

## BAB II

### Kajian Teori dan Kerangka Pikir

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesai* disebutkan bahwa “strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran kasus”<sup>10</sup>.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tetntara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bias diartikan sebagai seni perang para jendral (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”<sup>11</sup>.

Karl von Clausewitz (1780-1831) seseorang pensiunan jendral Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Marthin\_Anderson (1968) juga merumuskan “Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikirkan untuk membawa semua sumber daya yang tersedia da;am mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efesien”<sup>12</sup>.

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang

<sup>10</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RU, *Kamus Besar BAHasa Indonesia*, Edisi ketiga. (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

<sup>11</sup> Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc. Ph.D, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), 61.

<sup>12</sup> *Ibid*, 61.

## 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.

memiliki latar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya para strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Whosetter berlatar belakang matematika<sup>13</sup>.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”<sup>14</sup>.

Menurut pakar komunikasi Onong Uchjana Effendy, mengatakan bahwa: “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya”<sup>15</sup>.

Jadi, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> *Ibid*, 61.

<sup>14</sup> *Ibid*, 61.

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Preaktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

<sup>16</sup> *Ibid*, hal, 32.

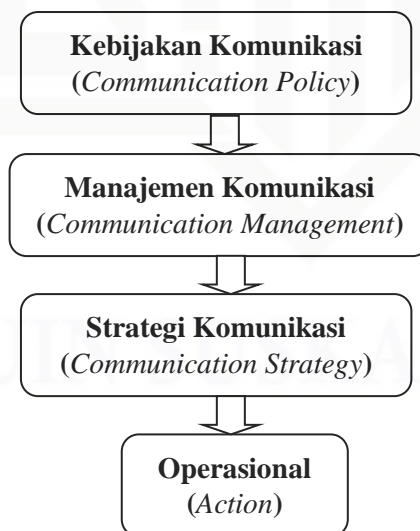
## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., pakar Humas dalam naskah workshop yang berjudul *PR Strategy*, mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah fungsi dasar dari proses manajemen. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, manajemen memiliki unsur perencanaan, unsur pengorganisasian (*organizing*), pengkomunikasian (*communicating*), pengawasan (*controlling*), dan penilaian (*evaluating*). Hal ini bertujuan agar tujuan bersama dapat tercapai dengan baik, serta tidak terjadi penyimpangan dari apa yang direncanakan semula<sup>17</sup>.

Membicarakan hubungan antara perencanaan komunikasi, manajemen komunikasi dan strategi komunikasi memang seringkali mengacaukan, terutama jika ditanyakan lebih dulu yang mana antara perencanaan komunikasi, strategi komunikasi atau manajemen komunikasi. Dan hubungan antara ketiga konsep tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut:

**Gambar 2.1 Penjabaran Perencanaan Komunikasi**



<sup>17</sup>Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 133.

Dalam fokus penelitian ini mengenai strategi komunikasi, terdiri dari dua paduan yaitu, manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi. Perencanaan merupakan suatu dasar dari fungsi lain dalam manajemen untuk melakukan penyusunan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Melakukan perencanaan tadi merupakan suatu kegiatan mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan matang-matang apa saja yang menjadi kendala, dan merumuskan apa saja kegiatan yang akan dilakukan. Sementara itu pengawasan merupakan tahap akhir dalam fungsi manajemen yaitu megawasi segala tindak tanduk dari pergerakan organisasi tersebut. Serta memastikan apa apa organisasi sudah melakukan sesuai perencana yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu pengawasan juga berfungsi mengawasi segala pemakaian sumber daya, sehingga secara tidak langsung pengawasan juga memerintahkan untuk menggunakan sumber daya seefektif dan seefisien mungkin.

Dari sini kita dapat menangkap hakikat manajemen yang diungkapkan oleh George R. Terry ialah apa sesungguhnya yang direncanakan, itu yang harus dicapai. Maka dari itu perencanaan harus silakukan sematang mungkin agar saat pelaksanaanya dapat berjalan sebaik mungkin<sup>18</sup>.

