

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Teori adalah serangkaian asumsi konsep, abstrak, defenisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial dan fenomena alami yang menjadi pusat perhatian. Berdasarkan pada batasan tersebut maka akan dijelaskan batasan-batasannya tentang:

1. Model Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan, namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan dengan manusia lainnya, baik yang sudah di kenal ataupun yang belum dikenal sama sekali.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *communication*, berasal dari bahasa latin yaitu *Communico* yang berarti membagi. Yang dimaksud dengan membagi yaitu membagi gagasan, ide, atau pikiran antara seseorang dengan orang lain. *Communico* berasal dari kata *communis* yang berarti sama, sama arti atau sama makna. Dalam komunikasi, hakekatnya terkandung kesamaan makna atau kesamaan pengertian. Jika tidak ada kesamaan pengertian diantara mereka yang melakukan komunikasi, komunikasi tidak akan berlangsung.¹⁷ Kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung unsur persuasi, yakni agar orang lain bersedia menerima suatu pemahaman dan pengaruh, mau melakukan atau mengikuti suatu perintah, bujukan dan sebagainya dari pihak lain.

Menurut Harold Laswell yang dikutip oleh Deddy Mulyana, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*

¹⁷ Mohammad Shoelhi, *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik* (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2004), hlm.2.



atau siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana.¹⁸

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna, sebagai panduan dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan dan perilaku. Ada beberapa sebab mengapa manusia melakukan komunikasi, yakni untuk:

- a. Mengubah sikap (*to change attitude*)
- b. Mengubah opini, pendapat, dan pandangan (*to change the opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)
- d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)¹⁹

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 dalam perspektif psikologis terjadi pada diri peserta komunikasi, baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Ketika seseorang berniat ingin menyampaikan suatu pesan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses.²⁰

Proses Komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.²¹

- a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (Simbol)

¹⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 62.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosda karya,2007), hlm. 55

²⁰ Mardhiah Rubani, *Psikologi Komunikasi*, (Pekanbaru: UR Press, 2010), Hlm. 23.

²¹ Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, 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.

sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiat, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “Menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

b. 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 lain- lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Secara ringkas proses berlangsungnya komunikasi itu bisa digambarkan seperti berikut:

- a. Komunikator, yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol- simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
- b. Pesan, itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung.
- c. Fungsi pengiriman, proses untuk mengubah pesan ke dalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan/ data.
- d. Media atau saluran, adalah alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.
- e. Fungsi penerimaan, proses memahami simbol- simbol bahasa (bahasa pesan) yaitu simbol grafis atau huruf dengan cara mengasosiasikannya atau menghubungkan simbol-simbol dengan bunyi-bunyi bahasa beserta variasi-variasinya yang dilakukan penerima pesan dari penyampai pesan.
- f. Komunikan, menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.

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.

g. Respons, merupakan rangsangan atau stimulus yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikasi setelah menerima pesan.

h. Komunikasi memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.²²

Dengan memahami pengertian komunikasi menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian yang berupa verbal maupun non verbal, dari komunikator ke komunikan secara langsung dan tidak langsung.

Secara teoritis model komunikasi merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya²³. Penyajian model dimaksudkan untuk mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi.

Model komunikasi menggambarkan bagaimana jalannya proses komunikasi, bagaimana proses komunikasi mengalir melalui saluran komunikasi dari *sender*, sebagai pengirim kepada *receiver*, sebagai penerima. Secara umum tahapan dalam proses komunikasi dapat disampaikan sebagai berikut²⁴ :

- a. Sender, adalah individu, kelompok atau organisasi yang menginginkan menyampaikan pesan kepada individu, kelompok atau organisasi lain yaitu receiver.
- b. Encoding, adalah menerjemahkan pemikiran tentang apa yang ingin disampaikan kedalam kode atau bahasa yang dapat dimengerti oleh orang lain. Ini membentuk dasar dari message atau pesan. Kemudian perlu memilih saluran yang dipergunakan untuk membagikan pesan.
- c. Message, adalah pesan yang merupakan informasi yang ingin disampaikan sender kepada receiver.

²² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), Hlm. 6.

²³ Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta : Bumi aksara, 1992), hlm.5.

²⁴ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 167-168.

