



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.

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM
(KPU) RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PEMILU 2024**



UIN SUSKA RIAU

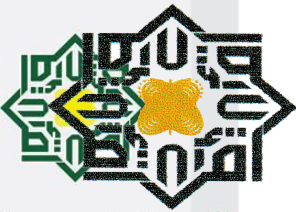
SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi
Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

M. WAHYU ARFA ZEN
NIM. 11840311901

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M Wahyu Arfa Zen
NIM : 11840311901
Judul : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau
Dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 18 September 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 September 2023

Dekan,

Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Edison, M. I.Kom
NIK. 130 417 082

Penguji III,

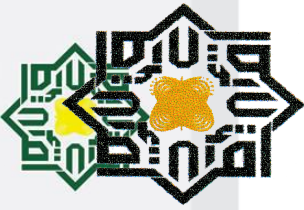
Rafdeadi, MA
NIP.19821225201101 1 011

Sekretaris/ Penguji II,

Assyari Abdullah, M. I.Kom
NIK. 130 417 023

Penguji IV,

Mardhiah Rubani, M. Si
NIP. 19790302 200701 2 023



Pekanbaru, 09 Oktober 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

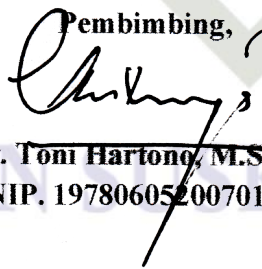
Nama : M. WAHYU ARFA ZEN
NIM : 11840311901
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau
Dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

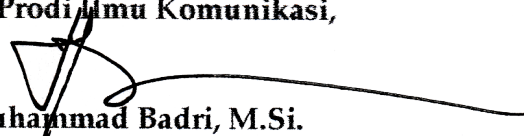
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 197806052007011024

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



Disusun Oleh:

M. WAHYU ARFA ZEN
NIM. 11840313943

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 16 AGUSTUS 2023

Pembimbing,

Dr. TONI HARTONO, S.Ag., M.Si
NIP. 19780605200701 1 024

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

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.



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Wahyu Arfa Zen
NIM : 11840311901
Tempat/Tgl.Lahir : Batu Belah, 07 September 1999
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU)
Riau Dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 09 Oktober 2023
Yang membuat pernyataan,



M. Wahyu Arfa Zen
NIM : 11840311901

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 Diindungi 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.

ABSTRAK

Nama : M. WAHYU ARFA ZEN
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PEMILU 2024

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya informasi yang masuk terkait aturan pemilu 2024 di KPU Provinsi Riau. Hal ini menyangkut tentang keterbukaan informasi sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008. Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga yang memimpin jalannya pemilu di Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya KPU sudah diberikan jalur untuk menjalankan pemilu berdasarkan UU nomor 22 tahun 2007. KPU juga sangat dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dalam proses sosialisasi pada masyarakat. Atas dasar itu, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau dalam mensosialisasikan pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif yang menggambarkan fenomena yang terjadi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPU Provinsi Riau melakukan strategi komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung ditandai dengan memperkuat sumberdaya manusia yang ada, melaksanakan program bimbingan teknis dan program rapat konsolidasi penguatan lembaga organisasi, kegiatan diskusi publik, sekolah pendidikan politik dan rapat stakeholder. Komunikasi tidak langsung dengan memaksimalkan potensi media sosial yang sedang digandrungi banyak orang, membuat flayer, spanduk dan baliho yang akan dipasang di beberapa titik strategis, bekerjasama dengan wartawan media cetak dan media digital seperti facebook, youtube, instagram dan website.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Pemilu 2024


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.

Name : M. WAHYU ARFA ZEN
Majors : Communication Science
Title : COMMUNICATION STRATEGY OF THE RIAU GENERAL ELECTION COMMISSION (KPU) IN DISSEMINATION OF THE 2024 ELECTION RULES

This research was motivated by the lack of incoming information related to the 2024 election rules in the KPU of Riau Province, this concerns information disclosure which has been regulated in Law Number 14 of 2008. The General Election Commission (KPU) is an institution that leads the election process in Indonesia. In carrying out its duties, the KPU has been given a route to run elections which has been stated in the UUD number 22 of 2007. Besides that, the role of the KPU is also very much needed to carry out communication in the socialization process to the community. On this basis, this study aims to find out the Election Commission's Communication Strategy General Affairs (Kpu) Riau in Disseminating the 2024 Election Rules This study uses a qualitative method which produces descriptive data which describes the phenomena that occur. The theory used in this study is the theory of communication planning by Walter Shewhart with data collection methods used namely observation, interviews and documentation. The results of this study related to the Riau General Election Commission (Kpu) Communication Strategy in Disseminating the 2024 Election Rules resulted in 2 points: First direct communication

by strengthening existing human resources by carrying out a technical guidance program and a consolidated meeting program for strengthening organizational institutions. And public discussion activities, political education schools and stakeholder meetings. And the second point is indirect communication, the Riau Province KPU maximizes the potential of social media which is being loved by many people, such as the Riau KPU making flyers, banners and billboards which will be installed at several strategic points as a form of indirect communication and then working with journalists regarding print media and digital media such as Facebook, Youtube, Instagram and websites, the goal is that the 2024 election rules can be socialized more widely with users of these platform

