

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. Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai beserta cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa pakar mencoba memberi pengertian atau definisi apa yang dimaksud dengan perencanaan.

- a. Keuffman mendefinisikan perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.
- b. Waterston mendefinisikan perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.⁷

Meskipun pengertian perencanaan yang dikemukakan diatas berbeda satu sama lainnya, namun para ahli menyetujui bahwa perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Komunikasi

b. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adakah *sama makna*. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya

⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Op. Cit, 22.

dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.⁸

Komunikasi secara terminalogis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Menurut Bernard Berelson dan Garry A. Stainer dalam karyanya, “*Human Behavior*”, mendefenisikan komunikasi adalah: *Communication: The transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. It is the act or process of transmission that is usually called communication.* (Komunikasi: Penyampain informasi, emosi, keterampilan, dan sebagainya. dengan menggunakan lambing-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi).⁹

c. Unsur-unsur Komunikasi

Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yakni :¹⁰

1. Komunikastor (communicator, source, sender)
2. Pesan (massage)
3. Media (channel, media)
4. Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
5. Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komuikasi melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 9.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 48.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Op. Cit, 15.

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.

d. Fungsi Komunikasi

Rudolph F. Verdeber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama*, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.¹¹

3. Perencanaan Komunikasi

a. Definisi Perencanaan Komunikasi

Menurut John Middleton, Perencanaan Komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antar pribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.

Menurut Robin Mehall, perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut tercapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bias tercapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.¹²

¹¹ Rudolph F. Verderber dalam buku Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 5.

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Op. Cit*, 48.

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.

Adapun dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:¹³

1) Menetapkan Komunikator

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, jika proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator. Komunikator harus memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

2) Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Masyarakat yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting dikarenakan semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka dan merekalah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu program, bagaimanapun waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memenuhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

3) Menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol dan dipersepsikan dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

4) Memilih Media dan Saluran Komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak.

¹³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi Revisi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 108.

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.

b. Tipe Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas dua tipe, yakni:¹⁴

1) Perencanaan Komunikasi Strategik

Menurut Allan Hancock perencanaan komunikasi strategic merupakan komunikasi yang mengajuk pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang. Serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan strategic diwujudkan dalam target yang dikuantifikasi dengan pendekatan-pendekatan yang sistematis terhadap tujuan yang ingin dicapai menurut kebijaksanaan komunikasi.

2) Perencanaan Komunikasi Operasional

Adapun yang dimaksud dengan perencanaan komunikasi operasional adalah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian. Perencanaan komunikasi operasional dapat dibagi atas dua macam, yakni:

- a) Perencanaan infrastruktur komunikasi (*Hardware*) yang biasa disebut perencanaan teknik atau *physical planning* karena menyangkut pengadaan alat-alat komunikasi.
- b) Perencanaan program komunikasi (*software*) adalah perencanaan yang mengarah pada *knowledge resource* yang mencakup pengetahuan, keterampilan, struktur organisasi dan penyusunan program tentang kegiatan komunikasi apa yang akan dilakukan.

c. Beberapa Pendekatan dalam Perencanaan Komunikasi

Untuk menyusun suatu rencana yang baik diperlukan pendekatan sesuai dengan tujuan dan target sasaran yang dicapai. Banfield dan Meyerson dalam D. Solihin (2009) menyatakan

¹⁴Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Op. Cit*, 48.

pendekatan perencanaan komunikasi pada dasarnya dapat dilakukan dengan dua cara, yakni :¹⁵

- 1) Pendekatan Perencanaan Rasional Menyeluruh
 - a. Ialah pendekatan perencanaan yang dilandasi suatu kebijaksanaan umum yang merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai suatu kesatuan.
 - b. Didasari oleh seperangkat spesifikasi tujuan yang lengkap, menyeluruh dan terpadu.
- 2) Pendekatan Perencanaan Terpilah
 - a. Ialah pendekatan perencanaan yang mempertimbangkan bagian-bagian kebijaksanaan umum yang berkaitan langsung dengan unsur atau subsistem yang diprioritaskan.
 - b. Pendekatan Perencanaan Terpilah dalam pelaksanaannya lebih mudah dan realistis.