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. Channel atau medium, merupakan saluran yang akan dipakai untuk menyampaikan pesan. Variasi saluran komunikasi sangat banyak dan berjenjang tingkat kekuatannya.
- e. Decoding, memecahkan sandi, merupakan proses menginterpretasikan dan membuat masuk akal suatu pesan yang diterima receiver.
- f. Receiver, adalah orang, kelompok atau organisasi kepada siapa pesan dimaksudkan untuk diterima. Kemudian receiver menciptakan arti dari pesan yang diterimanya.
- g. Noise, merupakan suatu yang mengganggu terhadap penyampaian dan pemahaman terhadap pesan. Ini dapat memengaruhi setiap bagian dari proses komunikasi. Merupakan faktor yang dapat mengerti tentang kejelasan pesan pada setiap titik selama proses komunikasi.
- h. Feedback, Merupakan pengetahuan tentang dampak pesan pada receiver dan menimbulkan reaksi receiver disampaikan kepada sender.

Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses.

Secara garis besar model dapat dibedakan atas dua macam yakni model operasional dan model fungsional. Model operasional menggambarkan proses dengan cara melakukan pengukuran dan proyeksi kemungkinan-kemungkinan operasional baik terhadap iuran maupun faktor-faktor lain yang memengaruhi jalannya suatu proses. Sementara itu model fungsional berusaha menspesifikasi hubungan-hubungan tertentu diantara berbagi unsur dari suatu proses serta menggeneralisasinya menjadi hubungan-hubungan baru.²⁵

Dalam proses komunikasi, suatu model komunikasi tidak hanya terfokus pada kajian untuk memahami arti pesan (message analysis), tetapi adalah terkait

²⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja grafindo, 2012), hlm. 44.

dengan semua unsur-unsur, proses, saluran, partisipan dan demi mencapai tujuan atau maksud tertentu.²⁶

Menurut Aubrey Fisher model juga bisa dikatakan gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain model merupakan teori yang lebih disederhanakan, yang dikatakan Werner J. Severin dan James W. Tankard, model membantu merumuskan suatu teori dan menyarankan hubungan oleh karena hubungan antara model dengan teori itu begitu erat.

Jika model memiliki kaitan yang sangat erat dengan teori maka, Sehubungan dengan hal tersebut, Gardon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan tiga fungsi model yaitu :

1. Melukiskan proses komunikasi
2. Menunjukkan hubungan visual
3. Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Sedangkan keuntungan dari pembuatan model menurut Raymond S. Ross adalah terbukanya problem abstraksi. Model bisa memberikan penglihatan yang lebih dekat, menyediakan kerangka tujuan, serta menyoroti problem abstraksi dan menyatakan suatu problem dalam bahasa simbolik bila terdapat peluang untuk menggunakan gambar atau simbol.²⁷

Menurut Gorden Wiseman dan Larry Barker mengemukakan bahwa ada tiga fungsi model komunikasi yang pertama melukiskan proses komunikasi, kedua, menunjukkan hubungan visual, dan ketiga, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.²⁸

Deutsch Menyebutkan bahwa model mempunyai empat fungsi: pertama, mengorganisasikan (kemiripan data dan hubungan) yang tadinya tidak teramati, kedua, heuristik (menunjukkan fakta-fakta dan metode baru yang tidak diketahui), ketiga, prediktif, memungkinkan peramalan dari sekedar tipe ya atau tidak hingga

²⁶ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo persada,2010), hlm 109.

²⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung, PT.Remaja Rosdakarya , 2005), hlm. 121-122.

²⁸ Ardianto Elvinaro dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm.68.

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 kuantitatif yang berkenaan dengan kapan dan berapa banyak, keempat, pengukuran, mengukur fenomena yang diprediksi.

