakan pemekaran kelurahan dengan jumlah awal kelurahan sebanyak 58 kelurahan, kemudian pemerintah kota pekanbaru memekarkan 25 kelurahan.

## B. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengena peneitian terdahulu, maka sangat membantu peneliti dapat memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena penelitian memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Adapun penelitian yang relavan dengan penelitian penulis adalah:

1. Muhammad Fajar Mubaroq dengan judul “Aktivitas humas pemerintah kabupaten Rokan Hulu dalam mensosialisasikan Peraturan Bupati No. 18 tahun 2011 tentang Kewajiban bagi Pegawai Muslim untuk Shalat Zuhur dan Ashaar di Masjid Agung Pasir Pengaraian” dengan latar belakang aktivitas dalam konsep humas memiliki tanggung jawab cukup besar. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif adanya kesamaan peneliti dengan memaknai aktivitas humas pada kajian terdahulu yang digunakan oleh Muhammad Fajar Mubaroq melalui proses yang dihasilkan dimana kegiatan yang dilakukan dalam menyebarluaskan informasi kepada

## 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.

- masyarakat berjalan dengan baik, dan pada kajian terdahulu lokasi penelitiannya yaitu di Rohul, sedangkan lokasi peneliti di pekanbaru.<sup>26</sup>
2. Deni Siska dengan judul “ Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provisi Riau dalam Mempromosikan Tempat-tempat Wisata” Deni siska menyimpulkan bahwa Aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau yaitu dengan cara melakukan penyebaran siaran pers dengan cara menulis realse tentang promosi pariwisata di Provinsi Riau, konferensi pers, memberikan informasi kepada wartawan mengenai informasi kegiatan dan program dari perusahaan dengan cara mengundang wartawan/media secara resmi, kunjungan pers dengan cara mengajak wartawan pada event-event khusus kemudian wartawan akan meliput kegiatan secara langsung, resepsi pers adalah dengan cara mengundang wartawan media massa dalam acara resepsi atau seremonial dan diakhiri dengan makan bersama, peliputan kegiatan yaitu peliputan yang dilakukan saat sebuah instansi/perusahaan mengadakan kegiatan tertentu, khususnya yang mempunyai nilai berita. Rumusan masalah kajian terdahulu adalah tentang mempromosikan tempat wisata pada provinsi riau, sedangkan rumusan masalah peneliti adalah mensosialisasikan pemekaran kelurahan baru di kota pekanbaru.<sup>27</sup>
  3. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Mei-Agustus 2010 dengan judul “Model Komunikasi Dalam Sosialisasi Pengarusutamaan Gender dan Aanggran Responsif Gender di Provinsi Daerah Itimewa Yogyakarta” yang ditulis oleh Puji Lestari/Machya Astuti Dewi. Dimana masalah yang terjadi adalah terdapat fenomena komunikasi dimasyarakat menunjukkan adanya gap antara laki-laki dan perempuan. Jadi tujuan peneliti ini adalah bertujuan menumukn model komunikasi pug yang sesuai dengan kondisi di dinas Provinsi DIY. Ada pun metode yang di gunakan dalam penelitian

<sup>26</sup> Muhammad Fajar Mubaroq. “Aktivitas humas pemerintah kabupaten Rokan Hulu dalam mensosialisasikan Peraturan Deerah No. 18 tahun 2011 tentang Kewajiban bagi Pegawai Muslim untuk Shalat Zuhur dan Ashar di Mesjid Agung Pasir Pengaraian” (Skripsi Uin Suska Riau, Pekanbaru, 2016)

<sup>27</sup> Deni Siska.”Aktivitas Media Relations Dnas Kebudayaan dan Pariwisata Provisi Riau dalam Mempromosikan Tempat- tempat Wsata “ (Skripsi Uin Suska Riau, 2001)

ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi pug-arg yang diujicobakan, mengerti tentang Gender.<sup>28</sup> Pada kajian terdahulu penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan lokasinya bertepatan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan penelitian berlokasi di Pekanbaru Provinsi Riau.<sup>29</sup>

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian. Kerangka pikir digunakan untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Tata Pemerintahan dalam Mensosialisasikan Perda No. 4 tahun 2016 tentang Pemekaran Kelurahan di Kota Pekanbaru”

Sosialisasi terus dilakukan oleh Tata Pemerintahan baik sosialisasi melalui komunikasi secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan komunikasi persuasive maka akan memberikan pemejaman yang jelas kepada masyarakat tentang Pemekaran Kelurahan yang telah diatur oleh Peraturan Daerah.