Keywords: Communication Strategy, Outreach, 2024 Election Rules


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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kedahirat Allah Subhanahuata'ala atas segala kelimpahan rahmat dan karunianya, sholawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau Dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024** Sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjanastrata satu (S1) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasyim Riau

Dalam menyelesaikan Skripsi ini tidak sedikit jasa,yang paling istimewa dan penuh cinta kasih saying kepada kedua orang tua, Ayahanda Muhammad Zein dan Alm Ibunda Elfizah yang telah memberikan segala dukungan baik moril maupun semangat dan segalanya demi Ananda dalam menyelesaikan jenjang pendidikan ini

Sumbangan yang penulis terima dari berbagai pihak,yang telah membantu baik moril maupun materil, oleh sebab itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis.dengan penuh rasa hormat penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Prof . Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Prof. Dr. H. Mas“ud Zein, M.Pd Wakil Rektor II, Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku

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.

Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.

3. Bapak Dr. M Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis M.I.Kom Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si selaku Pembimbing Skripsi penulis, terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis hingga akhir bimbingan.
5. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I.,M.A. selaku Penasehat Akademik penulis, terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis hingga akhir bimbingan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satusatu namanya. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
7. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta seluruh staff yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
8. Kepada adik Perempuan saya Nabila Zahira Zen Terima kasih atas dukungan secara moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
9. Kepada Teman Seperjuangan Arfan, Ridho, M.Zuhri, Reza, Bang Vizra dan Toke Sawit Abdi Darmawan Efri Maldi Rambe yang menjadi pendukung tanpa henti penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

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.

10. Kepada penyemangati hati Besty Adella yang menjadi penyokong semangat moril dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Terima Kasih kepada KPU Provinsi Riau yang telah membantu dalam menyediakan fasilitas dalam penelitian ini.
12. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu-satu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.

Akhir kata sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru Agustus 2023

Penulis

M. WAHYU ARFA ZEN
NIM. 11840311901

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 landasan Teori.....	11
2.3 Kerangka Berpikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.3 Sumber Data/ Informasi Penelitian.....	37
3.4 Informan Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Validasi Data	39

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.

3.7 Teknik Analisis Data	40
--------------------------------	----

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Komisi Pemilihan Umum Riau.....	42
4.2 Visi dan Misi KPU Riau	42
4.3 Struktur Organisasi Kpu Riau	43
4.4 Tugas dan Wewenang Kpu Riau	43

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	45
5.2 Pembahasan	58

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	67
6.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	28
Tabel 5.1 Daftar Nama Informan	46



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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