Fungsi-fungsi tersebut pada gilirannya merupakan basis untuk menilai suatu model :

1. Seberapa umum (general) model tersebut? Seberapa banyak bahan yang diorganisasikannya, dan seberapa efektif?
2. Seberapa heuristic model tersebut? Apakah ia membantu menemukan hubungan-hubungan baru, fakta atau model?
3. Seberapa penting prediksi yang dibuat dari model tersebut bagi bidang penelitian? Seberapa strategis prediksi itu pada tahap perkembangan bidang tersebut?
4. Seberapa akurat pengukuran yang dapat dikembangkan dengan model tersebut?²⁹

Terdapat banyak model-model komunikasi yang telah di buat para pakar. Disini peneliti hanya memilih model-model yang pernah menjadi “paradigma” dalam penelitian komunikasi. Dibawah ini uraian dari model-model komunikasi, antara lain:

a. Model Lasswell

Salah satu model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi seorang ahli ilmu politik dari *Yale University*. Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Model lasswell dikritik karena model itu tampaknya mengisyaratkan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi.

Model Laswell menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi yaitu, *who* (siapa), *says what* (apa yang

²⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung, PT.Remaja Rosdakarya, 2005), hlm.133.

dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (unsur pengaruh).³⁰

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Lasswell dapat dilihat sebagai berikut :

1. who (Siapa /sumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2. Says what (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Pesan juga dapat diterjemahkan sebagai gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat yang terdiri dari unsur kontrol yaitu: elemen, struktur isi, isi, perlakuan dan kode, isi pesan yang disampaikan bisa berupa ilmu pengetahuan dan informasi

3. In which channel (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik) seperti berbicara, gerakan badan, sentuhan, kontak mata, radio, televisi, surat, buku, gambar.

4. To whom (siapa/penerima)

Maksud dari *to whom* ini adalah seseorang yang menerima pesan dari komunikasi bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).

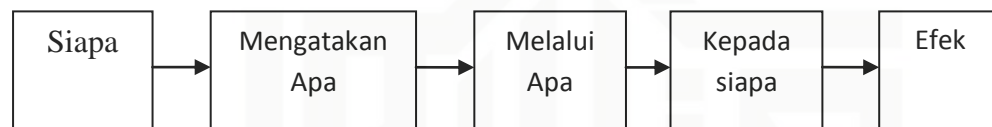
³⁰ John Fiske, *Pengantar ilmu komunikasi* (Jakarta : PT. RajaGrafindo, 2012), hlm. 50.

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.

5. With what effect (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal yaitu apa yang ingin dicapai dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi.



Gambar 2.1

Model komunikasi Lasswell

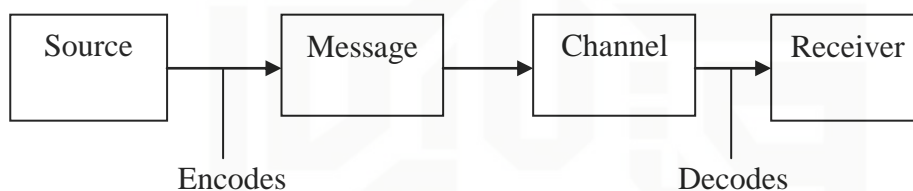
Sumber : Buku Pengantar Ilmu Komunikasi.

b. Model Berlo

Sebuah model lain yang di kenal luas adalah model model David K. Berlo, yang ia kemukakan pada tahun 1960. Model ini di kenal dengan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Bagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan kedalam suatu kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Dalam situasi tatap muka, kelompok kecil dan komunikasi public (pidato), saluran komunikasinya adalah udara yang menyalurkan gelombang suara. Dalam komunikasi massa terdapat banyak saluran televisi, radio dan lain sebagainya. Model Berlo juga melukiskan beberapa faktor pribadi yang mempengaruhi proses komunikasi : proses keterampilan berkomunikasi, pengetahuan system sosial dan lingkungan budaya sumber dan penerima.

Menurut model Berlo, sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh faktor-faktor: keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, system sosial, dan budaya. Pesan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode. Salah satu kelebihan model Berlo adalah bahwa model ini tidak terbatas pada komunikasi public atau komunikasi massa namun juga komunikasi antar pribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis



Gambar 2.2

Model Komunikasi Berlo

Berlos's SMCR Model of communication

2. Peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Menurut Direktorat Kelembagaan Komunikasi Sosial definisi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) adalah lembaga layanan publik yang dibentuk dan dikelola dari oleh dan untuk masyarakat yang berorientasi pada layanan informasi dan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Lokasi KIM terdapat di perkotaan atau di pedesaan. Anggota KIM dapat berjumlah 3 (tiga) orang sampai 30 (tiga puluh) orang, yang dapat terdiri dari remaja, orang dewasa/tua, laki-laki/perempuan, pelajar/mahasiswa, pedagang, petani atau nelayan.³¹

KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) merupakan suatu wadah yang pembentukannya dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat, sebagai suatu wadah yang bersifat "*Bttom Up*". KIM dapat berperan sebagai patner kerja pemerintah dalam menyebarluaskan informasi. KIM dibentuk untuk :

³¹ Kerangka acuan arah pengembangan dan pemberdayaan "KIM" (Kelompok Informasi Masyarakat) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menemukan masalah bersama melalui diskusi dengan anggota kelompok,
2. Mengenali cara pemecahan masalah
3. Membuat keputusan bersama
4. Melaksanakan keputusan dengan kerjasama
5. Mengembangkan jaringan informasi buat memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan.

a. Visi dan Misi KIM

Visi

Terwujudnya masyarakat inovatif dalam meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat melalui pendayagunaan informasi dan komunikasi dalam rangka mencapai masyarakat informasi yang sejahtera.

Misi

1. Mendorong tumbuh dan berkembangnya KIM secara mandiri
2. Meningkatkan peranan KIM dalam memperlancar arus informasi antaranggota masyarakat dan antara pemerintah dengan masyarakat.
3. Meningkatkan kemampuan anggota KIM dan masyarakat dalam mengakses dan mengelola informasi untuk mengatasi kesenjangan informasi.
4. Mengembangkan dan meningkatkan aktivitas KIM dalam mendayagunakan informasi guna meningkatkan nilai tambah masyarakat dan menyerap/menyalurkan aspirasi masyarakat.

b. Tugas KIM

1. Mewujudkan masyarakat yang aktif, peduli, peka dan memahami informasi
2. Memberdayakan masyarakat melalui diskusi antaranggota sehingga dapat memilah dan memilih informasi yang dibutuhkan bagi kepentingan pribadi, kelompok, masyarakat dan bangsa.
3. Mewujudkan jaringan informasi serta media komunikasi dua arah antar-kelompok/masyarakat maupun dengan pihak lainnya (pemerintah), sehingga tercipta kerjasama, kebersamaan, kesamaan dan persatuan bangsa.

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.

c. Peran KIM

Disini peran KIM sebagai garda depan penyebarluasan informasi sehingga dapat memanfaatkan teknologi informasi. Dengan adanya KIM maka dapat raih beberapa hal yaitu

1. Penyebarluasan informasi yang lebih cepat dan tepat. Karena KIM berdiri atas inisiatif masyarakat sendiri.
2. Menjadi pintu pelayanan buat masyarakat karena kapabilitas mengakses berbagai sumber informasi
3. Masukan tentang berbagai kebijakan layanan online yang diberikan oleh Pemerintah sehingga kebijakan pemerintah dapat lebih tepat sasaran.

Berbagai peran itu merupakan hal yang wajar diraih bila KIM sebagai lembaga masyarakat dapat memposisikan diri di kancah pembangunan informasi.³²

d. Aktivitas KIM

Aktifitas KIM dalam pengelolaan informasi adalah sebagai berikut:

1. Akses Informasi: mengenali kebutuhan kelompok, memecahkan masalah dengan mencari informasi dari berbagai sumber, baik sumber langsung maupun tidak langsung dan memilah informasi berdasarkan bidang masalah, mengolah informasi, menyimpan informasi.
2. Diskusi Informasi: menyusun urutan masalah, merumuskan masalah tersebut, menguraikan secara rinci hal-hal yang perlu dilakukan untuk menindaklanjuti isi informasi.
3. Implementasi: menerapkan informasi, menerapkan keputusan dalam tindakan, melakukan monitoring, evaluasi serta tindak lanjut.
4. Networking: upaya menjalin hubungan dengan lembaga formal (pemerintah, perbankan, DPRD dan swasta) maupun informal (asosiasi profesi, LSM, mediakomunitas dan kelompok lain).

³² Kerangka acuan arah pengembangan dan pemberdayaan “KIM” (Kelompok Informasi Masyarakat) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau 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.

