

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah Komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi. Everett M. Rogers (1985) seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni “ *Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka*”.¹⁵

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan “ *Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam*”.¹⁶

Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku. Sedangkan menurut *Hovland, Janis, & Kelley* komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (Khalayak).

¹⁵ Hafied Cengara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm 33.

¹⁶ *Loc.cit*

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.

Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”¹⁷

Definisi Lasswell, secara eksplisit dan kronologis, menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber), mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan), kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima), melalui saluran apa (alat/sasaran penyampaian informasi), dengan akibat/hasil apa (hasil yang terjadi pada diri penerima). Definisi Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.¹⁸

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, Komunikasi adalah Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara Sekunder.¹⁹

¹⁷ Hafied Cengara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm 18.

¹⁸ *Ibid*, hlm 3.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Humas Membangun citra dengan Komunikasi*, Op. Cit, hlm 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (Simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi, atau opini, baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.²⁰

2) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.²¹

2. Model Komunikasi

Hampir semua diantara kita pernah mengunjungi pameran atau museum. Disana diperlihatkan berbagai macam miniatur, seperti gedung, candi, pesawat terbang, perahu dan sebagainya. Miniatur-miniatur seperti dimaksud adalah model. Model ialah suatu gambaran yang sistematis dan

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hlm 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

abstrak, dimana menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses.²²

Ada juga yang menggambarkan model sebagai cara untuk menunjukkan sebuah obyek, dimana didalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses, pemikiran dan hubungan antara unsur-unsur yang mendukungnya. Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengkategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses.²³

a. Model Lasswell

Model komunikasi Lasswell berupa ungkapan verbal yaitu, *Who* (siapa), *Says What* (mengatakan apa), *In Which Channel* (dalam media apa), *To Whom* (kepada siapa), *With What Effect* (apa efeknya). Model ini dikemukakan Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat.

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Lassweel ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi yang disebut “komunikator”. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.²⁴

Pernyataan kedua adalah *says what* atau apa yang ia katakan. Pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Umumnya kita

²¹ *Loc. Cit*

²²Book dalam Hafied Cengara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm 37.

²³ Hafied Cengara *Op. Cit*, 2009, hlm 39

²⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hlm 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menanyakan pertanyaan ini dalam pemikiran kita dalam berkomunikasi. Kadang-kadang orang perlu mengorganisir lebih dahulu apa yang akan disampaikan sebelum mengkomunikasikannya.²⁵

Pertanyaan ketiga adalah *to whom*. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima pesan (Komunikasi). Penerima pesan (komunikasi) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Sebagaimana komunikator, komunikasi juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.²⁶

Pertanyaan keempat adalah *in wich channel* atau melalui media apa. Yang dimaksud dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu. kadang-kadang suatu media lebih efisien digunakan untuk maksud tertentu tetapi untuk maksud lain tidak.²⁷

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

- 1) Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.
- 2) Pengaruh afektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu.

²⁵ *Loc. Cit.*

²⁶ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm 60.

²⁷ Arni Muhammad, *Op.Cit*, hlm 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3) Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu.²⁸

Model ini adalah versi dari model awal Shannon dan Weaver. Model ini masih linear, melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, memunculkan ‘efek’ bukan makna. Efek menunjukkan sebuah perubahan yang dapat diamati dan diukur dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen dari proses komunikasi yang bisa diidentifikasi. Perubahan satu dari elemen tersebut akan mengubah efek, kita bisa mengubah pengirim, kita bisa mengubah pesan, kita bisa mengubah saluran, perubahan dari masing-masing elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai terhadap efek.²⁹



Gambar 2.1 : Model Komunikasi Lasswell

b. Model S-R

Model stimulus –respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons.



Gambar 2.2 : Model S-R

Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan

²⁸ Nurani Soyomukti, *Op.Cit*, hlm 65.

²⁹ *Ibid*, hlm 50.

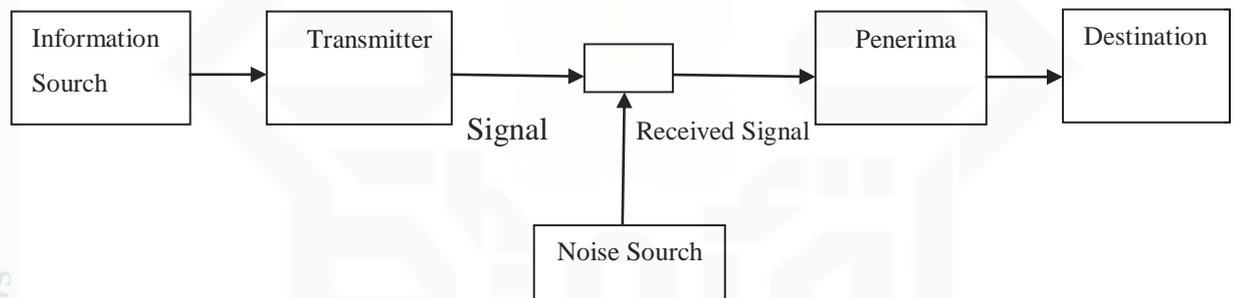
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

