

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Sosialisasi

Menurut Paul B.Horton dan Chester L.Hunt dalam Damsar sosialisasi sebagai “suatu proses dengan mana seseorang menghayati (mendarah dagingkan, *Internalize*) norma-norma kelompok dimana ia hidup sehingga timbullah diri yang unik”. David B. Brinkerhoff dan Lynn. K White dalam Damsar mengatakan sosialisasi sebagai “suatu proses belajar peran, status dan nilai yang diperlukan untuk keikutsertaan (partisipasi) dalam institusi sosial”. Sedangkan menurut James W. Vander Zanden dalam Damsar mendefinisikan sosialisasi sebagai “suatu proses interaksi sosial dengan mana orang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan prilaku esensial dan tentang tujuan yaitu, sesuatu yang diperlukan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat”. Dari tiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua hal penting dalam suatu proses sosialisasi yaitu, satu, tentang proses yaitu suatu transmisi pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan prilaku esensial. Kedua, tentang tujuan, yaitu sesuatu yang diperlukan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat.<sup>14</sup>

Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan norma-norma sosialnya sehingga membimbing orang itu untuk memperhitungkan harapan orang lain. Sosialisasi dapat diartikan sebagai proses belajar individu untuk mengenal dan menghayati norma-norma serta nilai-nilai sosial sehingga terjadi pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan tuntutan atau perilaku masyarakatnya.<sup>15</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami dan dihayati oleh masyarakat. Pengertian sosialisasi menurut teori-teori sosial juga menyatakan bahwa

<sup>14</sup> Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 151-152.

<sup>15</sup> Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 181.

- 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.

sosialisasi merupakan proses dua arah. Dalam hal ini, masyarakat tidak hanya sebagai target sosialisasi, tetapi juga agen yang aktif untuk mempengaruhi isi dan hasil dari proses tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai sosialisasi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi merupakan suatu proses pengenalan ataupun penyebaran informasi mengenai sesuatu yang ada dalam lingkup masyarakat yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap maupun perilaku seseorang. Sosialisasi juga memungkinkan individu untuk dapat menyesuaikan diri dengan adat maupun norma yang ada di suatu lingkup masyarakat.

#### a. Media Sosialisasi

Pengertian media menurut Wilbur Schram adalah media sebagai teknologi pembawa pesan, teknologi ini dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran. Sedangkan Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa media merupakan sebuah alat bantu, yang bisa berupa apa saja, digunakan untuk menyalurkan pesan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia, seperti mata dan telinga, pesan-pesan yang diterima panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu.<sup>16</sup>

Menurut Narwoko dan Suyanto, “sosialisasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyebarluasan informasi oleh lembaga tertentu kepada masyarakat”. Sosialisasi tersebut dapat dilakukan melalui tatap muka secara langsung dan melalui media. Sosialisasi juga merupakan proses yang amat besar signifikannya bagi kelangsungan keadaan tertib masyarakat.<sup>17</sup> Menurut Soejono Soekanto “sosialisasi merupakan suatu proses sosial dimana seseorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan perilaku orang-orang di dalam kelompoknya”. Sosialisasi juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial yang terjadi bila seorang individu menghayati dan melaksanakan

<sup>16</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 123.

<sup>17</sup> Herlina Sukmawati, “Tingkat Pengetahuan Ibu-ibu Rumah Tangga di Surabaya Tentang Sosialisasi Posyandu Lansia”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 1, No.1* (April 2009), 3.

## 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.

norma-norma kelompok tempat ia hidup sehingga akan menjadi bagian dari kelompoknya.<sup>18</sup>

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosialisasi merupakan proses komunikasi yang menyampaikan pesan kepada khalayak baik secara langsung ataupun menggunakan alat bantu berupa media seperti audio, video dan lain lain yang kemudian mempengaruhi dan memberikan pemahaman dikalangan khalayak terhadap maksud dan tujuan dari pesan yang disampaikan. Kegiatan sosialisasi tidak akan terlepas dari adanya media sebagai penyalur dan penunjang arus informasi. Media sebagai penyalur informasi baik langsung maupun tidak langsung merupakan wadah atau tempat melakukan kegiatan sosialisasi.

Media sosialisasi langsung merupakan penyebaran arus informasi yang dilakukan secara langsung dengan tatap muka kepada khalayak melalui lingkungan baik keluarga, kelompok ataupun lingkungan kerja. Sedangkan media sosialisasi yang tidak langsung adalah penyebaran informasi melalui perantara seperti media elektronik atau media massa. Keduanya saling menunjang guna menciptakan pemahaman publik. Seperti yang akan dijelaskan dalam penelitian ini mengenai media sosialisasi yang digunakan Dinas Sosial Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan aplikasi e-Warung ialah menggunakan media sosialisasi langsung dan tidak langsung.

Ada beberapa bentuk dalam pelaksanaan sosialisasi langsung dan tidak langsung. Bentuk pelaksanaan sosialisasi langsung antara lain seperti pertemuan rapat koordinasi, seminar, diskusi, pemutaran video dan lain-lain. Rapat koordinasi merupakan pertemuan semua pengurus untuk saling menginformasikan, mengkoordinasikan antar bidang serta antar pengurus yang terkait dengan perencanaan dan pengambilan keputusan.<sup>19</sup> Seminar adalah pertemuan untuk membahas suatu masalah yang dilakukan secara ilmiah, menampilkan satu atau beberapa pembicara dengan makalah atau kertas kerja

<sup>18</sup>Taufik Rahman Dhohiri, *Sosiologi Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat*, (Jakarta: Yudhistira, 2007), 79.