5. Diseminasi: menyebarluaskan informasi dengan didukung sejumlah keterampilan yang diyakini sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal.
6. Aspirasi : Kegiatan KIM tidak saja menyebarkan informasi tetapi juga menyerap dan mensalurkan aspirasi masyarakat.

e. Fungsi KIM

1. Sebagai Wahana Informasi

- a. Antar Anggota KIM secara Horizontal. Para anggota KIM dapat saling bertukar informasi tentang segala sesuatu yang sudah diketahuinya sehingga akan berarti juga saling berbagi pengetahuan.
- b. Dari KIM ke Pemerintah secara Bottom-up. Para anggota masyarakat yang jadi anggota KIM dapat memberikan saran-saran kepada Pemerintah, Pemerintah Propinsi dan Pemerintah Kota tentang apa yang harus dibangun pembangunannya sehingga sangat sesuai dengan kebutuhan setempat. Anggota KIM menjadi perencana dan pelaksana bagi pembangunan lokal.
- c. Dari Pemerintah kepada masyarakat secara *Top-down*. Anggota KIM menjadi lembaga masyarakat yang berfungsi mengelola informasi dan komunikasi antar-warga masyarakat.

2. Sebagai Mitra Dialog dengan Pemerintah, Pemerintah Propinsi, dan Pemerintah Kota.

Dengan KIM yang mengetahui kebutuhan publik dan karakteristiknya, Pemerintah baik Pusat maupun Pemerintah Kota dalam merumuskan kebijakan public dapat menjadikan KIM sebagai mitra dialog. Selain itu KIM dapat berfungsi sebagai mitra dialog dalam mendukung pelaksanaan semua kebijakan public dan memonitoring pelaksanaannya.

3. Sebagai Peningkatan Literasi Masyarakat di Bidang Informasi dan Media Masa serta Teknologi Informasi dan Komunikasi di kalangan anggota KIM dan Masyarakat.

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.

- a. Fungsi untuk meningkatkan literasi di Bidang Informasi, yaitu bagaimana agar memandang bahwa upaya memperoleh informasi sebagai kebutuhan hidup dan sudah terbiasa mencari informasi dari berbagai sumber;
 - b. Fungsi sebagai literasi media massa, merupakan kemampuan menggunakan media massa secara cerdas dan sehat dan mampu mendayagunakannya dalam kehidupan masyarakat;
 - c. Fungsi literasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi, ialah kemampuan masyarakat dalam mengakses dan mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi, seperti computer dan internet untuk kepentingan mengakses informasi atau untuk mendayagunakan sebagai jasa dan produk teknologi informasi dan komunikasi.
4. Sebagai Lembaga yang Memiliki Nilai Ekonomi
- a. Melalui informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, KIM dapat menerapkannya dalam berbagai aktivitas perdagangan, pertanian, industri dan menghasilkan tambahan pendapatan dari aktivitas tersebut;
 - b. Melalui informasi yang diperoleh dari berbagai media dan sumber lainnya, masyarakat dapat memperoleh informasi peluang-peluang usaha, permintaan pasar mengenai berbagai produk dan jasa, kemudian KIM dapat melakukan transaksi bisnis, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai tambah ekonomi.
 - c. Informasi-informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dikemas sedemikian rupa dalam bentuk bahan informasi (buku, bulletin, bahan audio visual) yang dapat dijual kepada pihak lain yang membutuhkan. Jadi informasi itu sendiri setelah dikemas, akan bisa mendatangkan nilai ekonomi.³³

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dan relevan dengan penelitian yang

³³ Kerangka acuan arah pengembangan dan pemberdayaan “KIM” (Kelompok Informasi Masyarakat) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan diteliti. Yakni tentang Model komunikasi, berikut penjelasan masing-masing penelitiannya :