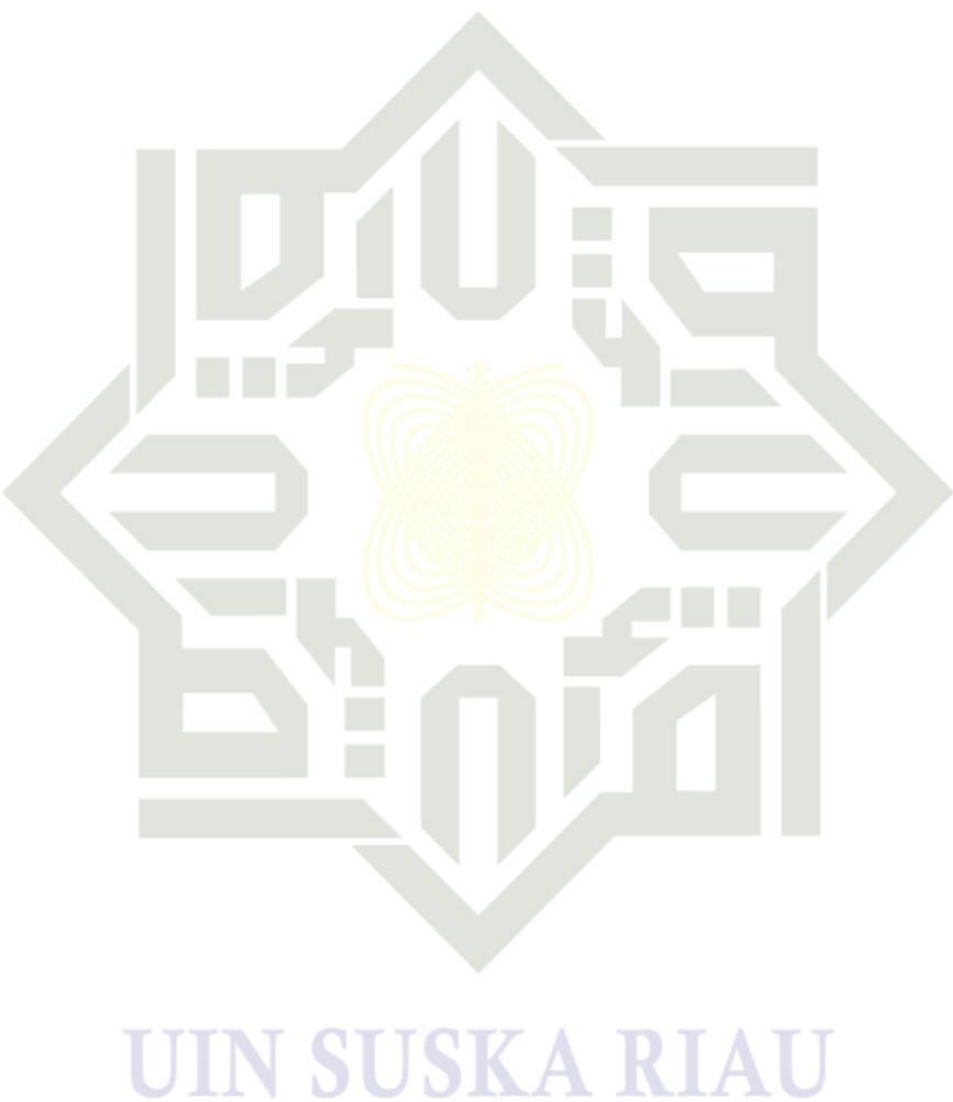
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kpu Provinsi Riau.....	36
Gambar 5.1 Sosialisasi Kepada masyarakat	48
Gambar 5.2 Sosialisasi Kepada mahasiswa se Riau	48
Gambar 5.3 Sosialisasi dengan stakeholder terkait penyelenggaraan pemilu.....	52
Gambar 5.4 kirab Pemilu oleh KPU	53
Gambar 5.5 Rapat Evaluasi oleh KPU	54
Gambar 5.6 Facebook KPU Riau	57
Gambar 5.7 Youtube KPU Riau.....	58
Gambar 5.8 Instagram Kpu Riau	58
Gambar 5.9 Website KPU Provinsi Riau.....	59
Gambar 5.10 flyer KPU Riau	60
Gambar 5.11 Kegiatan sosialisasi di Univeristas Lancang Kuning	60
Gambar 5.12 Kegiatan Diskusi Panel di Hotel pangeranPekanbaru	61
Gambar 5.13 Kegiatan sosialisasi pendidikan politik di Pelalawan Riau	62
Gambar 5.14 Kegiatan sosialisasi daerah pemilihan di Kota Dumai	67
Gambar 5.15 Kegiatan diskusi pemilu bersama wartawan media massa	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Hasil Penelitian



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 Diindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi sebagai suatu proses merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses komunikasi tidak statis, melainkan dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus. Kegiatan komunikasi yang berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.¹ Komunikasi yang baik adalah alat yang dipakai oleh manusia untuk melangsungkan interaksi sosial baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok yang dapat mudah dimengerti atau dipahami oleh seseorang atau komunikan.²

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi.

Strategi merupakan suatu arah dan kebijaksanaan untuk pencapaian tujuan organisasi yang melibatkan peran dan tanggung jawab anggota. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³ Dan tujuan disini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Bawaslu Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Aturan Pemilu 2024”.

¹ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009), hlm,5-6

² Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia. Edisi Kelima*, Jakarta : Profesional, 2007, hlm 11

³ Onong Uncjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.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.

Strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Pemilihan umum atau disingkat dengan Pemilu, adalah salah satu sarana untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dalam kehidupan bernegara. Sebagai negara demokrasi, Indonesia memberikan peluang untuk seseorang memilih ataupun dipilih dalam pemilihan umum. Sebagai sarana sekaligus sebagai ukuran dilaksanakan atau tidaknya kedaulatan rakyat, hakikat pemilihan umum adalah sebagai pengakuan atas keberadaan hak memilih dan menentukan pilihannya secara bebas dalam proses pemilihan dan hak untuk dipilih setiap warga negara untuk berkesempatan yang adil dalam menjadi anggota DPR, DPD, Presiden dan Wakil Presiden, DPRD dan kepala daerah.⁴

Dalam Pasal 22E ayat (2) UUD 1945 dijelaskan bahwa: Pemilihan umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali. Selain itu, dalam Pasal 14 ayat (4) UUD 1945 dijelaskan juga bahwa: Gubernur, Bupati dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah provinsi, kabupaten, dan kota dipilih secara demokratis. Serta lewat UU No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah diatur mengenai pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dipilih secara langsung oleh rakyat yang diajukan oleh partai politik atau gabungan partai politik.