<sup>19</sup>Mardiatmadja, *Teknik Memimpin Rapat*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), 5.



yang sebelumnya telah dipersiapkan.<sup>20</sup> Diskusi adalah sebuah interaksi komunikasi antara dua orang atau lebih atau kelompok. Biasanya komunikasi antara mereka atau kelompok tersebut berupa salah satu ilmu atau pengetahuan dasar yang akhirnya akan memberikan rasa pemahaman yang baik dan benar.<sup>21</sup> Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu.<sup>22</sup>

Sedangkan bentuk pelaksanaan sosialisasi tidak langsung antara lain seperti penggunaan alat bantu media cetak (*leaflet*) media sosial (*whatsapp*) dan lain-lain. Media cetak (*leaflet*) adalah salah satu bentuk publikasi singkat yang mana biasanya berbentuk selebaran yang berisi keterangan atau informasi tentang sebuah perusahaan, produk, organisasi atau bentuk layanan lainnya yang perlu diketahui oleh khalayak umum.<sup>23</sup> Media sosial *whatsapp* adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basic mirip *Blackberry Messenger*. *Whatsapp* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena *whatsapp* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain.<sup>24</sup>

Media sosialisasi erat kaitannya dengan komunikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi diantara anggota masyarakat proses sosialisasi tidak akan berlangsung dengan baik. Jadi, dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal, proses sosialisasi tercipta berasal dari interaksi sosial dan interaksi sosial tercipta dari komunikasi yang berjalan dengan lancar. Ketiga hal itu tak mampu dipisahkan

<sup>20</sup> Indra Yuzal, *Panduan Praktik Seminar Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali pers, 2013), 25.

<sup>21</sup> Firdaus, *Diskusi An Intermediate Reader For Indonesian Language*, (Bandung: Airlangga Press ISBN, 2000), 35.

<sup>22</sup> Bernard Grob, *Sistem Televisi dan Video edisi 5*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 30.

<sup>23</sup> Surianto Rustan, *Layout Dasar dan Penerapannya*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 45.

<sup>24</sup> Elcom, *The Best Android Apps For Chatting*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2014), 50.

#### 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.

karena saling berkaitan dan harus ada untuk menciptakan sosialisasi yang maksimal.

#### b. Bentuk-bentuk Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi merupakan hal utama sebelum kebijakan dilaksanakan. Sosialisasi diperlukan sebagai media penyampaian informasi kepada publik. Pelaksanaan sosialisasi dapat dilaksanakan dalam berbagai macam bentuk dan kegiatan. Menurut Peter L. Berger dan Luckman dalam Taufik Rahman Dhohiri mengungkapkan bahwa sosialisasi dibedakan menjadi dua jenis yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder.

##### 1) Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan sosialisasi pertama yang dialami individu sewaktu kecil. Pada tahap ini, anak mulai mengenal keluarganya, dan berlangsung sebelum si anak memasuki lingkungan yang lebih luas seperti lingkungan sekolah.

##### 2) Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder merupakan tahapan lanjutan setelah sosialisasi primer. dalam tahap ini dikenal adanya proses desosialisasi, yaitu proses pencabutan identitas diri yang lama dan dilanjutkan dengan resosialisasi, yaitu pemberian identitas baru yang didapat melalui interaksi sosial.<sup>25</sup>

Bentuk sosialisasi dibedakan berdasarkan sasaran dan tujuannya. Sosialisasi primer merupakan sosialisasi yang dijalankan pertama sebagai fungsi pembentukan. Selanjutnya sosialisasi sekunder merupakan proses berikutnya dari sosialisasi primer dimana berfungsi untuk memperkenalkan. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Ihromi, tahapan bentuk sosialisasi yaitu:

1. Sosialisasi primer, sebagai sosialisasi yang pertama dijalani oleh individu semasa kecil, dimana ia menjadi anggota masyarakat. Dalam tahap ini, sosialisasi primer membentuk kepribadian seseorang ke dalam dunia umum dan keluarga yang berperan sebagai agen sosialisasi.
2. Sosialisasi sekunder, sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasi ke dalam lingkungan atau dunia baru di

<sup>25</sup>Taufik Rahman Dhohiri, *Op.cit*, 82.

masyarakat. Proses sosialisasi pada tahap ini mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme serta adaptasi terhadap lingkungan yang lebih luas.<sup>26</sup>

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa, bentuk-bentuk sosialisasi dibedakan dua berdasar sararan dan tujuannya yakni sosialisasi primer dan sekunder. Sosialisasi primer sebagai tahap pertama berfungsi untuk membentuk pribadi atau memperkenalkan pada lingkup kecil yaitu keluarga. Selanjutnya sosialisasi sekunder merupakan tahap keberlanjutan yang berfungsi memperkenalkan dan memasukkan seseorang ke dalam lingkungan yang lebih luas sebagai salah satu bagian dari masyarakat.

### c. Tujuan Sosialisasi

Pada dasarnya tujuan sosialisasi adalah membangun hubungan kerja sama dengan berbagai komponen masyarakat dan lembaga yang ada. Kemudian, Melalui kerja sama yang erat diharapkan masyarakat merasa memiliki sehingga masyarakat tidak hanya menerima manfaat saja. Kemudian, Diharapkan masyarakat difasilitasi untuk terlibat secara lebih berarti. Namun pada umumnya suatu aktivitas sosialisasi mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan ilmu pengetahuan atau keterampilan yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
2. Membantu individu agar mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
3. Membantu dalam mengendalikan fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
4. Bertingkah laku selaras dan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok khususnya dan masyarakat umum.<sup>27</sup>

### 2. Aplikasi e-Warung

Pada Januari 2017 Kementrian Sosial mencanangkan program e-Warung untuk menyalurkan bantuan sossial dan subsidi dengan sistem nontunai. Sebagai

<sup>26</sup>Thromi, *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga: Edisi Kedua*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), 32.