1. Jurnal komunikologi, volume 10 nomor 2 september 2013. Halaman 66-72. Penelitian ini dilakukan oleh Neka Fitriyah, pada tahun 2013 dengan judul “*Model komunikasi dalam mensosialisasikan E-KTP di kota serang*” yang diterbitkan oleh ilmu komunikasi FISIP Universitas Tirtayasa, dengan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif sedangkan Penelitian ini menggunakan Model komunikasi AIDDA yaitu *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Hasrat), *Decision* (Keputusan), *Action* (Kegiatan). Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa dalam model komunikasi e-KTP yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Serang yaitu dengan melakukan analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publiknya. Analisis situasi digunakan untuk melihat kesiapan aparat dan masyarakat serta perangkat yang dimiliki dalam pelaksanaan program tersebut. Analisis organisasi lebih difokuskan pada kemampuan SDM Internal aparat pemerintah Kota Serang dalam program e-KTP sedangkan analisis publik lebih pada bagaimana respond dan partisipasi masyarakat kota Serang untuk mensukseskan program e-KTP. Media iklan cetak maupun elektronik dalam sosialisasi e-KTP ini menjadi alat bantu yang penting dalam proses penyampaian informasi mengenai e-KTP kepada masyarakat Kota Serang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada model komunikasi yang digunakan. Dalam jurnal ini peneliti menggunakan model komunikasi AIDA yaitu (*Attention, Interest, Desire, Action*). Sedangkan peneliti dalam penelitian ini menggambarkan model komunikasi Harold Laswell dimana media massa berperan dalam penyebaran informasi.³⁴
2. Jurnal komunikasi.Vol IX No 2 September 2015. Halaman 141-157. Penelitian ini dilakukan oleh Farida Nurul R, Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Surayandari pada tahun dengan judul “*model komunikasi*

³⁴ Neka Fitriyah , *Model komunikasi dalam mensosialisasikan E-KTP di kota serang*, Jurnal komunikologi, volume 10 nomor 2, September 2013. hlm 66-72.

pembelajaran transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi". Universitas Trunojoyo Madura. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada dosen pengampu mata kuliah praktis ilmu komunikasi dengan cara tak terstruktur. Adapun hasil dari jurnal ini dalam menyusun model komunikasi ini peneliti menggunakan model komunikasi Harold Laswell sebagai acuan model komunikasi dengan cara (1) menentukan khalayak yaitu Mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi UTM, menentukan komunikator dalam hal ini adalah Mahasiswa senior (semester VI,VII) pemilihan komunikator didasarkan pada skill yang dimiliki (2) menentukan pesan berupa perubahan mindset pentingnya tranferable skill sebagai mahasiswa komunikasi, pemantapan teori berkaitan dengan ilmu komunikasi seperti desai grafis, fotografi, sinematografi, televisi dan radio, latihan cipta kreatif produksi produk fotografi, sinematografi, desai grafis, televisi dan radio, entrepreneurship,dan soft skill (5) menentukan media yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan tentang transferable skill komunikasi yaitu media langsung tatap muka yang berbentuk saluran media komunikasi kelompok baik *face to face* maupun sosial media yang dilakukan melalui pemberdayaan komunitas mahasiswa tersebut seperti workshop. Feed back dalam proses komunikasi ini berjalan secara langsung melalui teknik persuasif, teknik informatif, dan teknik human relations yang dapat melihat perubahan proses komunikasi pembelajaran sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi. Perbedaan dari jurnal ini dengan penelitian peneliti adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan hanya menggunakan wawancara dan dokumentasi sedangkan di dalam jurnal menggunakan observasi. Saluran media juga berbeda, saluran komunikasi yang akan diteliti oleh penulis, salurannya adalah media interpersonal, media online, media elektronik.

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 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.

Persamaan dari jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dan merujuk pada model komunikasi Laswell.³⁵

3. Jurnal komunikasi. Halaman 1-16. Penelitian ini dilakukan oleh Noorma Luthfiana Aini dan Tanti Hermawati pada tahun 2017 dengan judul “*proses komunikasi dalam sosialisasi pemanfaatan taman obat keluarga (TOGA) Analisis deskriptif kualitatif tentang proses komunikasi dalam sosialisasi Tim Penggerak PKK Desa Ngunut Mengenai Pemanfaatan Toga kepada Masyarakat di Desa Ngunut, Kecamatan Jumantono, Kabupaten Karanganyar*”. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data berasal dari data primer dan skunder. Adapun penentuan sampel menggunakan teknik *purposif sampling*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dan telaah dokumen. Penelitian ini menggunakan model komunikasi Laswell yang meliputi lima unsur yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, efek. Hasil penelitian ini menggambarkan Komunikator adalah orang yang memiliki pengetahuan tentang sistem sosial tempat komunikasi berlangsung, sehingga mudah beradaptasi dengan lingkungan dimana iya menyampaikan pesan sehingga memudahkan komunikator untuk meraih komunikannya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui proses perencanaan terlebih dahulu dengan cara mempersiapkan poin-poin apa saja yang perlu disampaikan kepada komunikan. Media yang digunakan yaitu komunikasi personal dengan menggunakan kata-kata atau komunikasi verbal. Penyampaian pesan dilakukan melalui pertemuan-pertemuan yang ada di desa. Tim Penggerak PKK juga menggunakan brosur untuk dibagikan kepada masyarakat agar lebih mudah mengingat cara pemanfaatan dan pembudidayaan toga. Komunikan dalam proses komunikasi ini adalah seluruh masyarakat Desa Ngunut. Tujuan dari proses komunikasi ini adalah