respons dengan cara tertentu. Oleh karena itu proses ini dianggap sebagai pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal-balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*Communication act*) berikutnya.³⁰

c. Model Shannon dan Weaver

Model dasar mereka tentang komunikasi menampilkan komunikasi sebagai proses linier yang sederhana. Kesederhanaan dari model ini membuat banyak orang tertarik untuk menjiplak, selain itu sifat linear yang berpusat pada proses juga telah menarik banyak kritikus. Model ini secara umum mudah dipahami pada pandangan pertama. Karakteristik sederhana dan searah sangat jelas terlihat.³¹



Gambar 2.3 : Model Komunikasi Shannon dan Weaver

d. Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik. Ia berjas dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Tepatnya, ia mengemukakan tiga unsur

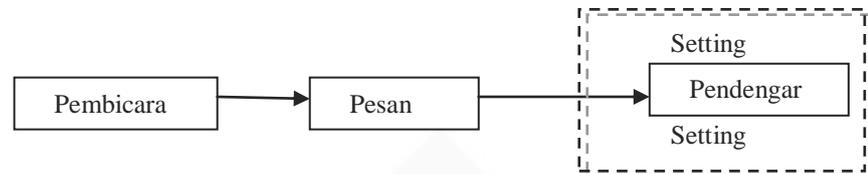
³⁰John C. Zacharis dan Coleman C. Bender dalam Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 144.

³¹John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).

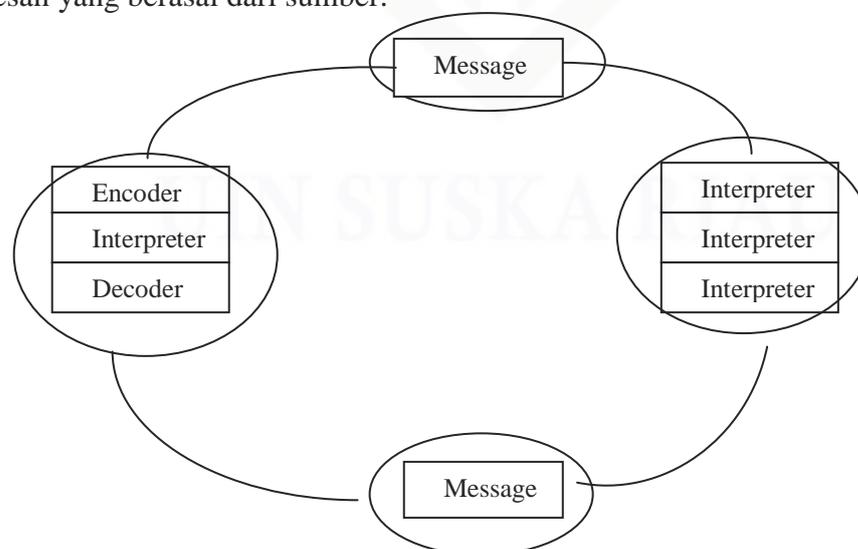


Gambar 2.4 : Model Aristoteles

e. Model Osgood dan Schramm

Salah satu model yang banyak digunakan untuk menggambarkan proses komunikasi adalah model sirkuler yang dibuat oleh Osgood bersama Schramm (1954). Kedua tokoh ini mencurahkan perhatian mereka pada peranan sumber dan penerima sebagai pelaku utama komunikasi.

Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, dimana pesan *ditransmit* melalui proses *encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah translasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan *decoding* adalah translasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber.



Gambar 2.5 : Model Komunikasi Osgood dan Schramm

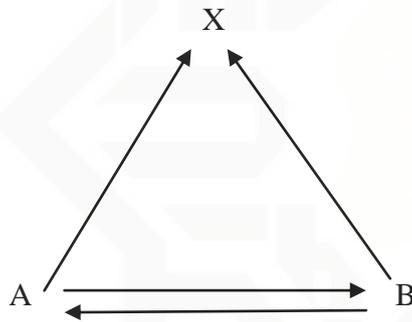
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

f. Model Newcomb

Model tersebut mengasumsikan bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X saling bergantung, dan ketiganya merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat orientasinya.³²

- a) Orientasi A terhadap X, yang meliputi sikap terhadap X sebagai objek yang harus didekati atau dihindari dan atribut kognitif (kepercayaan dan tatanan kognitif)
- b) Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang sama
- c) Orientasi B terhadap X
- d) Orientasi B terhadap A



Gambar 2. 6 : Model ABX Newcomb

3. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak. Pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasi, dan pihak yang kedua adalah pihak yang disosialisasi. Sebagian proses-proses sosialisasi itu harus dikerjakan secara otoriter (oleh orang-orang yang mempunyai kekuasaan atas individu-individu yang disosialisasi).³³

Menurut kacamata Sosiologi, sosialisasi didefinisikan sebagai proses dalam diri seseorang ketika mereka belajar mengenai nilai dan

³² *Ibid*, hlm 154.