<sup>27</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1982), 65.



kios, e-Warung adalah sarana yang didirikan dan dikelola secara gotong royong dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). e-Warung dirancang sebagai tempat menjual bahan pangan pokok dan barang yang diproduksi Kube dengan sistem transaksi nontunai menggunakan jaringan internet. Permensos (Peraturan Menteri Sosial) No. 25 Tahun 2016 tentang Bantuan Pengembangan Sarana Usaha melalui e-Warung menyebutkan fungsi e-Warung sebagai tempat menjual bahan pangan murah berkualitas dan kebutuhan pokok rumah tangga, agen bank penyalur bansos non tunai, tempat pemasaran hasil produksi Kube dan tempat layanan koperasi simpan pinjam.<sup>28</sup>

Program e-Warung merupakan hasil kerja sama Kemensos dengan bank pelaksana yakni BNI, Badan Urusan Logistik (Bulog), dan Koperasi Masyarakat Indonesia Sejahtera (KMIS) untuk pendistribusian bansos PKH secara nontunai. Untuk mengakses bantuan ini, KPM mendapatkan kartu keluarga sejahtera (KKS) sebagai sarana untuk mencairkan bantuan. Pola pendistribusian e-Warung demikian berbeda dengan bansos-bansos sebelumnya yang menggunakan Kantor PT. Pos Indonesia sebagai titik pencairan bansos secara tunai dengan menggunakan kupon. Secara konseptual, mekanisme pendistribusian bansos melalui e-Warung mempunyai kelebihan dibandingkan mekanisme sebelumnya.<sup>29</sup> Menurut Mensos, program e-Warung akan dapat mencapai beberapa tujuan sekaligus, yakni:

1. Program e-Warung memberdayakan masyarakat kurang mampu supaya lebih sejahtera sehingga dapat membantu menurunkan angka kemiskinan
2. Program e-Warung meningkatkan akses keluarga miskin ke pelayanan keuangan inklusif dan menghilangkan penyalahgunaan bantuan
3. Program e-Warung merupakan bagian dari upaya membangkitkan kembali semangat gotong royong dalam upaya pengentasan masyarakat miskin

<sup>28</sup>Purnama Sari, “Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtera”, *Jurnal Ilmu Pemerintahan Vol. 3, No. 2* (2017), 101.

<sup>29</sup> *Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2017 tentang Bantuan Pengembangan Sarana Usaha Melalui Elektronik Warung Gotong Royong Kelompok Usaha Bersama Program Keluarga Harapan*, Bab 1, Pasal 3.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Penerima bansos bisa menerima bantuan sesuai dengan jumlah, tepat waktu, dan tepat sasaran, serta secara bertahap bansos bisa diintegrasikan dalam format nontunai. Harga sembako di e-Warung kemungkinan lebih rendah dari pada harga pasar karena pasokan barangnya langsung dari distributor. KPM dapat mencairkan bantuannya kapan saja dibutuhkan dan tidak perlu mengantri lagi
5. e-Warung sekaligus berfungsi sebagai agen bank sehingga pembinaan keluarga miskin tidak lagi sepenuhnya menjadi tanggung jawab pemerintah, melainkan juga melibatkan dunia usaha.

Dalam rancangannya, pemilik dan pengelola e-Warung adalah Kube Jasa (kelompok ini merupakan kelompok bentukan baru yang khusus dibuat untuk program e-Warung) yang terdiri atas tiga orang pengurus (ketua, sekretaris, dan bendahara) dan tujuh anggota penerima bansos dan seorang supervisor. Kesepuluh orang tersebut wajib bersepakat melalui perjanjian formal di antara mereka untuk menentukan lokasi e-Warung dan menunjuk pengelolanya. Dalam mendirikan e-Warung, Kube Jasa mendapat Bantuan Pengembangan Sarana Usaha (BPSU) sebesar Rp 10.000.000 dari Kemensos untuk perbaikan atau pendirian bangunan kios, dan pembelian rak, etalase, dan alat-alat lain. Anggota Kube Jasa adalah mereka yang bertempat tinggal di sekitar lokasi e-Warung. Mereka bertanggung jawab atas keberlangsungan operasi e-Warung dan memelihara hubungan baik dengan Kube lain. Secara sukarela, anggota Kube Jasa menjadi anggota KMIS dan dalam mengelola stok barang dan lalu lintas transaksi keuangan bertanggung jawab kepada KMIS.<sup>30</sup>

Setiap Kube Jasa yang mendapat penetapan resmi oleh Direktorat Jenderal Penanganan Fakir Miskin (Dirjen PFM) memperoleh bansos sebesar Rp 20.000.000 untuk pembelian peralatan, perlengkapan, dan modal kerja e-Warung seperti penyediaan listrik dua titik 900 watt, tablet dengan spesifikasi tertentu, printer, layanan internet selama setahun, timbangan, *vacum* (mesin pengemas hampa udara), *freezer* (lemari pendingin), dan alat pengangkut berupa *trolley*.

<sup>30</sup> Purnama Sari, "Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtera", *Jurnal Ilmu Pemerintahan Vol. 3, No. 2* (2017), 103.

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.

Kriteria pembentukan e-Warung yang tercantum dalam permensos di atas adalah lokasi e-Warung terkoneksi dengan jaringan internet dan jaringan listrik, e-Warung melayani 500 sampai 1.000 keluarga penerima manfaat bansos, e-Warung menggunakan tempat atau rumah pengurus kube jasa atau tempat lain berdasarkan kesepakatan anggota kube dan e-Warung melaksanakan transaksi bansos secara nontunai.<sup>31</sup>

Distributor yang sejauh ini diperankan oleh Bulog merupakan lembaga yang bertanggung jawab menyediakan bahan pangan pokok dalam jumlah dan mutu terjamin, dan dengan harga terjangkau. Dalam melaksanakan tugasnya, distributor bekerja sama dengan KMIS dan bank melalui perjanjian formal untuk mengembangkan sistem pasokan dan pembayaran yang efektif dan efisien. Pemesanan barang dilakukan secara terpusat oleh KMIS untuk disalurkan ke e-Warung dengan harga lebih murah dari pada harga warung di sekitarnya.<sup>32</sup>

### 3. Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT)

Bantuan Pangan Non Tunai adalah bantuan sosial pangan yang disalurkan secara non tunai dari pemerintah kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) setiap bulannya melalui mekanisme akun elektronik yang digunakan hanya untuk membeli bahan pangan di pedagang bahan pangan yang telah bekerja sama dengan bank penyalur.<sup>33</sup> Penyaluran Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) dilaksanakan secara bertahap, dimulai pada bulan Januari 2017 di beberapa daerah terpilih berdasarkan antara lain pada kesiapan infrastruktur pembayaran dan jaringan telekomunikasi, kesiapan pasokan bahan pangan dan usaha eceran, serta dukungan pemerintah daerah.