Membahas mengenai manajemen, maka banyak definisi yang diberikan oleh para ahli. Humas merupakan bagian dari proses perubahan dan pemecahan masalah dalam organisasi yang dilakukan secara ilmiah Menurut Cutlip dan Center ada 4 proses. Perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dalam segi proses bisa berkaitan dengan apa yang disebut dengan rumus POAC<sup>19</sup>, yaitu:

1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan susunan langkah-langkah secara sistematis dan teratur untuk mencapai tujuan organisasi atau memecahkan masalah tertentu. Perencanaan juga diartikan sebagai upaya

<sup>18</sup> <file:///C:/Users/root/Downloads/Compressed/Fungsi%20Manajemen%20Menurut%20George%20R%20Terry.htm> (Diakses pada tanggal 28 Desember 2016)

<sup>19</sup> Scot M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Effective Public Relations (Edisi 9)*, (Jakarta: Prenada Media Group), 154.

## 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.

memanfaatkan sumber-sumber yang tersedia dengan memperhatikan segala keterbatasan guna mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Perencanaan merupakan langkah awal dalam proses manajemen, karena dengan merencanakan aktivitas organisasi kedepan, maka segala sumber daya dalam organisasi difokuskan pada pencapaian tujuan organisasi.

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik, dan sasaran. Tahap ini akan mempertimbangkan temuan dalam rangka dalam membuat kebijakan dalam program organisasi. kemudian akan menjawab pertanyaan “Berdasarkan apa yang kita tahu tentang situasi, dan apa yang harus kita lakukan atau apa yang harus kita ubah dan apa yang harus kita katakan?”

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan pembagian tugas-tugas pada orang yang terlibat dalam aktivitas organisasi, sesuai dengan kompetensi SDM yang dimiliki. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegiatan ini merupakan keseluruhan proses memilih orang-orang serta mengalokasikannya sarana dan prasarana untuk menunjang tugas orang-orang itu dalam organisasi, serta mengatur mekanisme kerjanya sehingga dapat menjamin pencapaian tujuan program dan tujuan organisasi.

Tahap selanjutnya adalah pengorganisasian sebelum program aksi dan komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Pertanyaan didalam tahap ini adalah “Siapa yang harus melakukan dan menyampaikan, dan kapan, dimana, dan bagaimana caranya?”

## 3. Menggerakkan (*actuating*)

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik kurang berarti bila tidak diikuti dengan pelaksanaan kerja organisasi yang bertanggung jawab.

## 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.

Untuk itu maka semua Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi. Pelaksanaan kerja harus sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun. Setiap pelaku organisasi harus bekerja sesuai dengan tugas, fungsi dan peran, keahlian dan kompetensi masing-masing SDM untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi yang telah ditetapkan. Inti dari *Actuating* adalah menggerakkan semua anggota kelompok untuk bekerja agar mencapai tujuan organisasi.

Pada tahap ini yang dilakukan yaitu menggerakkan unit-unit yang telah dibentuk untuk menjalankan perencanaan yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Pertanyaan pada tahap ini adalah “apa yang akan disampaikan?”

#### 4. Pengawasan (*controlling*)

*Controlling* bukanlah hanya sekedar mengendalikan pelaksanaan program dan aktivitas organisasi, namun juga mengawasi sehingga bila perlu dapat mengadakan koreksi. Dengan demikian apa yang dilakukan dapat diarahkan kejalan yang tepat dengan maksud pencapaian tujuan yang telah di rencanakan. Inti dari *controlling* adalah proses memastikan pelaksanaan agar sesuai dengan rencana.

Tahap terakhir dalam proses ini adalah melakukan pengawasan atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak. Program akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan “Bagaimana keadaan kita sekarang atau seberapa baik tahap yang telah kita lakukan?”.

Dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teori POAC karena POAC merupakan fungsi manajemen yang bersifat umum dan meliputi keseluruhan proses manajerial. Perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian (pengawasan) merupakan kekuatan para pemimpin dalam melaksanakan fungsi manajerial organisasi. Jika seorang pemimpin mampu secara

## 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.

baik merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi serta segala sumber daya yang ada didalamnya, maka tujuan dari organisasi akan dengan mudah tercapai.

## 2. Tujuan Strategi Komunikasi

Apakah tujuan sentral strategi komunikasi itu? R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral komunikasi sendiri terdiri atas tiga tujuan utama yaitu,

- a. *To secure understanding*
- b. *To establish acceptance*
- c. *To Motivate Action*

*To secure understanding* ialah memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata dia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Dan akhirnya kegiatannya dimotivasi (*to motive action*)<sup>20</sup>.

Bagaimana ada baiknya apabila tujuan komunikasi dinyatakan secara tegas sebelum komunikasi dilakukan, sebab ini menyangkut khalayak sasaran (*target audience*) yang dalam strategi komunikasi secara makro perlu dibagi-bagi menjadi kelompok sasaran (*Target Groups*). Peliknya masalah target audience dan target group ini adalah karena keterkaitan dengan aspek sosiologi, psikologi, antropologi, dan politik mungkin pula Ekonomi<sup>21</sup>.

Secara sosial bisa saja pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak bisa diterima oleh masyarakatnya. Secara psikologi bisa saja jiwanya tidak bisa menerima. Secara Antropologi sah-sah saja suatu kelompok kebudayaan yang telah kuat dipegang teguh tidak bisa menerima begitu saja. Apalagi politik yang sangat beragam aliran politik yang masing-masing mempunyai tujuan dan komitmen tersendiri tidak selalu gampang menerima pesan yang disampaikan oleh penyampai pesan, dari aspek Ekonomi yang mana taraf

<sup>20</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Preaktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

<sup>21</sup> *Ibid*, 33.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kehidupan yang sudah mapan kalau kita lihat terlihat cuek, bahkan terkesan bagaikan tidak ada kejadian.

Berdasarkan target audience dan target group ini, mungkin pesan yang sama harus berbeda formasinya missal, kalimat “demi pembangunan manusia seutuhnya” untuk target audience dapat diubah menjadi “agar rakyat dapat hidup senang di dunia dan di akhirat” dan bagi target groups. Contoh lain “untuk kemakmuran rakyat” diformulasikan menjadi “agar kita hidup dengan memiliki rumah sendiri dengan pakaian bagus dan tanpa kekurangan makanan”, dengan kata lain kata atau kalimat yang serba abstrak diubah menjadi kongkrit mengenai kebutuhan dan keinginan pribadi (*individual want and need*)<sup>22</sup>.

Dengan demikian orang yang menyampaikan pesan, yaitu komunikator, ikut menentukan berhasilnya komunikasi. Dalam hubungan ini factor *source credibility* komunikator memegang peranan yang sangat penting. Istilah kredibilitas ini adalah istilah yang menunjukkan nilai terpadu dari keahlian dan kelayakan dipercaya (*a term denoting the resultant value exsertness and trust thinness*). Seseorang memiliki kredibilitas disebabkan oleh etos pada dirinya, yaitu apa yang dikatakan oleh Ariestoteles yang hingga kini tetap dijadikan pedoman-adalah *good sance* (perasaan baik), *good moral* (moral yang baik) dan *good character* (karakter yang baik) dan kemudian oleh para cendekiawan modern diformulasikan menjadi tekad baik (*good intension*), kelayakan untuk dipercaya (*trustworthiness*), serta kecakapan dan keahlian (*competence or expertness*)<sup>23</sup>.