³³ J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Op.Cit*, hlm 76.

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.

norma yang terdapat dalam masyarakat, sehingga mereka mampu memainkan peran masing-masing dengan tepat dalam masyarakat (*“socialization is the process through which people learn attitudes, values, and actions appropriate for members of a particular culture”*).³⁴

Melalui proses sosialisasi, diharapkan setiap anggota masyarakat dapat belajar untuk mengetahui nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat, sehingga mereka dapat bertindak sesuai dengan nilai, norma, dan keyakinan tersebut. Dalam pelaksanaannya sosialisasi dapat dilakukan dengan tiga cara, yakni dengan jalan represif yang menekankan pemberian hukuman, partisipasif yang menekankan pada pemberian imbalan dan ekuualitas yang menekankan pada kerja sama.

Menurut Horton (1999: 118) sosialisasi ialah proses mempelajari kebiasaan dan tata kelakuan untuk menjadi suatu bagian dari suatu masyarakat, sebagian adalah proses mempelajari peran. Melalui proses sosialisasi, diharapkan setiap anggota masyarakat dapat belajar untuk mengetahui nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Sehingga mereka dapat bertindak sesuai dengan nilai, norma, dan keyakinan tersebut. Dalam pelaksanaannya sosialisasi dapat dilakukan dengan tiga cara, yakni: (1) Dengan jalan represif yang menekankan pada pemberian hukuman; (2) Partisipatif yang menekankan pada pemberian imbalan; dan (3) Ekuualitas yang menekankan pada kerjasama.³⁵

Sosialisasi membutuhkan komunikasi dalam berinteraksi dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Berger and Luckman (1990) mengatakan bahwa proses sosialisasi diperlukan satu interaksi, karena manusia tidak dapat bereksistensi dalam kehidupan sehari-hari tanpa secara terus-menerus berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Pada dasarnya sosialisasi

³⁴ Astriani Liana Putri, *“Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Pemilu 2014 (Studi kasus KPU Kota Surakarta dalam sosialisasi Pemilu Legislatif 2014)”*, Tahun 2014

³⁵ Noorma Luthfiana Aini, *“Proses Komunikasi dalam sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (Toga)”*, (Tahun 2017)

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.

mengandung dua pengertian dasar, yakni sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi primer merupakan sosialisasi yang pertama yang dialami oleh individu dalam masa kanak-kanak sebagai bagian dari anggota masyarakat, sedangkan sosialisasi sekunder merupakan proses berikutnya yang mengimbas individu yang telah disosialisasikan ke dalam sektor-sektor baru dunia objektif masyarakatnya.

b. Bentuk Sosialisasi

Sosialisasi dapat terjadi secara langsung bertatap muka dalam pergaulan sehari-hari, dapat juga terjadi secara tidak langsung, seperti melalui telepon, surat atau melalui media massa. Sosialisasi dapat berlangsung lancar dan biasanya dengan sedikit saja kesadaran bahwa seseorang sedang disosialisasikan atau sengaja mensosialisasikan diri terhadap kebiasaan kelompok masyarakat tertentu.³⁶

c. Proses Pelaksanaan Sosialisasi

Pelaksanaannya sosialisasi dilaksanakan dengan dua cara: (1) sosialisasi *represif*, dan (2) sosialisasi *partisipatif*. Sosialisasi represif adalah sosialisasi yang di dalamnya terdapat sanksi jika pihak-pihak yang tersosialisasi seperti anak atau masyarakat yang melakukan pelanggaran. Contoh: orangtua yang memberikan hukuman fisik kepada anak yang dianggap melakukan pelanggaran, atau aparat kepolisian menangkap para pengguna narkoba. Sosialisasi seperti ini biasanya menekankan pada penggunaan hukuman terhadap kesalahan agar pelanggar memiliki kesadaran kembali akan kesalahannya dan memberitahukan kepada pihak lain agar tidak meniru perbuatan para pelanggar tersebut.³⁷

³⁶ Abdul Syani, *Op.Cit*, hlm 58

³⁷ Elly M. Setiadi, Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2015), hlm 159

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sosialisasi represif ini biasanya berbicara pada penekanan kepatuhan, penekanan pada komunikasi satu arah (instruksi), dalam arti pihak yang tersosialisasi mau tidak mau harus begitu. Beberapa ciri sosialisasi represif diantaranya:

- 1) Menghukum perilaku yang dianggap keliru, misalnya negara melalui pengadilan memberi vonis kepada pelanggar hukum, orangtua menghukum anak yang melakukan kesalahan, pihak sekolah yang menyetrap siswayang bandel.
- 2) Hukuman dari imbalan (*punish and reward*). Hukum dijatuhkan kepada pelanggaran selain agar pelanggar menyadari kesalahannya dan mengubah langkahnya menjadi baik, juga menyadarkan orang lain bahwa tindakan itu adalah salah, sedangkan imbalan digunakan sebagai perangsang agar seseorang atau sekelompok orang melakukan perbuatan itu sebab perbuatan itu dianggap baik, prestasi dan sebagainya.
- 3) Komunikasi sebagai perintah. Komunikasi sebagai perintah biasanya banyak terjadi di kelompok-kelompok sosial yang menerapkan sistem otoriter, di mana segala bentuk komunikasi antara atasan dan bawahan adalah perintah atau titah yang harus dijunjung tinggi oleh bawahan.