Dari perspektif komunikasi, John Middleton mengemukakan empat pendekatan teori yang sangat diperlukan dalam perencanaan komunikasi, yaitu:

- 1) Teori Pembangunan
- 2) Teori Sosiologi
- 3) Teori Komunikas dan
- 4) Teori Organisasi

d. Hakikat Perencanaan Komunikasi

Hakikat perencanaan komunikasi dapat dilihat dalam konteks:

- 1) Perencanaan komunikasi sebagai proses, memaknai dua pendekatan isu pokok, yakni: (a) perencanaan itu sendiri sebagai penerapan teori. Barangkali para praktisi kurang menerima pernyataan ini, karena teori sering digunakan untuk menjelaskan gejala dan bukannya menjadikan teori sebagai pedoman untuk melakukan sesuatu dengan membuat proyeksi

¹⁵*Ibid*, 52-54.

apa yang akan terjadi dimasa depan. (b) perencanaan itu sendiri sebagai proses, dimana teori teori digunakan untuk mendapatkan alternatif didalam mengorganisir fungsi-fungsi perencanaan. Pendekatan proses di sini dimaksudkan untuk memperoleh pendekatan yang lebih komprehensif dan rasional.

- 2) Perencanaan komunikasi sebagai sistem, yakni komunikasi harus dilihat sebagai bagian integral dari suatu perencanaan nasional yang kedudukannya sama dengan perencanaan sektor lain.
- 3) Perencanaan komunikasi sebagai, di sini teknologi kadang dipandangn sebagai sesuatu yang misterius. Begitu misteriusnya, sehingga Webster meragukan para perencana komunikasi dapat membuat proyeksi penggunaan teknologi komunikasi di masa depan karena perubahan perubahan dibidang ICT (*Information, Communication, and Technology*) sangat cepat dan drastis. Untuk itu John Spencer mengusulkan agar para perencana dalam menyusun perencanaan komunikasi melakukan pendekatan pada dua alternatif, yakni (a) penyusun perencanaan komunikasi untuk jangka pendek dengan membuat proyeksi pertumbuhan dan perkembangan sistem komunikasi yang ada, serta (b) penyusunan perencanaan komunikasi untuk jangka panjang dengan membuat proyeksi alternatif untuk masa depan dengan jangka waktu yang cukup lama.
- 4) Perencanan komunikasi sebagai aktivitas ekonomi, di sini Stuart Wells melihat ada dua pendekatan ekonomi yang bisa dipakai dalam perencanaan komunikasi, yaitu (a) pendekatan ekonomi klasik, dan (b) pendekatan ekonomi Marxis.
- 5) Perencanaan Komunikasi Sebagai Evaluasi, dimaksudkan untuk mendapatkan hasil yang efektif dari pelaksanaan program, utamanya untuk melakukan revisi atau perubahan jika

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.



dalam proses pelaksanaannya tidak sesuai dengan perencanaan yang telah diterapkan.

e. Beberapa Masalah Yang Perlu Mendapat Perhatian Dalam Penyusunan Perencanaan Komunikasi

Beberapa masalah tersebut yakni :¹⁶

1) Regulasi Internasional

Dalam menyusun perencanaan komunikasi yang berskala internasional dan nasional, sedapat mungkin memberi perhatian terhadap regulasi atau peraturan-peraturan yang dikenakan secara internasional, utamanya yang terkait dengan penggunaan jaringan satelit misalnya.

2) Kebijakan Nasional

Penyusunan perencanaan komunikasi juga tidak boleh mengabaikan kebijakan nasional, baik yang tercantum didalam Perencanaan Pembangunan Nasional (*National Guideline*) maupun regulasi atau Undang-Undang RI No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang RI No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, dan Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan lain sebagainya.

3) Desentralisasi

Perencanaan yang berskala nasional umumnya dilakukan secara sentral oleh pemerintah pusat, dan sering menimbulkan rasa enggan (setengah hati) untuk mendelegasikan ke tingkat daerah.

4) Koordinasi

Komunikasi dan informasi sebagai sumber daya maupun sebagai sarana boleh dikata diperlukan hampir disemua level masyarakat. Karena itu dalam pengelolaannya diperlukan koordinasi, baik secara vertikal antara pusat dan daerah

¹⁶ *Ibid*, 55-59.

maupun koordinasi horizontal antara kementerian atau departemen dalam mengoperasikan sumber daya komunikasi.