4. Khairul Fahmi, "Pergeseran Pembatasan Hak Pilih dalam Regulasi Pemilu dan Pilkada," Jurnal Konstitusi Vol.14, No. 4 (Februari 2018), hlm. 750.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga yang memimpin jalannya pemilu di Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya KPU sudah diberikan jalur untuk menjalankan pemilu yang sudah tertera pada UUD nomor 22 tahun 2007. Disamping itu, peran KPU juga sangat dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dalam proses sosialisasi pada masyarakat dan KPU juga harus mengerti dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Informasi-informasi yang terkandung dalam sosialisasi nantinya akan memberikan informasi kepada masyarakat tentang pengetahuan soal politik sehingga masyarakat lebih melek politik. KPU Provinsi Riau mempunyai komitmen dalam penyelenggaraan pemilu yang akan diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024. Suksesnya pemilu tentunya tidak lepas dari peran KPU Provinsi Riau yang mempunyai tugas dan fungsi tersendiri, salah satunya adalah merencanakan dan mempersiapkan jalannya pelaksanaan pemilu. KPU Provinsi Riau juga mempunyai cara atau strategi untuk menciptakan dan mengupayakan pemilu yang kondusif.

KPU dalam rancangan skenario Pemilu 2024 memiliki dua alternatif hari pemungutan suara pemilu serentak 2024, yaitu 14 Februari atau 6 Maret. Adapun untuk pemungutan suara Pilkada 2024 tetap mengacu pada UU No. 10 Tahun 2016, yaitu 13 November 2024. Pelaksanaan pemungutan suara pemilu yang lebih awal dibandingkan periode sebelumnya, yakni April, karena partai memerlukan waktu yang cukup untuk menyiapkan syarat pencalonan Pilkada 2024. Sebab, hasil dari pemilu legislatif menjadi acuan persyaratan pencalonan kepala daerah dari jalur partai politik. Selain itu, pemilihan 26-27 hari pemungutan suara Pemilu 2024 mempertimbangkan proses administrasi anggaran yang biasanya masih menemui kendala pada Januari-Februari. Kondisi cuaca awal tahun yang menjadi puncak musim hujan dapat mengganggu pengiriman logistik dan pemungutan suara. Pemilihan hari tersebut juga memperhatikan hari libur keagamaan dan nasional yang berpotensi meningkatkan mobilitas pemilih.

Pemilu serentak adalah upaya untuk menciptakan local accountability, political equity dan local responsiveness. Dengan demikian, demokrasi ditingkat lokal terkait erat dengan tingkat partisipasi dan relasi kuasa yang dibangun atas dasar pelaksanaan azas kedaulatan rakyat. Selain itu juga mampu mengantarkan

Hak Cipta Diindungi 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.

manasyarakat pada kondisi sosial, politik dan ekonomi yang lebih baik, tentunya pilkada yang baik akan menghasilkan pemimpin yang baik pula dan pilkada yang diselenggarakan secara lebih profesional, demokratis, akan memberikan dampak nyata terhadap perubahan politik.

Dalam tahapan demokrasi yang biasa disebut pesta demokrasi rakyat tidak bisa terlepas dari proses komunikasi, Komunikasi sebagai suatu proses merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses komunikasi tidak statis, melainkan dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus. Kegiatan komunikasi yang berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.⁵ Komunikasi yang baik adalah alat yang dipakai oleh manusia untuk melangsungkan interaksi sosial baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun kelompok dengan kelompok yang dapat mudah dimengerti atau dipahami oleh seseorang atau komunikan.⁶

Sosialisai atau menyebarluaskan aturan kepemiluan sangatlah penting. Sosialisasi dilakukan dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih dan menekan sekecil mungkin pemilih yang golput serta pelaanggaran atas pelaksanaan pemilu. Apalagi dengan intensitas waktu penyelenggaraan Pemilu yang padat, berangkai Pemilu Legislatif, Pemilihan Presiden, Pemilihan Gubernur, Pemilihan Bupati dan Wali Kota serta wakilnya masing-masing, maka sosialisasi semakin memainkan peran yang penting. Kondisi ini semualah menuntut pentingnya sosialisasi dalam rangka mensukseskan pelaksanaan dan menghindari pelanggaran pelanggaran pemilu.

Sasaran KPU Provinsi Riau dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024 adalah ibu rumah tangga, pemilih pemula, mahasiswa dan kaum difabel ini bukan tanpa alasan, karena pada pemilu yang lalu rentan untuk dihasut melakukan pelanggaran pemilu dan golput. Pemilu merupakan kebijakan pemerintah yang

⁵ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu2009), hlm 5-6

⁶ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu2009), hlm 5-6

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.

tidak menjadi agenda berkala setiap 5 tahun, oleh karena itu setiap masyarakat harus mentaati kebijakan tersebut.