Adapun sosialisasi partisipatif adalah sosialisasi yang berupa rangsangan tertentu agar pihak yang tersosialisasi mau melakukan suatu tindakan.

- 1) Memberikan imbalan bagi perilaku yang baik. Hal ini dapat dilihat dari berbagai macam penghargaan yang diberikan kepada orang-orang yang dianggap berprestasi, sehingga penghargaan ini dijadikan sebagai perangsang agar orang melakukan sesuatu sesuai dengan kehendak yang memberikan penghargaan.
- 2) Otonomi pihak yang disosialisasikan. Misalnya seorang anak diberikan kebebasan untuk memilih jalan hidupnya sendiri sebab

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.

orang yang tahu bahwa dominasi orang tua justru akan menyebabkan kemendekan sebagai daya nalarnya.

- 3) Komunikasi sebagai interaksi. Komunikasi sebagai interaksi artinya dalam komunikasi tersebut bukan instruksi tetapi terdapat hubungan timbal balik. Dalam pola komunikasi seperti ini biasanya hubungan antarpihak-pihak yang melibatkan diri dalam proses tersebut sama-sama memiliki kesempatan untuk mengemukakan pendapatnya.

4. RKPD Online

a. Pengertian RKPD Online

Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) merupakan penjabaran dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) untuk jangka waktu 1 (satu) tahun, yang memuat rancangan kerangka ekonomi daerah, prioritas pembangunan daerah, rencana kerja dan pendanaannya, baik yang dilaksanakan langsung oleh pemerintah daerah maupun yang ditempuh dengan mendorong partisipasi masyarakat, dengan mengacu kepada Rencana Kerja Pemerintah (RKP) yang berbasis teknologi Informasi.³⁸

RKPD memuat rancangan kerangka ekonomi daerah, program prioritas pembangunan daerah, rencana kerja dan pendanaannya serta prakiraan maju dengan mempertimbangkan kerangka pendanaan dan pagu indikatif, baik yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah maupun sumber-sumber lain yang ditempuh dengan mendorong partisipasi masyarakat.

b. Dasar Hukum Perencanaan

- 1) UU 25/2004 tentang Sistem Perencanaan pembangunan nasional,
- 2) UU 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah,
- 3) PP 08/2008 tentang Tahapan, Tata Cara Penyusunan, Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan Daerah

³⁸ Dokumen Bappeda Kabupaten Kampar Mengenai RKPD Online 2017

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.

- 4) PERMENDAGRI 54/2010 tentang Pelaksanaan PP 08/2008.