Adapun upaya-upaya sosialisasi melalui komunikasi langsung yang dilakukan oleh Tata Pemerintahan Kota sebagai berikut :

1. Pertemuan Dinas di kantor Camat dan Lurah
2. Menunjuk Camat dan Lurah sebagai tim sosialisasi
3. Melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat

Dan adapun upaya-upaya sosialisasi melalui komunikasi tidak langsung yang dilakukan oleh Tata Pemerintahan Kota sebagai berikut :

1. Menggunakan media cetak
2. Menggunakan media sosial
3. Menggunakan media luar ruangan

<sup>28</sup> Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Mei – Agustus 2010, Puji Lestari/Machya Astuti Dewi, “Model komunikasi dalam sosialisasi P gender dan anggran responsive gender di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

<sup>29</sup> Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Mei-Agustus 2010 dengan judul “Model Komunikasi Dalam Sosialisasi Pengarusutamaan Gender dan Aangran Responsif Gender di Provinsi Daerah Itimewa Yogyakarta

## 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.

Dalam merumuskan strategi komunikasi, Arifin Anwar menyatakan bahwa strategi komunikasi dalam sosialisasi meliputi, mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan seleksi penggunaan media. Dan dapat di aplikasikan sebagai berikut:<sup>30</sup>

### 1. Menegal Khalayak

Mengenal khalayak adalah langkah kedua bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif, memahami target sasaran kegiatan komunikasi diarahkan kepada mereka.

### 2. Menyusun Pesan

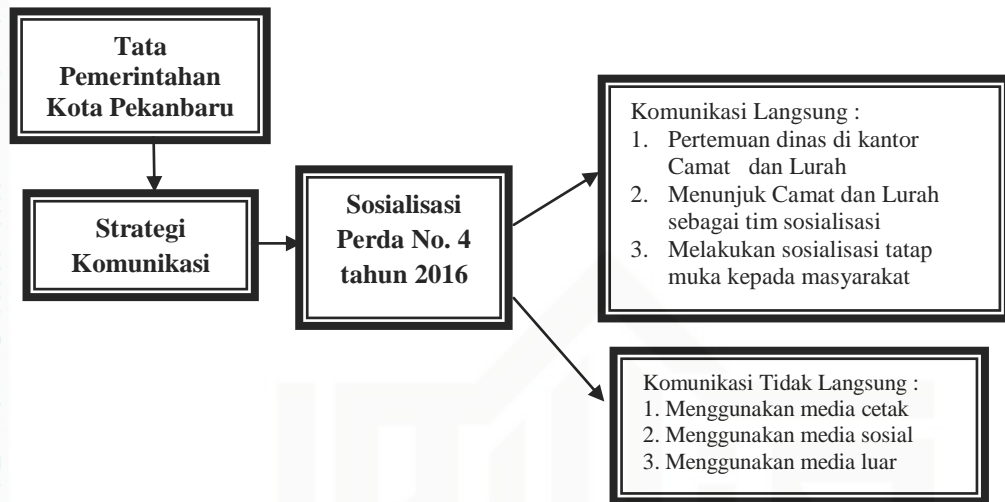
Setelah menegal khalayak maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak ialah mampu menarik perhatian khalay. Pesan yang di susun harus memiliki tema dan isi yang menarik.

### 3. Seleksi Penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau maka digunakan komunikasi langsung, termasuk jika sasarannya internal.

Berdasarkan kajian teori yang penulis bahas, penulis mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dari fikiran sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan di analisis.

<sup>30</sup> Arifin Anwar. *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung :Amricon, 1984) h. 74



Berdasarkan kajian teori yang penulis bahas, penulis mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dari fikiran sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis.

Dalam hal ini penulis meneliti strategi komunikasi tata pemerintahan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Perda No. 4 tahun 2016 tentang pemekaran kelurahan di Kota Pekanbaru.

Tim tata pemerintahan kota pekanbaru melakukan sosialisasi pemekaran kelurahan dengan komunikasi langsung dan menggunakan media kepada masyarakat kota pekanbaru, adapun sosialisasi pemekaran kelurahan yang dilakukan tim tata pemerintahan Kota Pekanbaru adalah untuk menjadikan masyarakat Kota Pekanbaru menjadi tau akan informasi tentang pemekaran keluarahan dan dapat mengetahui tempat-tempat dan wilayah mengenai pemekaran kelurahan baru.

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.