- 5) Komunikasi sebagai saranayang bisa mendekatkan jarak dan menembus ruang, waktu, dan wilayah memerlukan perencanaan dengan memerhatikan kebutuhan.
- 6) Partisipasi dan Umpan Balik
Proses penyebaran informasi tidak boleh berlangsung hanya satu arah (*one-way*), tapi diharapkan bisa menumbuhkan partisipasi dalam bentuk umpan balik masyarakat (*two-way communication*).
- 7) Riset dan Evaluasi
Kebutuhan akan hasil penelitian (riset) untuk pengembangan program komunikasi sangat diperlukan dan menjadi salah satu pertimbangan dalam penyusunan perencanaan komunikasi
- 8) Tenaga dan Pelatihan
Masalah sumber daya manusia daalam bidang komunikasi memang bisa menjadi krusial jika tidak ditangani secara hati-hati. Persoalan ketidakseimbangan antara sumber daya manusia dengan peralatan (*infrastruktur*) yang tersedia sering menjadi maslah yang krusial. Artinya peralatan yang serba canggih ditangani oleh sumber daya manusia yang kurang terampil, atau sebaliknya SDM nya bagus sementara peralatan yang digunakan masih kuno dan tidak bisa bersaing.
- 9) Integritas
Perencanaan komunikasi harus mempertimbangkan persoalan integritas. Komunikasi dalam hal ini industri media sering kali terseret tanpa disadari sebagai alat kapitalis dengan melupakan fungsi-fungsi sosialnya sebagai pengayom masyarakat (*social responsibility*).

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.

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.

10) Pemilikan Media

Pola pemilikan media sangat bergantung pada sistem komunikasi yang dianut oleh suatu negara. Selanjutnya sistem komunikasi pada dasarnya dipengaruhi oleh ideologi yang dianut oleh negara yang bersangkutan. Dalam suatu negara yang menganut ideologi komunis, pemilikan media biasanya dipegang oleh partai atau penguasaan tertentu. Beda dengan negara-negara yang menganut ideologi demokrasi liberal, maka siapa saja bisa memiliki media (Surat kabar, Film, Radio, TV dan Kantor berita) sepanjang yang bersangkutan memiliki modal usaha untuk itu.

Selain itu dalam penyusunan perencanaan komunikasi, sering kali para perencana dihadapkan pada sejumlah masalah, antara lain:

- 1) Apakah tujuan yang ingin dicapai tetap berada dalam koridor perencanaan strategik (kebijaksanaan komunikasi) sehingga apa yang akan dilakukan selalu mengacu pada visi, misi, dan tujuan lembaga?
- 2) Bagaimana sistem komunikasi yang ada? Apakah sistem komunikasi yang ada cukup mampu mendukung tujuan lembaga?
- 3) Teknologi apa yang akan dipakai untuk membuat sistem komunikasi menjadi lebih efisien?
- 4) Adakah hal-hal yang tidak konsisten antara infrastruktur yang tersedia dengan perbekalan yang ada, demikian pula antara pelaksanaan dengan tujuan yang telah ditetapkan?
- 5) Dimana letak titik lemah antara kepentingan nasional dengan kepentingan lembaga sebagai pengelola?

Masalah-masalah ini harus sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai, karena itu dalam perencanaan komunikasi diperlukan strategi dalam pencapaian tujuan tersebut.

f. Model Perencanaan Komunikasi

Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model yang sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan (langkah-langkah) pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang dilakukan.¹⁷

UNESCO membuat langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, yakni:

- 1) Mengumpulkan data tentang status sumber daya komunikasi, apakah itu dioperasikan oleh pemerintah, swasta, atau kombinasi antara pemerintah dan swasta.
- 2) Melakukan analisis tentang struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak surat kabar, stasiun televisi dan radio, serta media-media apa saja yang ada dalam masyarakat.
- 3) Melakukan analisis kritis terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat terhadap komunikasi, jenis informasi apa yang dibutuhkan, apakah hiburan, pendapat (opini), atau berita.
- 4) Melakukan analisis terhadap komponen-komponen komunikasi mulai dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan umpan balik dari masyarakat.
- 5) Melakukan analisis terhadap pengembangan komunikasi, apakah media mengalami kemajuan dalam hal jumlah tiras (oplah), sebaran atau peringkat dalam tayangan.
- 6) Menetapkan tujuan sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang ada.