c. Tujuan RKPD Online

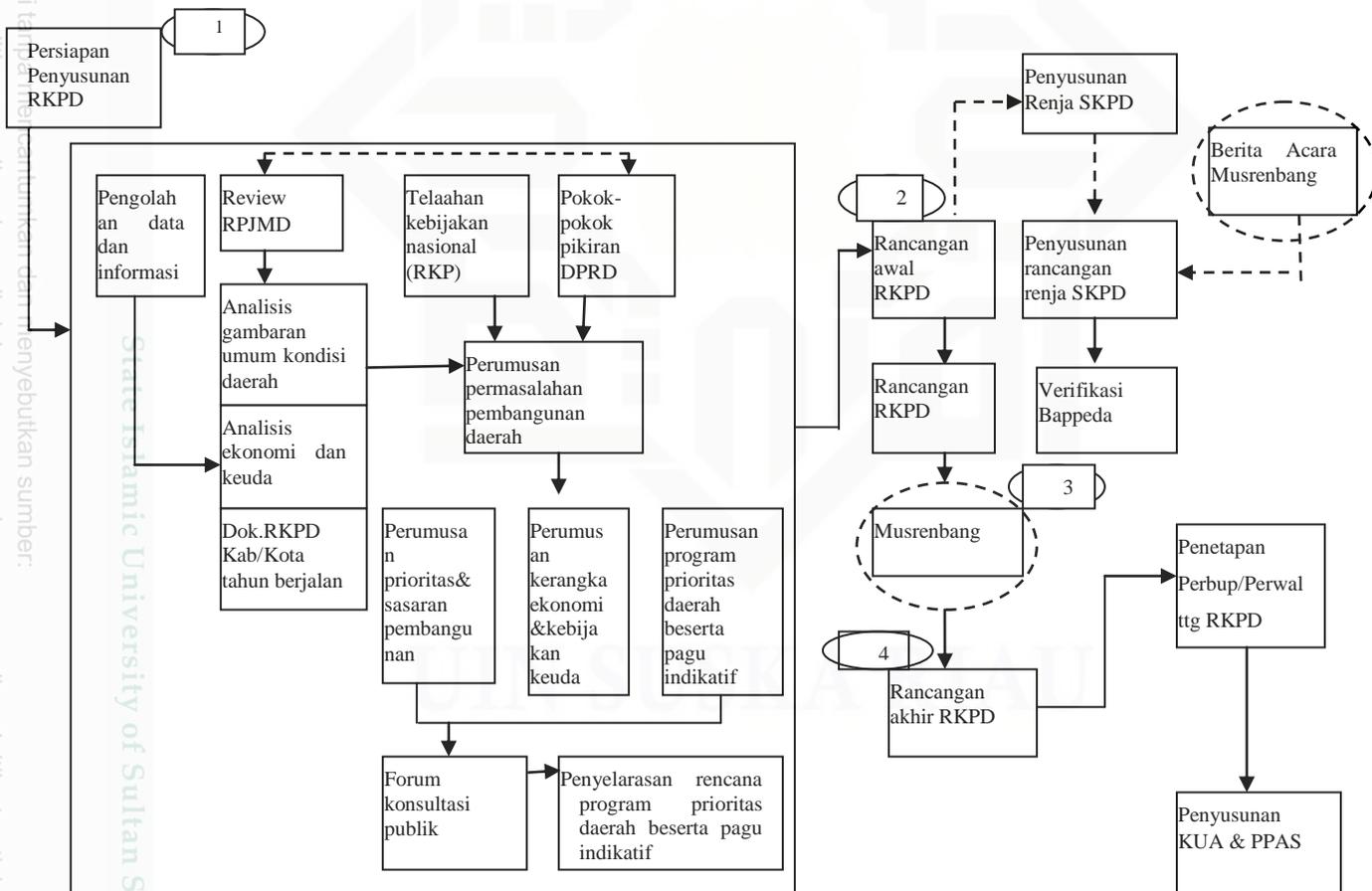
- 1) Pelaksanaan Musrenbang berbasis Teknologi Informasi
- 2) Penyusunan Rencana Kerja SKPD sesuai dengan dokumen perencanaan yang telah di sahkan
- 3) Penyusunan RKPD yang dapat menyelaraskan rencana tahunan dengan rencana strategis
- 4) Penyusunan KUA – PPAS yang sesuai dengan prioritas daerah dan rencana strategis
- 5) Meningkatkan sistem perencanaan daerah yang efektif dan tepat waktu

d. Keunggulan RKPD Online

- 1) Menyelaraskan perencanaan strategis jangka menengah ke dalam rencana, program, dan penganggaran tahunan
- 2) Memudahkan sinkronisasi rencana tahunan dengan rencana strategis.
- 3) Dapat di integrasikan dengan sistem pelaksanaan perencanaan (penganggaran dan pelaksanaan anggaran)
- 4) Menghasilkan Urutan kegiatan prioritas Kelurahan
- 5) Menghasilkan urutan kegiatan prioritas kecamatan
- 6) Database hasil musrenbang yang masuk ke dalam prioritas maupun tidak.
- 7) menyelaraskan hasil usulan musrenbang dengan usulan SKPD dan Pokok – pokok pikiran dewan
- 8) Memetakan usulan program dan kegiatan per urusan database hasil forum SKPD
- 9) Menyelaraskan Program dan kegiatan dalam RKPD dengan dokumen perencanaan jangka menengah dan prioritas daerah
- 10) Menghasilkan prioritas daerah (PPAS)

- 11) Controlling terkait besaran usulan anggaran dari SKPD dengan pagu anggaran yang telah ditetapkan
- 12) Rencana kerja SKPD dapat ditetapkan berdasarkan rencana strategis daerah maupun Renstra SKPD
- 13) Membantu diterapkannya kinerja dari setiap usulan program dan kegiatan dari SKPD
- 14) Usulan program dan kegiatan SKPD sesuai dengan arah kebijakan daerah.³⁹

e. Tahapan dan tatacara penyusunan RKPD (Lampiran Permendagri No 54/2010)



³⁹ Dokumen Bappeda Kabupaten Kampar mengenai RKPD Online 2017

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.