Penyaluran bantuan pangan non tunai dilaksanakan melalui jaringan sistem pembayaran elektronik interoperabilitas dan interkoneksi yang dapat melibatkan bank penyalur, prinsipal, dan perusahaan. KPM dapat menukarkan bantuan pangan non tunai mereka dengan bahan pangan melalui e-Warung, yaitu

<sup>31</sup> *Ibid*, Bab 2, Pasal 7-8.

<sup>32</sup> *Ibid*, Bab 2, Pasal 9.

<sup>33</sup> *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2017 Tentang Penyaluran Bantuan Sosial Secara Non Tunai*, Bab 1, Pasal 1.



pasar tradisional, warung, toko kelontong, e-Warung KUBE, warung desa, Rumah Pangan Kita (RPK), Agen Laku Pandai, Agen Layanan Keuangan Digital (LKD) yang menjual bahan pangan, atau usaha eceran lainnya.

Penerima manfaat bantuan pangan non tunai adalah keluarga, yang selanjutnya disebut Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Sumber data KPM bantuan pangan non tunai adalah data terpadu program penanganan Fakir miskin, selanjutnya disebut DT-PFM, yang merupakan hasil pemutakhiran basis data terpadu di tahun 2017. Proses pendaftaran peserta BPNT dilakukan secara bersama oleh pemerintah kota (dalam hal ini petugas kelurahan) dan petugas dari bank penyalur untuk masing-masing kelurahan di kantor Kelurahan, atau ruangan lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.<sup>34</sup>

Seluruh proses pendaftaran peserta (sampai dengan disahkannya daftar akhir KPM oleh Walikota dalam aplikasi) harus selesai selambat-lambatnya 60 (enam puluh) hari setelah DPM-1 diterima oleh Pemerintah Kota dan Bank Penyalur. Besaran bantuan pangan non tunai adalah Rp.110.000,-/KPM/ bulan. Bantuan tersebut tidak dapat diambil tunai, dan hanya dapat ditukarkan dengan beras dan atau telur di e-Warung. Apabila bantuan tidak dibelanjakan di bulan tersebut, maka nilai bantuan tetap tersimpan dan terakumulasi dalam akun elektronik bantuan pangan. Mekanisme penyaluran dana bantuan pangan terdiri dari 2 (dua) tahap, pertama adalah Transfer Dana Bantuan Pangan dan berikutnya Notifikasi kepada KPM.<sup>35</sup>

a. Transfer Dana Bantuan Pangan yakni:

- 1) Bank penyalur membukakan akun elektronik bantuan pangan untuk masing-masing KPM berdasarkan DPM-1 perubahan yang diterima dari Kementerian Sosial.

<sup>34</sup> Handika Yogasulistyo, "Efektivitas e-Warung KUBE Jasa PKH Sejahtera Wirobrajan Dalam Mengoptimalkan Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kota Yogyakarta 2017 (Studi Kasus e-Warung KUBE Jasa PKH di Kelurahan Pakuncen Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta)", *Skripsi mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2017, 40.

<sup>35</sup> *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2017 Tentang Penyaluran Bantuan Sosial Secara Non Tunai*, Bab 3, Pasal 5-7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Riay

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) Pemindah bukuan dana bantuan pangan dari rekening Kementerian Sosial pada bank penyalur ke akun elektronik bantuan pangan KPM dilakukan 30 (tiga puluh) hari kalender sejak dana ditransfer dari kas Negara ke rekening Kementerian Sosial di bank penyalur.
  - 3) Transfer dana bantuan pangan ke akun elektronik bantuan pangan KPM tidak dikenakan biaya administrasi.
  - 4) Aktivasi dilakukan melalui sistem bank pada hari yang sama dengan transfer dana bantuan pangan ke akun elektronik bantuan pangan KPM.<sup>36</sup>
- b. Notifikasi kepada KPM yakni:
- 1) Bank penyalur memberikan notifikasi dana bantuan pangan yang sudah ditransfer ke akun
  - 2) Elektronik bantuan pangan KPM antara lain dapat berupa SMS ke nomor HP KPM atau bekerjasama dengan Pemerintah Daerah untuk menginformasikan ke KPM hal-hal terkait bantuan pangan non tunai.
  - 3) Notifikasi sebagaimana dimaksud pada poin di atas sekurang-kurangnya meliputi informasi bahwa transfer dana bantuan pangan ke rekening KPM sudah dilakukan serta jumlah dana bantuan pangan tersebut.
  - 4) Biaya notifikasi menjadi tanggung jawab bank penyalur dan tidak memotong besaran bantuan pangan.
  - 5) Pembelian bahan pangan oleh KPM pada e-Warung.

KPM memanfaatkan bantuan pangan non tunai melalui e-Warung. e-Warung adalah agen bank, pedagang dan atau atau pihak lain yang telah bekerja sama dengan bank penyalur dan ditentukan sebagai tempat pembelian bahan pangan oleh KPM. Bantuan tersebut tidak dapat diambil tunai, dan hanya dapat ditukarkan dengan beras dan atau telur di e-Warung. Apabila bantuan tidak dibelanjakan di bulan tersebut, maka nilai bantuan tetap tersimpan dan terakumulasi dalam akun elektronik bantuan pangan. Masyarakat dapat memperoleh informasi tentang program bantuan pangan non tunai melalui RT/RW setempat, serta memantau media sosial. Informasi mengenai kepesertaan program bantuan pangan non tunai dapat dikonfirmasi di RT/RW, Kelurahan

<sup>36</sup> *Ibid*, Bab 3, Pasal 8-10.