³⁵ Farida Nurul R dkk, *Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill sebagai Upaya Menimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi*, Vol IX No 2, September 2015, Hlm 141-157.

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.

diharapkan sosialisasi ini masyarakat dapat melakukan pemanfaatan TOGA di dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat yang telah mendapat pengetahuan mengenai TOGA kini menilai bahwa TOGA sangat bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan sehingga masyarakat kini menjadikan sebagai sumber penghasilan dengan menjual hasil panen TOGA kepada pengepul di Desa Nganut ataupun dijual sendiri ke pasar. Persamaan dari jurnal ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti adalah sama-sama menggunakan teori Laswell dalam menggambarkan proses komunikasi. Perbedaan dari jurnal dengan penelitian ini terlihat dari pesan, media, efek. Pesan yang peneliti teliti bersifat inovatif dan persuasif, media yang digunakan juga melibatkan media sosial, online, interpersonal, dan elektronik, efek yang diharapkan komunikator agar KIM dapat menambah pengetahuannya dan mampu selalu melakukan komunikasi secara terus menerus terhadap Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam membantu KIM meningkatkan perannya sebagai perpanjangan tangan pemerintah.³⁶

C. Kerangka Pikir

B.Aubrey Fisher mengatakan model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informasi untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain model adalah teori yang lebih disederhanakan Atau, seperti yang dikatakan Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, model membantu merumuskan dan menyarankan hubungan. Oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering dicampuradukkan dengan teori.

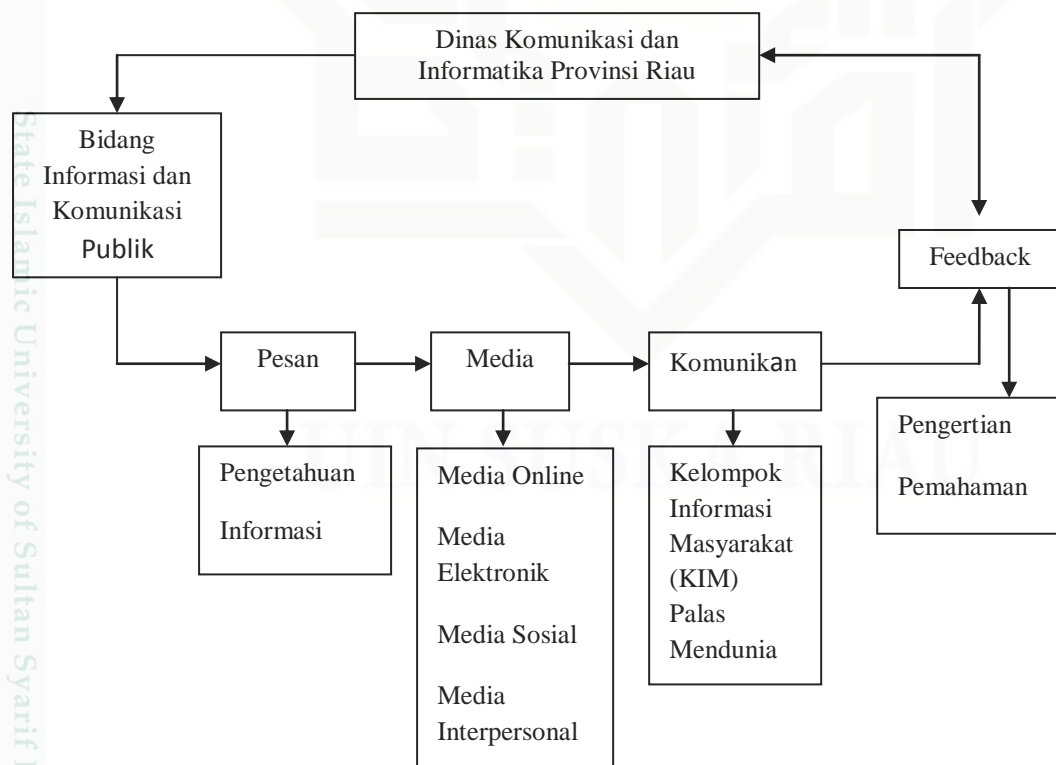
Oleh karena kita memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukkan dalam model, suatu model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, dan ini pada