5. Elektronik Government (E-Government)

a. Pengertian E-Government

The World Group mendefinisikan e-government sebagai *e-Government refers to the use by government agencies of information technologies (such as Wide Area Networks, the Internet, and mobile computing) that have the ability to transform relations with citizens, businesses, and other arms of government.* (Bank Dunia mendefinisikan e-Government sebagai penggunaan teknologi informasi oleh instansi pemerintah (seperti Wide Area Networks (WAN), internet, mobile computing) yang dapat digunakan untuk membangun hubungan dengan masyarakat, dunia usaha, dan instansi pemerintah lainnya.⁴⁰

Pada intinya, e-government adalah penggunaan teknologi informasi yang dapat meningkatkan hubungan antara pemerintah dan pihak-pihak lain. Penggunaan teknologi informasi ini kemudian menghasilkan hubungan bentuk baru, seperti G2C (*Government to Citizen*), G2B (*Government to Business Enterprises*), dan G2G (*Inter-agency relationship*).⁴¹

b. Manfaat E-Government

- 1) Pelayanan servis yang lebih baik kepada masyarakat, Informasi dapat disediakan 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu, tanpa harus menunggu dibukanya kantor, informasi dapat dicari dari kantor, rumah, tanpa harus secara fisik datang ke kantor pemerintahan.
- 2) Peningkatan hubungan antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat umum. Adanya keterbukaan (transparansi) diharapkan hubungan antara berbagai pihak menjadi lebih baik. Keterbukaan ini menghilangkan saling curiga dan kekesalan dari kesemua pihak.

⁴⁰ Budi Rahardjo, *Memahami Teknologi Informasi*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), hlm 149.

⁴¹ *Ibid*, hlm 150.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Pemberdayaan masyarakat melalui informasi yang mudah diperoleh. Dengan adanya informasi yang mencukupi, masyarakat akan belajar untuk dapat menentukan pilihannya.
- 4) Pelaksanaan pemerintahan yang lebih efisien.
- 5) Memperbaiki kualitas pelayanan pemerintah kepada para stakeholdernya (masyarakat, kalangan bisnis, dan industri) terutama dalam hal kinerja, efektivitas dan efisiensi di berbagai bidang kehidupan bernegara.
- 6) Mengurangi secara signifikan total biaya administrasi, relasi, dan interaksi yang dikeluarkan pemerintah maupun stakeholdernya untuk keperluan aktivitas sehari-hari.

B. Kajian Terdahulu

1. Puji Lestari dan Machya Astuti Dewi, ” **Model Komunikasi dalam sosialisasi Pengarusutamaan Gender dan Anggaran Responsif Gender di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**”. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana model komunikasi dalam sosialisasi Pengarusutamaan dan Anggaran Responsif Gender di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuannya adalah untuk dijadikan dasar pemetaan hambatan-hambatan yang menyebabkan terkendalanya pelaksanaan Program PUG di Provinsi DIY dan hasil evaluasi dirumuskan model komunikasi alternatif untuk sosialisasi PUG di Provinsi DIY agar implementasi PUG berjalan lebih baik. Metode penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat sebagai penelitian evaluatif. Hasil penelitian ini adalah Program sosialisasi PUG yang pernah dilakukan di provinsi DIY belum sepenuhnya membawa dampak yang menggembirakan bagi kondisi hidup perempuan di provinsi DIY, terutama di tingkat kabupaten, posisi perempuan masih relatif marginal. Berdasarkan evaluasi pelatihan PUG yang sudah pernah dilakukan di provinsi DIY terlihat bahwa berbagai sosialisasi

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 sudah dilakukan tersebut terdapat beberapa kendala kurangnya komunikasi, misalnya: aspek pemberi pesan, pesan atau materi, metode, maupun segmen penerima pesan atau peserta pelatihan belum tepat sasaran.⁴²

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah metode yang digunakan yaitu bersifat sebagai penelitian evaluatif, lokasi penelitian dan objek yang diteliti.

2. Neka Fitriyah, “ **Model Komunikasi dalam Mensosialisasikan E-KTP di Kota Serang**”. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana Model Komunikasi dalam Mensosialisasikan E-KTP di Kota Serang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan Model Komunikasi yang dilakukan pemerintah Kota Serang dalam program e-KTP di Kota Serang dan untuk mengkaji hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Disdukcapil dalam melaksanakan strategi komunikasi pada program e-KTP di Kota Serang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah 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. Hambatan yang dirasakan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam pembuatan e-KTP yaitu alat perekaman e-KTP yang masih terbatas sehingga proses pembuatannya juga mengalami keterlambatan dan mengakibatkan banyak masyarakat harus menunggu untuk mendapatkan panggilan dalam pembuatan e-KTP.

⁴² Puji Lestari dan Machya Astuti Dewi, “ Model Komunikasi dalam Sosialisasi Pengarusutamaan Gender dan Anggaran Responsif Gender di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2*, (Mei - Agustus 2010)

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.

Media dalam membantu proses berlangsungnya kegiatan pemasaran e-KTP, menggunakan media-media lokal yang ada di Kota Serang.⁴³

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dari segi waktu dan lokasi penelitian, dan objek yang diteliti.