## 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.

masing-masing KPM, Kecamatan (TKSK), Dinas Sosial setempat, atau kepada bagian Humas Kementerian Sosial RI.

a. Tujuan Program Bantuan Pangan Non Tunai antara lain:

- 1) Mengurangi beban pengeluaran KPM melalui pemenuhan sebagian kebutuhan pangan
- 2) Memberikan nutrisi yang lebih seimbang kepada KPM
- 3) Meningkatkan ketepatan sasaran dan ketepatan waktu penerimaan Bantuan Pangan bagi KPM
- 4) Memberikan lebih banyak pilihan dan kendali kepada KPM dalam memenuhi kebutuhan pangan
- 5) Mendorong pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan

b. Manfaat Program Bantuan Pangan Non Tunai adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya ketahanan pangan di tingkat KPM sekaligus sebagai mekanisme perlindungan sosial dan penanggulangan kemiskinan
- 2) Meningkatnya transaksi non tunai dalam agenda Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)
- 3) Meningkatnya akses masyarakat terhadap layanan keuangan sehingga dapat meningkatkan kemampuan ekonomi yang sejalan dengan Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI)
- 4) Meningkatnya efisiensi penyaluran bantuan sosial
- 5) Meningkatnya pertumbuhan ekonomi di daerah, terutama usaha mikro dan kecil di bidang perdagangan.<sup>37</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Penelitian mengenai program pemerintah yang menjelaskan tentang sosialisasi aplikasi e-Warung tidak ada sebelumnya. Namun ada beberapa penelitian memiliki konsep yang kurang lebih serupa. Penelitian tersebut sangat banyak memberikan masukan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Penelitian tersebut antara lain akan dijelaskan sebagai berikut :

<sup>37</sup>Pelaksanaan Bantuan Pangan Non Tunai, Dalam, *https:bantuanpangan.com, beranda, unduh, Pedoman, 12 Januari 2017* (diakses 26 Maret 2018).

## 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.

1. Penelitian terdahulu skripsi yang berjudul Efektivitas e-Warung KUBE Jasa PKH Sejahtera Wirobrajan Dalam Mengoptimalkan Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kota Yogyakarta 2017 (Studi Kasus e-Warung KUBE Jasa PKH di Kelurahan Pakuncen Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta) oleh Handika Yogasulistyo mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2017. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini, akan mengukur sejauh mana hubungan kerjasama antar stakeholder, yang nantinya akan diukur menggunakan 5 indikator efektivitas, yaitu Pemahaman Program, Tepat Sasaran, Tepat Waktu, Tercapainya Tujuan dan Perubahan Nyata. Hasil dalam penelitian ini adalah analisis pengelolaan e-Warung berdasarkan indikator efektivitas yaitu pelaksanaan e-Warung di Kelurahan Pakuncen belum berjalan dengan efektif dan efisien, karena masih terdapat beberapa kendala seperti mesin EDC *error*, keterlambatan sarana-prasarana yang diberikan dan kartu KKS cenderung *error*. Selanjutnya, jumlah peserta awal penerima bantuan sosial mengalami penurunan yaitu pada tahap I telah tersalurkan sebesar 13.289 peserta menjadi 10.631 peserta pada tahap IV, karena beberapa kendala seperti: peserta meninggal dunia, peserta pindah alamat dan adanya *double data*. Kemudian, berdasarkan data diperoleh, jumlah peserta di Kelurahan Pakuncen sebesar 632 peserta dan bantuan sosial yang telah disalurkan sebanyak 492 peserta. dapat disimpulkan masih terdapat 132 peserta yang belum mencairkan dana tersebut, sehingga pelaksanaan e-Warung belum berjalan dengan efektif dan efisien. Perlu adanya perbaikan yang dilakukan seperti: memberikan sosialisasi lebih mendalam kepada masing-masing stakeholder, perbaikan terkait sarana-prasarana dan kartu KKS elektronik yang diberikan, memberikan barang kebutuhan pokok (terutama beras) dengan kualitas yang baik atau premium, melakukan perbaikan mengenai jumlah peserta yang layak dan tidak layak mendapatkan bantuan sosial serta memberikan pelatihan kepada Kube Jasa sebagai pengelola e-Warung.<sup>38</sup> Dalam penelitian yang dilakukan terdapat

<sup>38</sup> Handika Yogasulistyo, "Efektivitas e-Warung KUBE Jasa PKH Sejahtera Wirobrajan

## 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.

persamaan yakni permasalahan mengenai e-Warung sebagai Bantuan Pangan Non Tunai, namun dalam penelitian ini tidak membahas mengenai efektifitas dalam mengoptimalkan e-Warung melainkan membahas bagaimana proses sosialisasi yakni sosialisasi langsung dan tidak langsung yang dilakukan sebagai langkah memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait program e-Warung sebagai bentuk Bantuan Pangan Non Tunai.

2. Purnama Sari dalam jurnal Ilmu Pemerintahan tahun 2017 volume 3 no 2 yang berjudul Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtra. Metode yang digunakan adalah *Focus Group Discussion* (FGD) untuk tahap evaluasi awal untuk mengetahui potensi peserta dalam membuat suatu produk yang akan dijadikan media usaha, metode ceramah untuk tahap sosialisasi program KUBE, metode demonstrasi untuk tahap pelatihan keterampilan pembuatan produk. Hasil dalam penelitian ini yaitu terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga yang termasuk ke dalam masyarakat prasejahtera di RT 05 Dusun Gunungsari, Produk makanan kue kering, keripik pisang dan keripik singkong merupakan produk yang dijadikan media usaha bagi para peserta, pendampingan usaha dengan memberikan pemahaman mengenai bagaimana mengelola dan mengembangkan usaha kecil.<sup>39</sup> Dalam pembahasan penelitian diatas tidak menjelaskan mengenai proses sosialisasi sebagaimana yang dijelaskan pada penelitian ini yaitu sosialisasi langsung dan tidak langsung. Sosialisasi terkait aplikasi e-Warung sebagai bentuk Bantuan Pangan Non Tunai yang diberikan kepada anggota agar anggota paham dan mengerti mengenai aplikasi e-Warung.