### 3. Fungsi Strategi Komunikasi

Sesuai dengan pengertian strategi komunikasi komunikasi, strategi komunikasi merupakan oaduan perencanaan komunikasi (*Communcation Management*). Fungsinya adalah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu juga strategi komunikasi berfungsi sebagai petunjuk bagaimana

<sup>22</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Preaktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 33.

<sup>23</sup> *Ibid*, 34



## 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.

operasionalnya, secara praktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi<sup>24</sup>.

Sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa produk dari perencanaan adalah rencana. Rencana sangat bermamfaat bagi proses manajemen. Ada enam fungsi tambahan dari strategi atau perencanaan manajemen suatu organisasi yaitu:

- a. Penerjemah kebijakan umum, kebijakan umum perusahaan ditetapkan oleh manajemen puncak dimana untuk melaksanakannya diperlukan suatu tahap penerjemahan agar menjadi lebih kongkrit.
- b. Perkiraan yang bersifat ramalan, perencanaan berhubungan dengan perkiraan-perkiraan kemas depan harus diramalkan dengan analisis ilmiah serta didasarkan pada fakta dan data masa lalu dan masa sekarang.
- c. Berfungsi ekonomi, oleh karena kemampuan sumber daya yang tersedia sangat terbatas, maka penggunaan sumber daya itu hendaknya direncanakan melalui perhitungan yang matang agar dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan.
- d. Memastikan suatu kegiatan, agar pencapaian tujuan dapat dilaksanakan dengan baik oleh setiap orang dalam organisasi, perlu disusun rencana yang mengatur hak dan kewajiban, tugas dan tanggung jawab serta wewenang mereka dengan rencana yang jelas, mereka akan bekerja dengan penuh kepastian.
- e. Alat koordinasi, koordinasi merupakan kegiatan penting dalam pelaksanaan fungsi manajemen dalam mencapai tujuan dari perusahaan. Agar pelaksanaan koordinasi dapat berjalan lancar, maka salah satu alat yang dapat membantu kegiatan ini adalah rencana kerja.
- f. Alat/sarana pengawasan, untuk mengetahui apakah sesuatu kegiatan yang telah dilakukan hasilnya memuaskan. Untuk mengukur apakah realisasi kerja telah sesuai atau belum, salah satu alat yang dipakai

<sup>24</sup> *Ibid*, 32.

## 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.

sebagai alat ukur dalam melakukan pengawasan dan pengendalian adalah rencana yang dibuat sebelumnya.

## B. Sosialisasi

Sosialisasi memiliki banyak defenisi diantaranya, menurut Vander Zande sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui mana kita mengenal cara-cara berfikir, berperasaan dan bertingkah laku sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam bermasyarakat. Sementara menurut David A. Goslin sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.

Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (*social control*), apabila suatu masyarakat ingin berfungsi efektif, maka para anggota masyarakat harus berperilaku sesuai dengan nilai dan norma sosial yang mengatur pola hidup dalam masyarakat tersebut. Dalam sosialisasi yakni individu-individu menjadi anggota masyarakat dikendalikan sehingga tidak melakukan perilaku menyimpang. Sosialisasi ada membentuk kebiasaan, keinginan dan adat istiadat<sup>25</sup>.

Menurut Peter L. Berger sosialisasi merupakan proses membantu individu-individu belajar menyesuaikan diri terhadap kelompoknya ataupun peranan pola hidup dalam masyarakat yang sesuai dengan nilai norma-norma maupun kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat. Pada umumnya sosialisasi berlangsung sepanjang hayat manusia. Secara garis besar sosialisasi di bagi menjadi dua macam,<sup>26</sup> yaitu:

### 1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil, dimana ia menjadi anggota masyarakat. Biasanya dirinya dengan orang lain disekitar keluarganya. Dengan proses berlangsungnya sosialisasi primer ini, peran orang terdekat sangat penting untuk membuat kepribadian sesuai yang

<sup>25</sup> Syahrial Syarbaini Rusdiyanta, *Dasar-Dasar Sosiologi*, edisi pertama, cetakan pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 95.