3. Marlanny Rumimpunu, dkk, “ **Strategi Humas dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT.PLN (PERSERO) Wilayah Suluttenggo di Ranotana**”. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana strategi humas dalam mensosialisasikan program listrik pintar PT.PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo di Ranotana. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif, strategi, dan hambatan-hambatan humas dalam mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT.PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo di Ranotana. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya motif humas pada masa lalu yaitu bagaimana humas mensosialisasikan kepada pelanggan PLN pengguna listrik pascabayar agar membayar listrik tepat waktu, dan motif humas pada saat ini adalah untuk mensosialisasikan program listrik pintar kepada pelanggannya agar beralih dari listrik pascabayar dan listrik Prabayar. Strategi yang dilakukan humas adalah dengan cara melakukan komunikasi terbuka, talk show, dan melakukan hubungan dengan pers lokal serta melakukan publikasi. Dan hambatan-hambatan dalam mensosialisasikan program listrik pintar ke masyarakat terdiri dari aspek kognitif, afektif, dan konatif.⁴⁴ Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dari segi judul yaitu menggunakan strategi, segi waktu dan lokasi penelitian, dan objek kajian yang diteliti.

⁴³ Neka Fitriyah, “ *Model Komunikasi dalam Mensosialisasikan E-KTP di Kota Serang*”, Jurnal Komunikologi Volume 10 Nomor 2 (September 2013)

⁴⁴ Marlanny Rumimpunu, dkk, “ *Strategi humas dalam mensosialisasikan program listrik pintar PT.PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo di Ranotana*”, Journal Volume III. No. 1 (Tahun 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.

4. Ria Resviana, “ **Strategi Komunikasi Dalang Collection Dalam Mensosialisasikan Program Bank Sampah di Kota Pekanbaru**”. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana strategi komunikasi Dalang Collection dalam mensosialisasikan Program Bank Sampah di Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dalang Collection dalam mensosialisasikan Program Bank Sampah di Kota Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang penyajiannya secara deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Strategi komunikasi Dalang Collection dalam mengidentifikasi khalayak sasaran adalah dengan membagikan khalayak sarannya berdasarkan tempat, struktur pesan yang dipakai Dlang Collection adalah model ANSVA, yaitu bekerja sama dengan orang-orang yang memiliki pengaruh.⁴⁵ Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah mengenai judul yaitu menggunakan strategi komunikasi, lokas dan waktu penelitian, dan objek penelitian.
5. Noorma Luthfiana Aini,” **Proses Komunikasi dalam Sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (Toga)**”. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi dalam sosialisasi pemanfaatan Toga oleh Tim Penggerak PKK kepada masyarakat Desa Ngunut, Kabupaten Karanganyar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Tim penggerak PKK kepada masyarakat desa Ngunut, Kabupaten Karanganyar dalam sosialisasi pemanfaatan Toga. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Tim Penggerak PKK Desa Ngunut melakukan usaha sosialisasi kepada masyarakat untuk melakukan pemanfaatan TOGA dalam sosialisasi tersebut terdapat

⁴⁵ Ria Risviana,” *Strategi Komunikasi Dalang Collection dalam Mensosialisasikan Program Bank Sampah di Kota Pekanbaru*”, Jom FISIP Volume 1 No. 2 (Oktober 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses komunikasi yang meliputi lima unsur yaitu: komunikator, komunikan, pesan, saluran, dan umpan balik. Dalam penelitian ini adalah tim penggerak PKK Desa Ngunut yang dianggap masyarakat ahli di bidang pemanfaatan TOGA. Pesannya adalah berisi ajakan kepada masyarakat untuk melakukan pemanfaatan TOGA sebagai sarana meningkatkan kesehatan masyarakat. Mediana adalah menggunakan saluran komunikasi personal dengan menggunakan kata-kata atau komunikasi verbal yaitu melalui pertemuan-pertemuan yang ada di desa. Komunikannya adalah seluruh masyarakat Desa Ngunut. Dan efeknya adalah masyarakat Desa Ngunut dapat melakukan pemanfaatan TOGA di dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁶

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dari segi judul yang menggunakan Proses komunikasi, segi lokasi dan waktu, dan berdasarkan objek penelitian.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman di dalam pokok bahasan, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari secara keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah.⁴⁷

Sekian banyak model komunikasi, penulis membuat model yang paling cocok diterapkan Bappeda Kabupaten Kampar dalam mensosialisasikan RKPD Online untuk mewujudkan E-government yaitu model komunikasi Lasswell, karena model komunikasi ini dianggap mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang

⁴⁶ Noorma Luthfiana Aini, "Proses Komunikasi dalam Sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (Toga)", (Tahun 2017)

⁴⁷ Elvinaro Ardianto, *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), hlm 20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