3. Neka Fitriyah dalam jurnal komunikasi September tahun 2013 volume 10 nomor 2 yang berjudul Model Komunikasi Dalam Mensosialisasikan e-KTP di Kota Serang. Penelitian ini berawal dari program pemerintah tentang e-KTP

---

Dalam Mengoptimalkan Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kota Yogyakarta 2017 (Studi Kasus e-Warung KUBE Jasa PKH di Kelurahan Pakuncen Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta)", *Skripsi mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2017, 30.

<sup>39</sup>Purnama Sari, "Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtra", *Jurnal Ilmu Pemerintahan Vol. 3, No. 2* (2017), 99.

## 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.

yang diwajibkan bagi seluruh masyarakat. Kota Serang termasuk Pemerintah yang memiliki program e-KTP bagi penduduknya. Hasil dari penelitian ini antara lain model perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil sebelum memulai program pemasaran e-KTP yaitu dimulai dari menganalisis situasi untuk melakukan perencanaan mengenai program sosialisasi e-KTP. Analisis organisasi yang dimana dengan melakukan analisis organisasi akan dapat mengetahui pengamatan internal yang ada dalam organisasi, Dinas kependudukan dan Catatan Sipil juga melakukan analisis publik, analisis publik yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil yaitu untuk mengetahui masyarakat yang akan menjadi sasaran dalam program sosialisasi. Hambatan lainnya yang dirasakan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam pembuatan e-KTP itu sendiri yaitu hambatan saat pembuatan e-KTP dilapangan yang dimana pada saat pembuatannya mengalami sedikit kendala. Hal itu disebabkan karena alat perekaman e-KTP yang masih terbatas sehingga proses pembuatannya juga mengalami keterlambatan dan itu juga mengakibatkan banyak masyarakat yang harus menunggu untuk mendapatkan panggilan dalam pembuatan e-KTP. Media dalam membantu proses berlangsungnya kegiatan pemasaran e-KTP, menggunakan media-media lokal yang ada di Kota Serang seperti baik media cetak, televisi dan radio. Media tersebut antara lain Surat Kabar yaitu Radar Banten, Kabar Banten dan Banten Raya Post, dan juga menggunakan media televisi yaitu Banten Tv dan radio-radio lokal lainnya yang ada di Kota Serang. Semua media itu dilakukan untuk menunjang jalannya kegiatan sosialisasi agar dapat berjalan lebih lancar.<sup>40</sup> Pembahasan yang dijelaskan sama-sama berkaitan tentang sosialisasi, namun berbeda dengan penelitian ini yakni tidak membahas mengenai model komunikasi melainkan menjelaskan proses sosialisasi langsung dan tidak langsung. Permasalahan lain yang berbeda yakni sosialisasi e-KTP dengan sosialisasi aplikasi e-Warung sebagai bentuk Bantuan Pangan Non Tunai kepada anggota.

<sup>40</sup> Neka Fitriyah, "Model Komunikasi Dalam Mensosialisasikan e-KTP di Kota Serang", *Jurnal Komunikasi Vol. 10, No. 2* (September 2013), 66.



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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Mulyanti dalam jurnal komunikasi tahun 2014 volume 2 nomor 2 yang berjudul Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Untuk Menekan Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kelurahan Sangasanga Dalam Kecamatan Sanagsanga. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Strategi Sosialisasi yang digunakan pemerintah khususnya pelaksana kerja program keluarga berencana dan pemberdayaan perempuan di kelurahan Sangasanga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu sosialisasi yang dilakukan sukses memberikan informasi kepada masyarakat tentang sosialisasi program keluarga berencana guna menekan pertumbuhan jumlah penduduk, namun tidak dapat meningkatkan minat masyarakat untuk turut mensukseskan program pemerintah sehingga meningkatnya angka kelahiran di wilayah kelurahan Sangasanga Dalam. Strategi sosialisasi yang digunakan pelaksana kerja keluarga berencana kelurahan Sangasanga terdiri dari lima strategi utama yaitu menggerakkan dan memberdayakan masyarakat dalam program keluarga berencana, menata kembali pengelolaan program keluarga berencana, memperkuat sumber daya manusia, meningkatkan ketahanan dan kesejahteraan keluarga melalui pelayanan keluarga berencana serta meningkatkan pembiayaan keluarga berencana.<sup>41</sup> Penelitian ini sama-sama membahas mengenai sosialisasi, namun Strategi sosialisasi yang dijelaskan dalam penelitian di atas berbeda dengan sosialisasi yang dijelaskan dalam penelitian ini. Pada penelitian di atas tidak menjelaskan proses sosialisasi secara langsung dan tidak langsung seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini, melainkan membahas mengenai bagaimana strategi sosialisasi yang digunakan dalam pelaksanaan program keluarga berencana sebagai upaya menekan angka pertumbuhan penduduk dan tidak menyinggung masalah aplikasi e-Warung sebagai bentuk Bantuan Pangan Non Tunai.
5. Sharon Handaru dalam jurnal komunikasi tahun 2017 volume 5 nomor 1 yang berjudul Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM

<sup>41</sup>Mulyanti, "Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Untuk Menekan Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kelurahan Sangasanga Dalam Kecamatan Sanagsanga", *Jurnal Komunikasi Vol. 2, No. 2* (Februari 2014), 133.