¹⁷ *Ibid*, 67.

Tahapan perencanaan komunikasi yang dibuat oleh UNESCO di atas tentu saja tidak mengikat, tergantung dari kondisi dan keadaan program yang akan dilaksanakan. Untuk melaksanakan program-program komunikasi, berikut dikemukakan salah satu dari perencanaan komunikasi.

1) Model Perencanaan Komunikasi Cultip dan Center

Empat proses pokok menurut Scoot M. Cultip dan Allen H. Center menyatakan bahwa proses perencanaan komunikasi yang menjadi landasan atau acuan untuk dilaksanakan, yakni:¹⁸

a) Penemuan fakta (*fact finding*)

Langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah ini menentukan “Apa yang sedang terjadi sekarang ?”

b) Perencanaan (*planning*)

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi, taktik dan tujuan program.

c) Komunikasi (*communication*)

Langkah ketiga melibatkan implementasi program dari tindakan dan komunikasi yang telah didesain untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik untuk mencapai sasaran program.

d) Evaluasi (*evaluation*)

Tahap terakhir pada proses ini melibatkan kesiapan penilaian, implementasi, dan hasil dari program tersebut. Penyesuaian telah dibuat sejak program terimplementasi,

¹⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), 148-149.

berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai bagaimana program tersebut berhasil atau tidak.

Dr. Phil. Astrid S. Susanto (1974) telah memperkenalkan perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Cultip dan Center. Meskipun model ini adalah model proses *public relations* dan belum disebut juga sebagai perencanaan komunikasi, namun langkah-langkah yang diambil dalam proses tersebut pada dasarnya adalah perencanaan komunikasi.¹⁹

4. Penyebarluasan Informasi

Menurut F. Rachmadi, penyebarluasan informasi (publisitas) ialah tugas atau kegiatan untuk menceritakan kepada masyarakat luas tentang hasil produksi atau jasa perusahaan.²⁰

Sedangkan defenisi penyebarluasan informasi (publisitas) sebagaimana dikutip oleh Rahmat Kriyantono adalah:²¹

- a. Suatu teknik bercerita mengenai seseorang, suatu badan, suatu hal.
- b. Teknik untuk mengarahkan perhatian dan kemauan baik dari publik terhadap seseorang atau suatu badan.
- c. Berita tentang kejadian-kejadian yang direncanakan.
- d. Teknik penyiaran suatu berita mengenai peristiwa yang direncanakan terlebih dahulu dalam media massa tanpa membayar untuk kepentingan seseorang, suatu badan atau suatu hal.
- e. *Publicity is planned news.*
- f. *Publicity is good news, not bad news.*

Tujuan penyebarluasan informasi atau publisitas menurut Hachigan adalah untuk memperoleh perhatian publik melalui penyebaran di media cetak dan elektronik, mencakup surat kabar,

¹⁹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Op. Cit, 68.

²⁰ F. Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Paktek*, Op. Cit, 21.

²¹ Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 262-263.

majalah, TV, radio, *talk show* dan acara-acara lain, publisitas *online*, kelompok-kelompok, dan *website*.

5. Informasi Pemerintahan

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini maupun saat mendatang. Informasi terdiri dari data yang telah diambil kembali, diolah atau sebaliknya digunakan untuk tujuan informasi atau kesimpulan, argumentasi atau sebagai dasar untuk peramalan atau pengambil keputusan. Informasi adalah data yang telah diproses menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penerima dan dapat berupa fakta, atau suatu nilai yang bermanfaat. Jadi ada suatu proses transformasi data menjadi suatu informasi melalui *input-proses-output*. Data merupakan material dasar untuk suatu informasi.²²

Menurut sudut pandang dunia kepustakaan dan perpustakaan, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang.²³

Jadi, informasi tetap dipakai proses penghimpunan, pengumpulan, pencatatan, perekaman, pemotretan, pengolahan, penggandaan, pendistribusian, pengiriman, penyimpanan, pemeliharaan, pengarsipan, pendokumentasian, pengeksposan, dan penyebarluasan, bahkan memutarbalikan fakta bagi mereka yang tidak beretika.