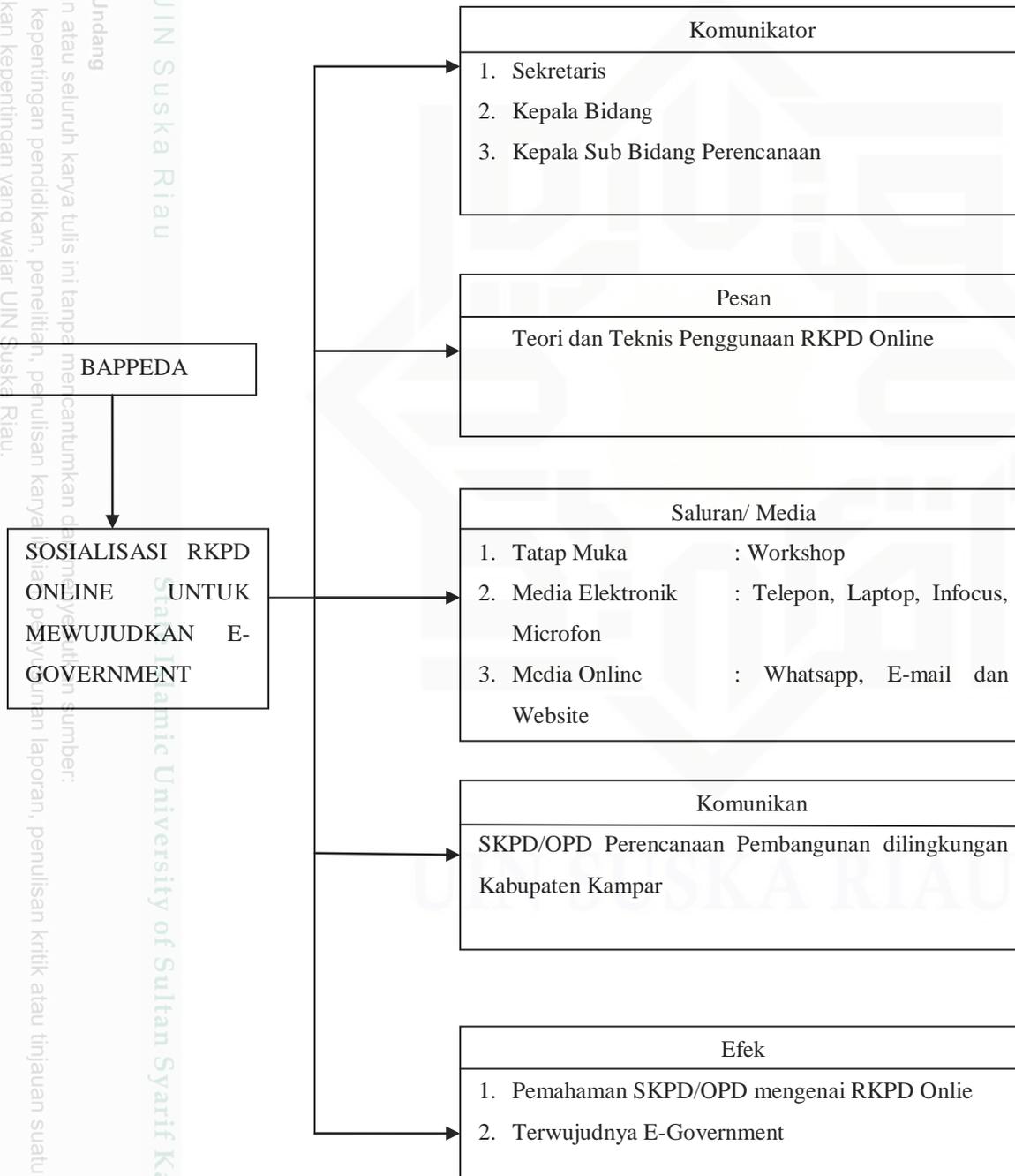
ada yaitu mampu melukiskan proses komunikasi yang di dalamnya akan tergambar secara jelas hal apa saja yang harus dilakukan sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi berdasarkan fungsi dari model komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi ini merupakan serangkaian tahapan berurutan yang melibatkan komponen-komponen komunikasi berupa komunikator, pesan, media, komunikan dan efek

Adapun indikator-indikator yang akan dioperasionalkan adalah Model Komunikasi Bappeda Kabupaten Kampar dalam Mensosialisasikan RKPD Online untuk mewujudkan e-Government yang diukur dalam indikator sebagai berikut:

1. Sumber (*Source*), sering juga disebut komunikator yaitu si pengirim pesan. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Dalam penelitian ini sumbernya adalah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten kampar yaitu Sekretaris Bappeda Kabupaten Kampar, Kepala bidang dan Kepala Sub Bidang Perencanaan.
2. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tertentu. Pesan yang disampaikan oleh Bappeda Kabupaten Kampar sebagai pengirim pesan adalah berkaitan dengan Teori dan Teknis Penggunaan RKPD Online.
3. Media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui tatap muka (langsung) yaitu melalui workshop, media Elektronik yaitu Telepon dan Media Sosial yaitu Whatsapp.
4. Penerima (*Receiver*) yaitu orang yang menerima dari sumber (komunikan). Dalam penelitian ini penerimanya adalah SKPD/ OPD Perencanaan Pembangunan dilingkungan Kabupaten Kampar.

5. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Efek yang diharapkan dalam penelitian ini adalah pemahaman SKPD mengenai RKPD Online dan terwujudnya e-government.

Untuk lebih jelasnya diuraikan berdasarkan Model Komunikasi Lasswell sebagai berikut:



Gambar 2.7 : Kerangka Pikir