³⁶ Noorma Luthfiana Aini, Tanti Hermawati, *Proses Komunikasi Dalam Sosialisasi Pemanfaatan Taman Obat Keluarga (TOGA) Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Proses Komunikasi Dalam Sosialisasi Tim Penggerak PKK Desa Ngunut Mengenai Pemanfaatan Toga Kepada Masyarakat di Desa Ngunut, Kecamatan Jumantono, Kabupaten Karanganyar*". Hlm 1-16. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

gilirannya mengimplikasikan teori mengenai fenomena yang diteorikan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.

Pada penelitian ini mencoba menyajikan bagaimana model komunikasi atau proses komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam meningkatkan peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kelurahan Palas Kecamatan Rumbai. Model komunikasi adalah alat untuk menjelaskan atau untuk mempermudah penjelasan komunikasi. Sehingga dalam penyebaran informasi dibutuhkan model komunikasi dalam meningkatkan peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kelurahan Palas Kecamatan Rumbai.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti terhadap fokus permasalahan bagaimana Model Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam meningkatkan peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kelurahan Palas Kecamatan Rumbai yaitu dapat dilihat dan diukur dari kerangka pikir yang penulis gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3

Kerangka Pikir Penulis

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.

Sebagai barometer dalam penelitian ini, penulis melanjutkan ke konsep operasional, supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam melanjutkan kejang penulisan skripsi dan mempermudah penelitian ini. Untuk menjelaskan permasalahan yaitu model komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam meningkatkan peran Kelompok Informasi Masyarakat di Kelurahan Palas Kecamatan Rumbai. Penulis menggunakan indikator sebagai berikut :

1. Komunikator

Komunikator dalam penelitian ini adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau yaitu Bidang Komunikasi dan Informasi Publik sebagai pembina KIM di Provinsi Riau.

2. Pesan

Pesan adalah suatu gagasan atau ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan/ungkapan yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu. akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu.

- a. Pesan Informatif adalah pesan yang memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.
- b. Pesan persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

Proses penyampaian pesan dalam model komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dalam meningkatkan Peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kelurahan Palas Kecamatan Rumbai dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan, informasi dan artikel yang bersifat informatif bertujuan untuk memberikan masukan-masukan kepada KIM Palas Mendunia sehingga lebih maju dalam meningkatkan pembangunan dan perekonomian.

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. Saluran

Saluran atau media adalah alat atau media yang dapat dimanfaatkan oleh individu-individu atau kelompok serta organisasi yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Media yang digunakan yaitu :

- a. Media Online meliputi Website, Youtube dan TV Streaming.
- b. Media Elektronik meliputi Radio
- c. Media Sosial meliputi Facebook dan Whatsapp
- d. Media Interpersonal meliputi Penyuluhan, Bimbingan teknis, dan Sarasehan

4. Komunikan

Komunikan (Sasaran) adalah orang yang menerima pesan dan menerima apa yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan dalam hal ini yaitu KIM Palas Mendunia.

5. Feedback

Feedback (umpan balik) respon yang diberikan oleh komunikan atas pesan yang disampaikan komunikator. Feedback yang diharapkan seperti pengertian dan pemahaman peran KIM sebagai wahana informasi antar anggota KIM, dari KIM kepada Pemerintah dan dari pemerintah kepada masyarakat, sebagai mitra dialog dengan pemerintah dalam merumuskan kebijakan publik, sarana peningkatan literasi anggota KIM dan Masyarakat di bidang informasi dan media massa, dan sebagai lembaga yang memiliki nilai ekonomi.