Informasi pemerintahan adalah data mengenai kegiatan badan-badan publik yang meliputi kegiatan legislatif, eksekutif, dan yudikatif, termasuk pencapaian kerja badan publik, keputusan dan pertimbangan badan publik, rencana kerja proyek, kebijakan badan publik dan lain sebagainya.

²² Yogi Suprayogi Sugandi, *Op. Cit*, 200.

²³ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 11.

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.

Pada kantor-kantor, baik pemerintah maupun swasta, bagian yang menangani masalah berkenaan dengan informasi, diberi istilah *bagian publikasi dan dan dokumentasi*. Informasi terhadap berbagai rekaman peristiwa dapat diberikan setelah kita memiliki dokumentasinya baik berupa rekaman kaset, video, catatan tulisan, foto, berbagai barang peninggalan dan lain-lain. Setelah itu baru dipublikasikan sepanjang diperlukan.²⁴

Informasi pemerintahan yang benar (*valid dan shahih*) dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam mengurangi ketidakpastian serta mengantisipasi kendala yang akan diperkirakan terjadi. Jadi informasi bukan sekedar data mentah yang lalu asal disampaikan apa adanya. Tetapi harus sudah diproses, diolah, dan disaring mana yang baik, benar dan perlu disampaikan kepada pihak tertentu. Sebagai abdi masyarakat maka para administrator publik hendaknya menjadi pencari dan sumber informasi bagi masyarakat.²⁵

Paling tidak segenap entitas badan publik yang berhubungan dan bertanggung jawab terhadap pengelolaan informasi, harus memahami informasi dari berbagai informasi yang wajib disediakan dan diumumkan kepada publik untuk mendukung terciptanya masyarakat informasi yang sejahtera.²⁶

1) Informasi yang Wajib Diumumkan Secara Berkala

Instansi pemerintahan sebagai badan publik, wajib menyediakan informasi dibawah kewenangannya, yang mengandung kebenaran dan mudah dijangkau oleh masyarakat. informasi publik yang harus diumumkan secara berkala meliputi: informasi yang berkaitan dengan badan publik, kinerja, laporan keuangan, dan informasi lain yang diatur oleh peraturan perundangan.

²⁴Inu Kencana Syafii, *Ilmu Administrasi Publik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 62.

²⁵*Ibid*, 63-64

²⁶Heri Budianto dan Farid Hamid, *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 338-339.

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

Kewajiban memberikan dan menyampaikan informasi publik, paling singkat enam bulan sekali. Disampaikan dengan cara yang mudah dipahami masyarakat ataupun pengguna informasi.

2) Informasi yang Wajib Diumumkan Serta-Merta

Mencakup informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Ketentuan ini, jika ada penjelasan secara teknis dari peraturan dibawahnya, akan berpotensi sebagai pasal yang dipakai untuk berlindung badan publik, yang tidak mau membuka informasi tertentu yang ditafsirkan secara subjektif untuk kepentingannya.

Informasi yang bersifat serta-merta adalah informasi yang spontan pada saat itu juga. Informasi ini tidak boleh ditahan dan direayasa untuk kepentingan pencitraan badan publik, mengingat sifatnya yang mendesak dan penting untuk segera diketahui oleh masyarakat atau pengguna informasi.

3) Informasi yang Wajib Tersedia Setiap Saat

Badan publik wajib menyediakan delapan macam informasi publik, yang meliputi: (a) daftar informasi publik dibawah pengelolaannya; (b) hasil keputusan dan pertimbangan badan publik; (c) kebijakan berikut dokumen pendukung; (d) rencana kerja proyek; (e) perjanjian badan publik dengan pihak ketiga; (f) kebijakan badan publik; (g) prosedur kerja pegawai; dan (h) laporan pelayanan akses informasi.

Informasi yang telah dinyatakan terbuka bagi masyarakat yang sebelumnya menjadi sengketa, dapat diakses oleh pengguna informasi publik, dengan ketentuan teknis dari komisi informasi.