KPU Riau memiliki bagian teknis penyelenggara pemilu, partisipasi dan humas yang salah satu tugas pokok menjalankan segala pekerjaan Humas untuk keterbukaan informasi dan publikasi dalam mensosialisaikan segala peraturan, dan tahapan pemilu.

Humas merupakan sebagai communicator dalam sebuah instansi. Memberikan informasi seputar instansi pemerintah merupakan salah satu fungsi dari publisitas. Kegiatan publisitas bertujuan untuk mengenalkan instansi pemerintahan kepada khalayak dengan harapan instansi pemerintah bisa dikenal dan tetap eksis dilingkungan sekitar. Dan sebagai masyarakat atau makhluk sosial memang memiliki kewajiban untuk memperoleh informasi. Hak 2 atas kebebasan memperoleh informasi merupakan Hak Asasi Manusia yang timbul dari natural right.⁷

Mencermati pesta demokrasi pada Pemilu 2024 ini, semua pihak dituntut untuk mempersiapkan diri lebih baik dan berkompetisi secara sehat, elegan, dan sportif yang harus diwujudkan untuk suasana yang kondusif agar tegaknya keadilan pemilu berdasarkan Undang-undang, wujudkan harapan reformasi, jujur, adil, mandiri dan berintegritas tinggi, bersama rakyat awasi pemilu.

Disini peranan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Riau sangat dibutuhkan agar masyarakat lebih aturan pemilu 2024 melalui sosialisasi yang diberikan. Hal ini tentunya akan berdampak dengan berkurangnya jumlah masyarakat yang melakukan pelanggaran pemilu 2024.

Hal tersebut menjadi latar belakang mengapa peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan KPU dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024,. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau Dalam Mensosialisasikan Pemilu 2024**”.

⁷ Lenny Media Jayanti, dalam PR Pemerintah, Tentang Keterbukaan Informasi Publik (Surabaya: CO Publishing Lini Penerbitan JP Books Group, 2012), hlm 93.

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.

Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah penafsiran dalam kata kata judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi

Aktivitas Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*Communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi⁸.

2. Komisi Pemilihan Umum Riau

Dalam undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu sebagai lembaga pengawas Pemilu. KPU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dalam hal penyelenggaraan seluruh tahapan pemilihan umum dan tugas lainnya. KPU memberikan laporan Presiden kepada Dewan Perwakilan Rakyat.⁹

3. Sosialisasi

Gibson memandang sosialisasi sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh organisasi untuk menginteraksikan tujuan-tujuan organisasional dan individual.¹⁰

Sosialisasi adalah proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.¹¹

⁸ Effendy, Onong Unchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 301

⁹ Website Resmi KPU Riau dalam: <https://riau.kpu.go.id/> diakses pada 13 September 2022, Pukul 22.30 WIB

¹⁰ Evi Satispi, Jurnal, *Aktivitas Humas Pemerintah Daerah Dalam Sosialisasi Program Dinas Kebakaran Jakarta Selatan, Vol.3 No.2* Desember 2019.

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. Pemilihan Umum (Pemilu)

Pemilhan umum (disebut Pemilu) adalah proses pemilihan wakil-wakil rakyat oleh rakyat yang membawakan isi hati nurani rakyat dalam melanjutkan perjuangan mempertahankan dan mengembangkan kemerdekaan negara kesatuan republik Indonesia.¹²

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini yaitu: bagaimana Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau dalam mensosialisasikan aturan pemili 2024

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau dalam mensosialisasikan aturan pemili 2024.

2. Kegunaan Penelitian

Pada prinsipnya kegunaan penelitian ini yaitu untuk memperoleh suatu sumbang-saran berupa hasil pemikiran bagi para pengkaji masalah komunikasi.¹³ Melalui kegunaan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan komperatif dan pengembangan bagi penelitian yang sama. Adapun kegunaan penelitian ini antara lain yaitu:

- a. Kegunaan Praktis
 - 1) Bagi Penulis
 - a) Penelitian ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Komunikasi di Fakultas Dakwah

¹¹ Ihrom, Bunga Rampai Sosiologi Keluarga, Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2004, hlm.

¹² M. sudibjo, *Pemilhan Umum 1992 Suatu Evaluasi*, Cet,1 Jakarta: CSIS, 1995, hlm, 13-

¹³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 2009), h. 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- b) Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan dibidang publik relations yang berguna dalam mempertahankan ilmu khususnya ilmu komunikasi.
- b. Kegunaan Teoritis
 - 1) Sebagai bahan informasi yang diharapkan akan bermanfaat untuk penelitian lanjutan bagi peneliti/pihak lain.
 - 2) Sebagai bahan perbandingan antara teori dari mata kuliah yang di dapat di bangku perkuliahan dengan fakta yang didapat dilapangan.

3. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini akan membahas latar belakang pemilihan judul, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menguraikan tentang kajian terdahulu,kajian teori dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan berisikan tentang sejarah KPU Provinsi Riau, visi dan misi,dan struktur organisasi

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

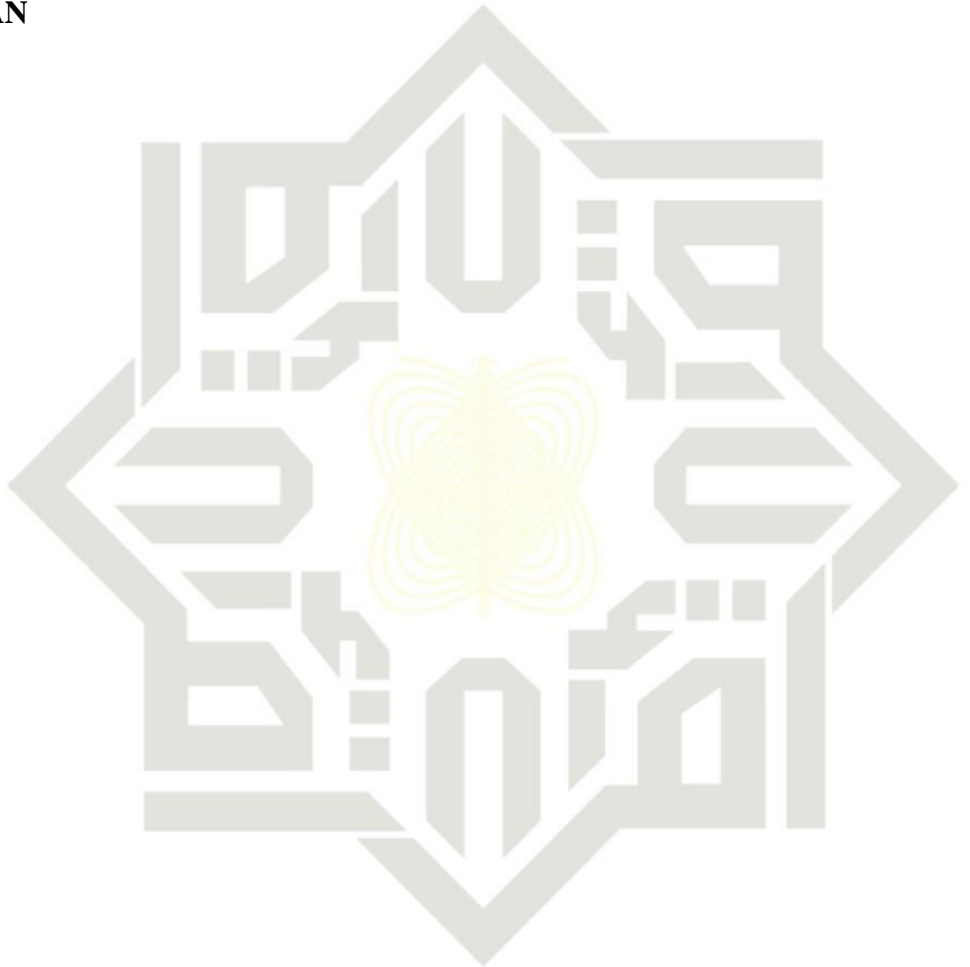
Pada bab ini akan berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini akan berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar lebih baik lagi kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



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.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

2.1 Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada design dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal kajian terdahulu, maka sangat membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan design penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian penulis:

Penelitian yang dilakukan oleh Diki Kurniawan Tahir Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari dengan judul **“Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Bupati Konawe Selatan 2015”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui strategi komunikasi dalam hal mengenal khalayak. Persamaannya dengan penelitian yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan Strategi Komunikasi dalam hal pembahasan pemilihan umum sekaligus sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya dengan penelitian penulis yaitu tempat dan kajian penelitiannya.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Julia Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Riau dengan judul **“Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum(KPU) Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum 2014.”** Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh Subjek Penelitian. Persamaannya dengan penelitian yang penulis teliti adalah sama-sama menggunakan Strategi Komunikasi untuk memahami subjek penelitian dan sama-

¹⁴ Diki Kurniawan Tahir, “ Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Bupati Konawe Selatan 2015” dalam ojs.uho.ac.id


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.

sama menggunakan Metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya dengan penelitian penulis yaitu tempat dan kajian permasalahannya.¹⁵