## 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.

*Online* oleh Satlantas Polrestabes Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk melakukan komunikasi efektif berupa rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Sosialisasi program SIM *online* merupakan program dari Humas Polrestabes Surabaya. Dalam hal ini dipilih responden yang berusia 17-64 tahun yang telah mengikuti sosialisasi SIM *online* dan mengetahui brosur, media sosial yang digunakan dalam SIM *online*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa ketujuh unsur memiliki hasil yang efektif. Ketujuh komponen dengan nilai yang tinggi menerangkan bahwa masyarakat Surabaya mengetahui bahwa dalam sosialisasi program SIM online terdapat ketujuh komponen dalam program *Public Relations* agar program ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Setelah dilakukan perhitungan statistik dan juga analisis data, dapat disampaikan bahwa masyarakat Surabaya menilai sosialisasi program SIM online adalah efektif dengan rata-rata keseluruhan yang memiliki nilai  $> 0,5$ . Sehingga dapat diartikan bahwa aktivitas eksternal *Public Relations* dalam mensosialisasikan kebijakan perusahaan kepada publik, dapat dilakukan dengan baik oleh Humas Polrestabes Surabaya yang dapat dilihat dari penilaian masyarakat Surabaya yang menilai bahwa sosialisasi ini efektif, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai bahwa sosialisasi program SIM online adalah sosialisasi yang efektif.<sup>42</sup> Pada penelitian diatas sama-sama mengangkat permasalahan terkait sosialisasi mengenai program, namun program yang dibahas berbeda dengan program yang dijelaskan dalam penelitian ini. Sosialisasi yang dijelaskan menggunakan efektifitas komunikasi untuk memperkenalkan program SIM *online* dan tidak menggunakan sosialisasi langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan penelitian ini yang menjelaskan proses sosialisasi langsung dan tidak langsung mengenai aplikasi e-Warung sebagai Bantuan Pangan Non Tunai kepada anggota.

<sup>42</sup>Sharon Handaru, "Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM *Online* oleh Satlantas Polrestabes Surabaya", *Jurnal Komunikasi Vol. 5, No. 1* (2017), 2-3.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Rizki Rahman Halim dan Cicuk Kusmarianto dalam jurnal Ilmu Komunikasi bulan Juni tahun 2013 volume 2 no 1 yang berjudul Implementasi Kebijakan Program Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) Di Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo. Penelitian ini membahas mengenai Bagaimana implementasi Kebijakan Program e-KTP di Kecamatan Bruno, Kabupaten Purworejo dan untuk mengetahui bagaimana implementasi program e-KTP di Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo. Serta sebagai bentuk evaluasi bahwa program yang dibuat pemerintah telah diimplementasikan kepada masyarakat dan masyarakat merasakan dampaknya. Hasil yang dalam penelitian ini adalah pada saat sosialisasi, petugas kurang jelas dalam penyampaian informasi, hal ini menyebabkan masih ada warga yang kurang sadar akan arti penting e-KTP, sehingga masih banyak warga yang belum dapat meluangkan waktu untuk melakukan rekam data karena masih sibuk dengan pekerjaan atau kegiatan mereka masing-masing. Jaringan komunikasi data juga menjadi penghambat proses pelaksanaan program e-KTP di Kecamatan Bruno. Jaringan ini masih belum berjalan maksimal karena sering terjadi *offline network* atau jaringan yang menghubungkan UPTK ke pusat mati. Hal tersebut diakibatkan karena medan atau lokasi wilayah Bruno merupakan pegunungan sehingga jaringan yang dipancarkan dari pusat sulit untuk menembus atau diterima.<sup>43</sup> Program yang dijelaskan dalam penelitian diatas sama-sama berbasis elektronik yakni elektronik ktp (e-KTP) dan elektronik warung (e-Warung), akan tetapi dalam penelitian ini tidak membahas mengenai implementasi kebijakan program melainkan membahas mengenai proses sosialisasi secara langsung dan tidak langsung mengenai aplikasi e-Warung.
7. Ronny Indra Kurniawan dan Sujianto dalam Jurnal Administrasi Pembangunan Volume 1 Nomor 2 Maret 2013 yang berjudul Efektivitas Implementasi Program e-KTP. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan efektivitas implementasi program e-KTP di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekanbaru. Penelitian

<sup>43</sup> Rizki Rahman Halim dan Cicuk Kusmarianto, "Implementasi Kebijakan Program Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) Di Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 1 (2013), 71-72.

## 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.

ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi dokumen-dokumen resmi, buku-buku, dan hasil-hasil penelitian. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini adalah proses pelaksanaan program e-KTP oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru sudah efektif. Pemerintah Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru mampu berperan sebagai implementator yang baik, dimana mampu bekerjasama dengan jajaran terendah seperti seperti Lurah, RW, RT bekerja sama dalam hal melaksanakan kebijakan program e-KTP. Hal itu terbukti dengan sudah berhasilnya Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru melakukan perekaman dengan jumlah, 27,670 orang di tahun 2012. Walaupun dari segi hasil persentasi Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru masih tertinggal dari kecamatan lain yang ada di Pekanbaru dalam hal sosialisasi untuk menyerahkan e-KTP. Hal tersebut dikarenakan jumlah warga di Kecamatan Bukitraya terbanyak dan dengan daerah jangkauan yang besar.<sup>44</sup> Pada penelitian diatas tidak menyinggung masalah sosialisasi langsung dan tidak langsung seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini. Penelitian diatas lebih mengarah kepada analisis proses dan faktor yang mempengaruhi efektivitas implementasi program e-KTP dan bukan program e-Warung sebagai bentuk Bantuan Pangan Non Tunai. Efektivitas implementasi dan sosialisasi menjadi kajian yang berbeda dalam pembahasan penelitian ini.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pikir memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pikir, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian.

<sup>44</sup> Ronny Indra Kurniawan dan Sujianto, "Efektivitas Implementasi Program e-KTP", *Jurnal Administrasi Pembangunan Vol. 1, No. 2*, (2013), 115.