<sup>26</sup> Berger dan Luckman. *Tafsir Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 123.

**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.

diharapkan. Hal ini merupakan proses penting, karena apapun yang diserap anak dimasa sekarang menjadi ciri mendasar kepribadian anak setelah dewasa. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pola pengasuh yang baik dan jauh dari suasana kekerasan baik fisik maupun psikis agar kelak karakter anak menjadi baik.

## 2. Sosialisasi Sekunder

Adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Bentuk-bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses resosialisasi seorang diberi identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi seorang mengalami pencabutan identitas diri yang lama.

## C. Kamtibmas

Sebelum peneliti menjelaskan pengertian Kamtibmas, terlebih dahulu dikemukakan pengertian keamanan dan ketertiban. Keamanan yang asal katanya aman adalah suatu kondisi yang bebas dari segala macam bentuk gangguan dan hambatan. Sedangkan pengertian Ketertiban adalah suatu keadaan dimana segala kegiatan dapat berfungsi dan berperan sesuai ketentuan yang ada.

Pengertian Kamtibmas menurut Pasal 1 Undang-undang Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2002 disebutkan bahwa pengertian Kamtibmas adalah:<sup>27</sup>

Keamanan dan ketertiban masyarakat adalah suatu kondisi dinamis masyarakat sebagai salah satu prasyarat terselenggaranya proses pembangunan nasional dalam rangka tercapainya tujuan nasional yang ditandai oleh terjaminnya keamanan, ketertiban, dan tegaknya hukum, serta terbinanya ketentrangan yang mengandung kemampuan membina serta mengembangkan potensi dan kekuatan masyarakat dalam menangkal, mencegah, dan menanggulangi segala bentuk pelanggaran hukum dan bentuk-bentuk gangguan lainnya yang dapat meresahkan masyarakat. Perkataan aman dalam pemahaman

<sup>27</sup> Pasal 1 Undang-undang Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2002

**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.

tersebut mengandung 4 (empat) pengertian dasar, yaitu:

1. Security yaitu perasaan bebas dari gangguan fisik dan psikis.
2. Surety yaitu perasaan bebas dari kekhawatiran.
3. Safety yaitu perasaan terlindung dari segala bahaya.
4. Peace yaitu perasaan damai lahiriah dan batiniah.

Bimbingan Masyarakat (Binmas) Polri pada dasarnya merupakan segala kegiatan terencana dan berkesinambungan dalam rangka membina, mendorong, mengarahkan dan menggerakkan masyarakat agar menjadi paham dan taat kepada peraturan per-Undang-undangan dan norma-norma sosial lainnya serta berperan aktif dalam menciptakan, memelihara dan meningkatkan ketertiban dan keamanan swakarsa.

Sedangkan makna kata tertib dan ketertiban dalam Undang-undang tersebut adalah suatu kondisi dimana unit sosial termasuk di dalamnya adalah warga masyarakat dengan segala fungsi dan posisinya dapat berperan sebagaimana ketentuan yang ada.

#### D. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal peneliti terdahulu, maka sangat membantu memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan.. adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulisan adalah:

1. Yahya Wilyawati dengan judul strategi komunikasi pemasaran PT. Indosat pekanbaru dalam mempromosikan kartu im3. Strategi komunikasi di PT. indosat ini dalam bentuk promosi yang diberikan kemasyarakat berupa kartu perdana indosat, kartu internet dan lain-lain<sup>28</sup>.
2. Firdaus dengan judul strategi komunikasi verbal pimpinan dalam meningkatkan produktifitas kerja pegawai dikantor camat singing kabupaten

<sup>28</sup> Yahya Wilyawati. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Indosat Pekanbaru Dalam Mempromosikan Kartu Im3*. Skripsi. Universitas Islam Negri Syulta Syarif Kasim. 2013.