4) Informasi yang Dikecualikan

Setiap badan publik wajib membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik, kecuali delapan informasi publik yang menyangkut : (a) Informasi publik, jika dibuka akan menghambat proses penegakan hukum, (b) Mengganggu kepentingan

perlindungan hak kekayaan intelektual dan perlindungan dari persaingan usaha yang tidak sehat, (c) Membahayakan pertahanan dan keamanan negara, (d) Mengungkapkan kekayaan alam Indonesia, (e) Merugikan ketahanan ekonomi nasional, (f) Merugikan hubungan kepentingan luar negeri, (g) Mengungkapkan isi fakta autentik yang bersifat pribadi, dan (i) Mengungkapkan rahasia pribadi.

Materi perkecualian informasi publik yang terdapat dalam UU KIP, bukanlah sebagai ketentuan yang dipakai sebagai alat untuk menghindari dari kewajiban menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tetapi digunakan sebagai pedoman untuk memilah-milah informasi yang bersifat terbuka atau tertutup untuk diakses publik.

Dalam paradigma komunikasi, pasal perkecualian informasi publik, juga tidak diposisikan sebagai upaya mengulur-ulur waktu, karena merekayasa informasi sebelum disampaikan kepada publik. Dengan kata lain, informasi badan publik yang muncul kepermukaan atau yang disampaikan kepada publik tidak natural lagi, karena sudah direkayasa.

Untuk mendukung kinerja unit pengelola informasi publik harus didukung oleh sumber daya manusia berkualitas yang didukung oleh tersedianya fasilitas teknologi komunikasi-informasi yang memadai. Tersedianya unit pengelola informasi publik dan sumber daya manusia, fasilitas memadai yang efisien dengan kecepatan memadai, maka badan pemerintahan diharapkan dapat menyediakan informasi yang akurat untuk kepentingan media massa.²⁷

B. Kajian Terdahulu

Penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi atau Strategi Komunikasi telah banyak mewarnai judul jurnal dan skripsi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini dicantumkan juga beberapa penelitian terdahulu yang

²⁷*Ibid*, 347.

telah diteliti oleh peneliti lain. Untuk membandingkan dengan peneliti lain dan sekaligus untuk meneliti posisi penelitian ini, maka perlu dilihat penelitian-penelitian lain yang pernah dilakukan. Adapun yang menjadi perbandingan kegiatan penelitian yang peneliti lakukan yaitu berdasarkan pada kajian yang relevan dan sejenis, yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rozalia (2015) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tentang “*Perencanaan Kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau Dalam Melaksanakan Keterbukaan Informasi Publik*”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perencanaan kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini terbagi dua, yakni informan kunci adalah Kepala Bidang Informaasi Publik dan informan pelengkap yakni satu orang staff fungsional Pejabat Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (PPID), dan satu orang staff Sub Perencanaan dan Bina Program yang terlibat dalam kegiatan perencanaan program kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau. Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini yakni tingginya tingkat sengketa informasi antara badan publik dengan pemohon informasi serta kurangnya SDM dalam proses menerapkan keterbukaan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan kehumasan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik. Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan *Perencanaan dibuat berdasarkan riset yang dilakukan oleh Humas dan anggota lainnya dengan serangkaian diskusi secara mendalam dengan berbagai pihak. Setelah menemukan masalah yang terjadi, dibuatlah program-program pemecah masalah, menetapkan*

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.



*wilayah sasaran, penjadwalan, anggaran, pertanggung jawaban, hingga terlaksana tujuan keterbukaan informasi publik.*²⁸