Selanjutnya peneliti oleh Mochammad Kahfi (2014) dengan judul **Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) Mpr Ri Dalam Mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa Tahun 2014**, Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang peran Humas MPR dan bagaimana kegiatannya dalam mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa tahun 2014. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif analitis. Sedangkan, metode yang dipergunakan adalah kualitatif, yang mendeskripsikan bagaimana penerapan Peran Humas MPR RI Dalam Mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa Tahun 2014. Setelah melakukan penelitian dan menganalisis, peneliti menemukan beberapa temuan, antara lain adalah sebagai penghubung antara MPR RI dengan publiknya, membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya, menjadi pendukung dalam fungsi manajemen MPR RI dan berupaya menciptakan citra bagi MPR RI. Dari penelitian yang kemudian dijabarkan dan dianalisis, dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas MPR RI mempunyai peranan yang penting dalam mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa.¹⁶

2.2 Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Siagian menyatakan bahwa strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Pengertian strategi lainnya seperti yang diutarakan Craig & Grant, strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Menurut Henry Mintzberg seorang ahli bisnis dan manajemen, bahkan pengertian strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana

¹⁵ Rafika Julia, “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum(KPU) Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum 2014”.

¹⁶ Muhammad kahfi, “Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) MPR Ri Dalam Mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*plan*), strategi sebagai pola (*pattern*), strategi sebagai posisi (*positions*), strategi sebagai taktik (*ploy*), strategi sebagai perspektif (*perspective*).

- a. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan, sama hal konsepnya dengan strategi perencanaan.
- b. Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran dari menggunakan yang terencana atau diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
- c. Strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk atau pun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen atau pun para penentu kebijakan, sebuah strategi utamanya di tentuan oleh faktor-faktor eksternal.³³
- d. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
- e. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.¹⁷

2. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal berasal dari perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.¹⁸ seiring dengan perkembangan zaman, seseorang semakin banyak mendefinisikan arti komunikasi. Tidak ada definisi yang paling benar dan juga paling salah. Definisi komunikasi dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang di definisikan dengan mengevaluasinya.

¹⁷ Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, (Bandung: Simbiosis Rekaama Media, 2012), 4

¹⁸ Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada ., 2014 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Definisi tersebut bisa dijelaskan secara meluas ataupun mempersempit pemaknaannya.

Menurut John R. Wenburg dan Wilmot setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi . komunikasi sebagai tindakan satu arah, yakni komunikasi mengacu pada sumber dan mengisyaratkan sebagai kegiatan yang disengaja, untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator.¹⁹

Poppy Ruliana mendefinisikan komunikasi sebagai salah satu aktivitas manusia dan suatu topik yang amat sering diperbincangkan sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki arti beragam.²⁰ Menurut Handoko komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain.²¹ Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain-lain) untu membuat sukses pertukaran informasi.

3. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin dengan demikian, strategi demikian dimaksudkan adalah memimpin tentara.lalu muncul kata strategos yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (the art of general), atau suatu rancangan terbaik untuk menenangkan

¹⁹ Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005, hlm 6

²⁰ Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014, hlm. 1

²¹Hanni Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta :EPFE, 2004, hlm. 272

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.

peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus di camkan, yakni “ tidak ada sesuatu yang berarti dari seglanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.

Karl von Clausewitz (1780-1831) seorang peniunan jendral Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana perempuran untuk mencapai tujuan perang”. Marthin-Anderson juga merumuskan “ strategi adalah seni dimana melibatkan kemmapuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak hanya lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsette berlatar belakang matematika.

Rogers memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar ide-ide baru. Middleton membuat defenisi 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 untk mencapai tujuan komunikasi ang optimal”²²Lalu apa itu strategi komuikasi ?

- 1) Strategi yang mengartikulasikan , menjelaska dan mempromosikan suatu visi komunikasi an satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
- 2) Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.

²² Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), 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.

3) Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

4) Adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Strategi komunikasi mempunyai fungsi yang berkaitan dengan kegiatan.²³

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudahan dioperasionalkannya media massa.

Strategi komunikasi juga memiliki beberapa kriteria atau standar kualitas. Strategi komunikasi dimulai dengan.²⁴

- 1) Mengidentifikasi visi dan misi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.
- 2) Menentukan program dan kegiatan. Program dan kegiatan adalah seangkaian aktivitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.
- 3) Menentukan tujuan dan hasil. Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.
- 4) Seleksi audiens yang menjadi sasaran. Perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

²³ Ahmad Rohani, *Media Intruksional Edukatif*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997, hlm. 33

²⁴ Allo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2011, hlm.

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.