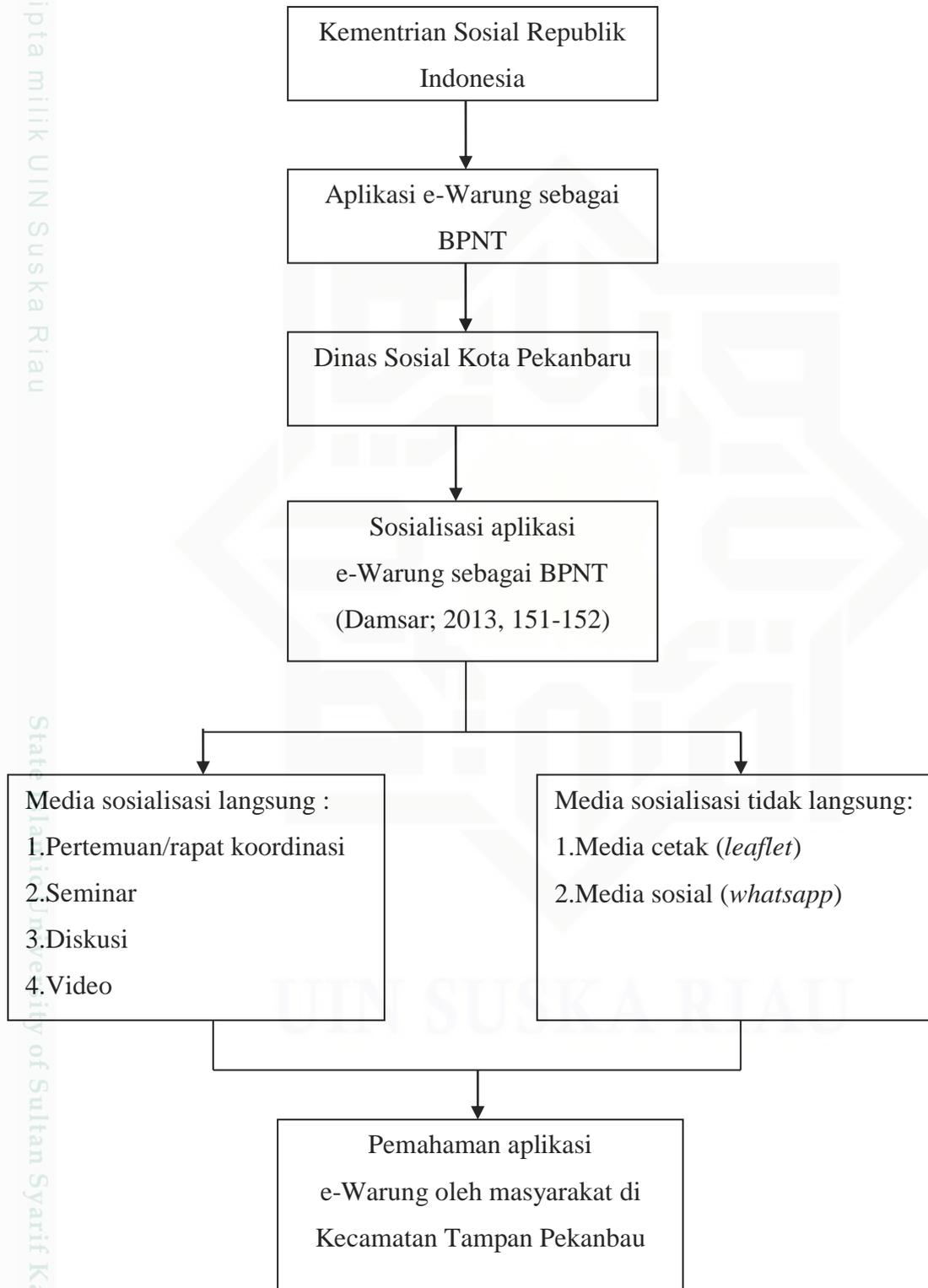
Dalam penelitian ini peneliti mencoba memaparkan bagaimana media sosialisasi yakni media sosialisasi langsung dan tidak langsung sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan Dinas Sosial dalam mensosialisasikan aplikasi e-Warung kepada masyarakat pengguna e-Warung. e-Warung merupakan program baru yang dicanangkan oleh pemerintah kepada masyarakat yang tidak mampu dan telah terdaftar dengan memberikan Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) berbentuk *e-Voucher* yang dapat digunakan untuk membeli barang sembako di kios e-Warung yang telah ditentukan. Diharapkan dengan adanya bantuan melalui program ini akan menciptakan masyarakat yang inovatif, mandiri dan sejahtera serta mampu menekan angka kemiskinan yang ada di Indonesia.

Kementerian Sosial Republik Indonesia mencanangkan aplikasi e-Warung sebagai BPNT (bantuan pangan non tunai). Di Pekanbaru program aplikasi e-Warung dinaungi oleh Dinas Sosial Kota Pekanbaru. Salah satu e-Warung yang beroperasi saat ini ada di Kelurahan Bina Widya Kecamatan Tampan. Dinas Sosial kota Pekanbaru memperkenalkan kepada masyarakat mengenai program aplikasi e-Warung yakni dengan menggunakan proses sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan yakni dengan cara sosialisasi langsung dan tidak langsung. Sosialisasi langsung yang dilakukan seperti pertemuan rapat koordinasi, seminar, diskusi serta pemutaran video, sedangkan sosialisasi tidak langsung yang dilakukan seperti penggunaan media cetak (*leaflet*) dan media sosial (*whatsapp*). Proses sosialisasi dipilih karna ampuh untuk menjelaskan mengenai program aplikasi karna dengan sosialisasi mampu menyentuh masyarakat dengan berkomunikasi, sehingga hasil yang diharapkan berupa pemahaman mengenai program aplikasi yang disampaikan kepada masyarakat pengguna e-Warung dapat tercapai dengan baik dan membuat pengguna tidak bingung lagi dalam penggunaanya.

## 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.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Pemikiran peneliti 2018