2. Penelitian yang dilakukan oleh Bakri Siddiq (2011) Fakultas Dakwah dan Komunikas Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tentang “*Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kampar Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kecamatan Bangkinang*”. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah strategi Humas Kabupaten Kampar dalam menyebarluaskan informasi pembangunan kepada masyarakat Kecamatan Bangkinag, dan apa yang menjadi faktor-faktor pendukung dan penghambat keberhasilan Humas Pemerintah Kabupaten Kampar dalam menyebarluaskan informasi pembangunan. Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor Bupati Pemerintah Kabupaten kampar tepatnya pada bagian Humas Pemerintah Kabupaten Kampar. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah Kepala Bagian dan Kasubbag Humas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan dan menjelaskan suatu peristiwa. Permasalahan pada penelitian ini adalah banyaknya masyarakat yang berada di Kecamatan Bangkinang tidak mengetahui bagaimana informasi pembangunan di Kecamatan Bangkinang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kampar dalam menyebarluaskan informasi pembangunan. Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan *Strategi Humas dalam menyebarluaskan informasi pembangunan antara lain, yakni : a) bekerjasama dengan wartawan untuk menyebarluaskan informasi. b) Bekerjasama dengan pers, media cetak, daan elektronik dalam menyebarluaskan informasi pembangunan. c) meningkatkan fasilitas-fasilitas untuk menunjang kegiatan Huma. d) media sebagai alat*

²⁸ Rozalia, “*Perencanaan Kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau Dalam Melaksanakan Keterbukaan Informasi Publik*”, (Skripsi Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2015).

*komunikasi gun lebih mengefisienkan penyampaian informasi tentang pembangunan dan lain sebagainya.*²⁹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Gan-Gan Abdul Ghani (2014) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Tentang “*Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Dalam Mensosialisasikan Program Gerakan Sejuta Biopori*” ini merumuskan masalah tentang bagaimana strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam mensosialisasikan program gerakan sejuta biopori dikalangan masyarakat Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* sebagai teknik sampling yang digunakan. Penelitian ini mengambil akar permasalahan dari permasalahan lingkungan yang terjadi di beberapa kota besar di Indonesia yang telah mencapai tingkat mengkhawatirkan maka dari itu mendorong pemerintah Kota Bandung mengajak warga mengatasinya dengan program Gerakan Sejuta biopori yakni kegiatan gotong royong di seluruh wilayah Kota Bandung dan perlu diadakan sosialisasi kemasyarakatan agar informasi program tersebut sampai kemasyarakatan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam mensosialisasikan program sejuta biopori di kalangan masyarakat Kota Bandung. Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan *Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam mensosialisasikan Program Gerakan Sejuta Biopori ialah dimulai dari turunnya surat edaran dari Walikota Bandung menugaskan Dinas Komunikasi dan Informatika*

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.



²⁹ Bakri Siddiq, “*Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kampar Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kecamatan Bangkinang*”, (Skripsi Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2011).

untuk mensosialisasikan melalui media massa mengenai akan dilaksanakannya program Gerakan Sejuta Biopori dikalangan masyarakat Kota Bandung.³⁰

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sekar Komariah (2015) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman tentang “Perencanaan Komunikasi BPJS Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan”. Rumusan masalah yang diangkat dalam jurnal tersebut adalah bagaimana perencanaan komunikasi Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada masyarakat Kota Balikpapan. Penelitian ini dilakukan di Badan Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan (BPJS) Kota Balikpapan. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan Penelitian ini adalah Kepala Unit Kepersetaan dan Pelayanan Peserta dan Staff BPJS Kota Balikpapan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana perencanaan komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) kepada masyarakat Kota Balikpapan. Dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan *Dari aspek analisis khalayak dapat diketahui bahwa dalam analisis khalayak BPJS Kota Balikpapan mengkategorikan khalayak menjadi dua yaitu peserta Penerima Bantuan Iuran (PBI) dan peserta bukan Penerima Bantuan Iuran (Non PBI). Dari aspek penentuan tujuan dapat diketahui bahwa BPJS Kota Balikpapan mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus. Dilihat dari aspek pemilihan media dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan melakukan komunikasi interpersonal dengan cara melakukan komunikasi langsung. Dari aspek rancangan pesan*

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.

³⁰ Gan-Gan Abdul Ghani, “ Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Dalam Mensosialisasikan Program Gerakan Sejuta Biopori”, (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2014).