## 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.

kuatan singing. Penelitian ini dilakukan tahun 2013 dengan konsep meningkatkan produktifitas kerja karyawan/pegawai di kantor camat singing kabupaten kuatan singing<sup>29</sup>.

Dari kedua penelitian terdahulu ini, penulis memahami bahwa keduanya memiliki perbedaan substansi penelitian, apalagi dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini. Pada skripsi Yahya Wilyawati dengan judul strategi komunikasi pemasaran PT. Indosat pekanbaru dalam mempromosikan kartu im3, memfokuskan perencanaan strategi komunikasi untuk mempromosikan produk kartu im3 dan Firdaus dengan judul strategi komunikasi verbal pimpinan dalam meningkatkan produktifitas kerja pegawai di kantor camat singing kabupaten kuatan singing, memfokuskan strategi komunikasi pimpinan ke bawah dan dari bawah ke pimpinan.

## E. Kerangka Pikir

Untuk mengukur keberhasilan sosialisasi program kamtibmas yang dilakukan seorang Binmas Polresta Pekanbaru, maka dalam hal ini dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

### 1. Perencanaan (*planning*)

Berdasarkan data dan informasi yang telah diperoleh, selanjutnya dibuat rencana tindakan yang harus dilakukan Polresta dalam mensosialisasikan program Kamtibmas di Pekanbaru. Perencanaannya adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data-data dan informasi sebelum membuat perencanaan sosialisasi kamtibmas.
- b. Melakukan survey dan patroli ke tempat rawan aksi kejahatan.
- c. Menetapkan tujuan yang ingin dicapai dari program tersebut, yakni menciptakan, memelihara dan meningkatkan ketertiban dan keamanan untuk masyarakat.

<sup>29</sup> Firdaus. *Strategi Komunikasi Verbal Pimpinan Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Pegawai di Kantor Camat Singingi Kabupaten Singingi*. Skripsi. Universitas Islam Sultan Syarif Kasim. 2013.

## 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. Menyampaikan pesan dan kerja sama dengan pihak sekolah, orang tua dan masyarakat tentang sosialisasi kamtibmas.

## 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Dari rencana yang telah dibentuk oleh Humas Polresta Pekanbaru, selanjutnya melakukan pengorganisasian yaitu membentuk tim yang akan menjalankan perencanaan yang telah disusun.

Bentuk pengorganisasian yang dilakukan Binmas Polresta Pekanbaru:

- a. Membentuk tim yang akan diturunkan ke lapangan dan berinteraksi langsung dengan masyarakat dalam mensosialisasikan program kamtibmas.
- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.

## 3. Pergerakan (*actuating*)

Setelah melakukan perencanaan, Humas Polresta Pekanbaru melakukan pergerakan (*actuating*) dari rencana yang telah disusun. Bentuk pergerakannya adalah sebagai berikut :

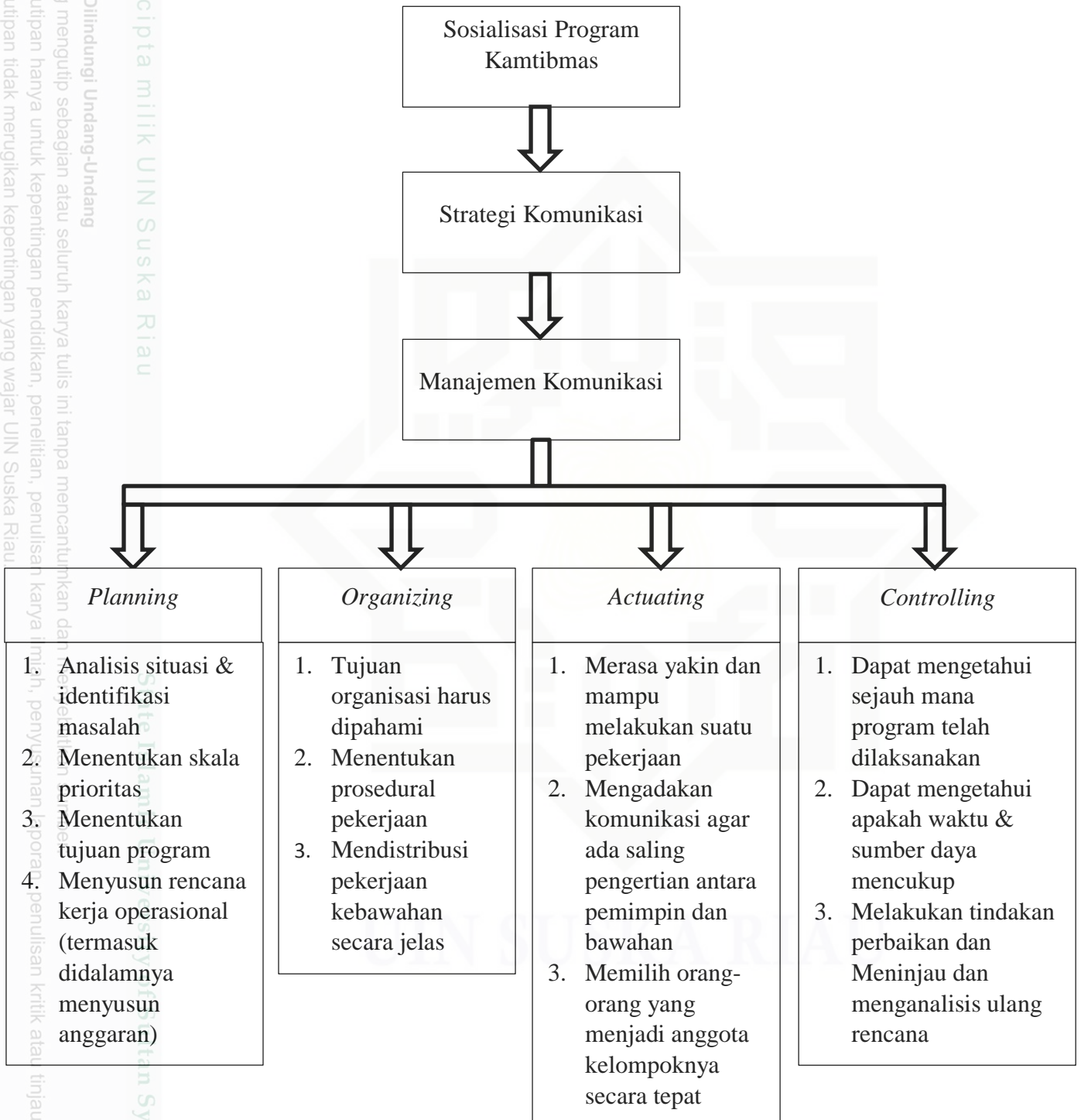
- a. Menjalankan tugas yang telah diberikan kepada tim yang telah dibentuk dalam mensosialisasikan program kamtibmas.
- b. Melakukan kerja sama dan himbauan secara langsung dengan sekolah-sekolah, tempat rawan kriminalitas dan masyarakat tentang program kamtibmas.

## 4. Pengawasan (*controlling*)

Tahap terakhir dalam program ini adalah melakukan pengawasan dan evaluasi atas persiapan, pengorganisasian, penggerakan dan hasil dari program. Bentuk dari pengawasan sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan terhadap sosialisasi yang telah dilakukan tersebut.
- b. Melakukan survey ulang ke tempat yang telah diadakan sosialisasi maupun tempat rawan kejahatan.
- c. Melakukan evaluasi terhadap sosialisasi program kamtibmas yang telah dilaksanakan agar ke depan akan lebih baik lagi.

Gambar 2.2 Skema Kerangka Pikir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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