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.

tidak dapat diketahui BPJS Kota Balikpapan dalam melakukan sosialisasi pesan yang disampaikan berupa ajakan agar masyarakat mendaftar menjadi peserta JKN. Dari aspek evaluasi program diketahui BPJS Kota Balikpapan setiap tahunnya melakukan evaluasi program.³¹

C. Kerangka Pikir

Kerangka teoritis adalah sebuah model konseptual mengenai bagaimana seseorang berteori mengenai hubungan-hubungan antara beberapa faktor atau konsep untuk menjawab masalah penelitian.³²

Untuk mencapai komunikasi yang baik diperlukan suatu perencanaan. Perencanaan komunikasi dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan masalah, karena sebuah proses yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan sisi fungsi dan kegunaan perencanaan komunikasi diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai. Seperti meningkatkan pelayanan publik, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerjasama atau pembangunan infrastruktur komunikasi.³³

Perencanaan komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa model perencanaan komunikasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model perencanaan Komunikasi Cultip dan centre. Pada model perencanaan komunikasi cultip dan centre terdapat empat indikator.

Dalam penelitian ini Perencanaan Komunikasi dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Rokan Hulu melalui Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dalam menyebarluaskan informasi Pemerintahan, dan empat indikator dalam perencanaan komunikasi antara lain:

³¹ Sekar komariah, "Perencanaan Komunikasi Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Kota Balikpapan Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kepada Masyarakat Kota Balikpapan", (Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Mulawarman Samarinda, Kalimantan Timur, 2015).

³² Zulfanef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 46.

³³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, *Op. Cit*, 41.

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.

1. Penemuan fakta

Maksud dari penemuan fakta dalam penelitian ini adalah adanya identifikasi masalah yang terjadi yakni tidak sedikit masyarakat Kabupaten Rokan Hulu yang tidak mengetahui informasi dalam penyelenggaraan pemerintah saat ini seperti kebijakan baru, program kerja, pengelolaan keuangan atau anggaran daerah, pencapaian dan lain sebagainya.

2. Perencanaan

Setelah melakukan identifikasi masalah, maka Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Rokan Hulu selaku Badan Publik dilingkungan Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu yang bertugas memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat, perlu menyusun perencanaan komunikasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi pemerintahan kepada seluruh masyarakat.

3. Komunikasi

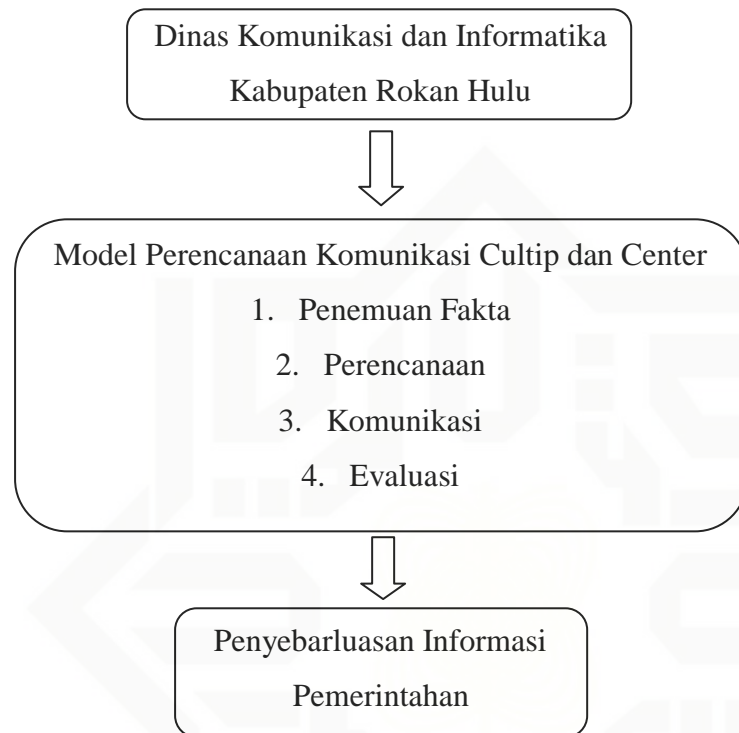
Setelah perencanaan siap, selanjutnya melakukan komunikasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun menggunakan media.

4. Evaluasi

Langkah terakhir ini dilakukan setelah adanya perencanaan-perencanaan yang dilakukan dan dikomunikasikan kepada masyarakat. Evaluasi ini bertujuan agar masalah yang terjadi dapat diminimalisir.

Dari perencanaan komunikasi tersebut diharapkan pelaksanaan penyebarluasan informasi pemerintah dapat berjalan dengan baik, efektif dan tepat sasaran. Lebih jelas dapat dilihat bagan dibawah ini:

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pikir



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.