- 5) Mengembangkan pesan. Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi khusus. Jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, penampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat, atau menunjukkan tindakan tertentu.
- 6) Identifikasi pembawa pesan. Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.
- 7) Mekanisme komunikasi/media. Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang dapat mudah diakses atau yang paling disukai audiens.
- 8) Scan konteks dan persaingan. Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

Tujuan sentral dari strategi komunikasi menurut R. Wayne Brent D. Peterson dan M. Dallas dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* bahwa tujuan dari kegiatan strategi komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama yakni :²⁵

- 1) *To scure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikan bisa mengerti pesan yang telah di terima.
- 2) *To establish acceptance*, yaitu apabila komunikan sudah dapat mengerti dan menerima pesan , maka penerima pesan tersebut harus dibina.
- 3) *To motivate action*, yaitu setelah penerimaan pesan tersebut dibina maka kegiatan itu harus dimotivasikan .

²⁵ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remadja Karya CV, 1986, hlm 35

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. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu hal penting dalam proses komunikasi, dimana strategi komunikasi dilakukan untuk mensukseskan sebuah komunikasi agar pesan atau informasi tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Strategi komunikasi memiliki beberapa fungsi dalam baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) diantaranya adalah.²⁶

- 1) Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
 - 2) Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.
- ### 2. Komponen-Komponen Strategi Komunikasi

Menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi juga diperhatikan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung dan faktor penghambat setiap komponen tersebut. Dimulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sasaran komunikasi, media, pesan dan komunikator.

1) Mengenal Sasaran Komunikasi

Sasaran komunikasi adalah tergantung pada tujuan komunikasi tersebut, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui saja (metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasife atau instruktif). Apapun tujuannya, metoodenya

²⁶ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi, Op. Cit* hlm, 35

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.

dan banyaknya sasaran pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :²⁷

a) Faktor Kerangka Referensi

Pesan yang akan disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi (*frame of reference*). kerangka referensi setiap orang akan berbeda dengan orang lain. Seseorang terbentuk dalam diri sebagai panduan dari pengalaman, pendidikan, norma hidup, status sosial, ideology dan sebagainya.

Situasi komunikasi antar personal mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikan karena ia hanya satu orang, maka komunikasi antar personal dapat dengan mudah ketika ingin menanyakan mengenai identitasnya. Hal yang sulit ialah mengenal kerangka referensi komunikan dalam komunikasi kelompok. Mereka berasal dari latar belakang yang berbeda beda sehingga lebih sulit untuk mengenali kerangka referensi para komunikan dalam komunikasi massa, sebab sifatnya heterogen. Sifat heterogen menyebabkan pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya bersifat informatif dan umum saja, yang dapat dimengerti oleh semua orang, dan mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang.

b) Faktor Situasi dan Kondisi

Situasi dalam hal ini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya namun juga bisa datang secara tiba-tiba pada saat komunikasi dilaksanakan.

Hambatan hambatan dalam komunikasi bisa terjadi kapan saja. Sehingga seorang komunikator harus mampu mengatasi ketika hambatan tersebut datang secara tiba-tiba maupun dapat diduga sebelumnya. Kondisi dalam hal ini adalah *state of personality*

²⁷ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi, Op. Cit* hlm, 40

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.

komunikasikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Tidak efektif apabila komunikasikan menerima pesan dalam keadaan sedih, marah, sakit dan lain sebagainya. Sehingga dalam menyampaikan pesan kepada komunikasikan, seorang komunikator harus menunggu hingga kondisi seorang komunikasikan berubah menjadi menyenangkan.²⁸

2) Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi merupakan salah satu bentuk cara mencapai sasaran komunikasi. Cara yang dilakukan adalah dengan memilih salah satu atau beberapa media yang akan digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi tersebut. Pemilihan media tergantung dari tujuan-tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

Media komunikasi yang sangat banyak tidak dapat ditegaskan secara pasti mana media yang paling baik dan yang paling tepat., karena setiap media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Misalnya, media cetak dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Sedangkan media audial hanya dapat didengarkan, serta pesan melalui media audio-visual dapat ditangkap secara lengkap yaitu dapat dilihat dan didengarkan.

3) Pengkajian Tujuan komunikasi

Setiap pesan komunikasi yang akan disampaikan selalu mempunyai tujuan tertentu. Seorang komunikator dapat menggunakan teknik supaya suatu pesan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik supaya pesan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Beberapa teknik tersebut ialah teknik informasi, teknik persuasi atau teknik intruksi. Isi pesan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari yang disampaikan kepada komunikasikan lebih banyak dengan

²⁸ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi*, Op. Cit hlm, 42

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.

menggunakan gabungan lambang, seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film atau televisi. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah bahasa, karena hanya bahasa yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang konkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang dan lain sebagainya.²⁹

Oleh sebab itu dalam komunikasi bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa, pesan komunikasi tidak akan dapat disampaikan kepada orang lain secara tepat. Akan terjadi banyak kesalahan informasi dan kesalahan intrepetasi yang disebabkan oleh bahasa.

4) Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus memiliki sikap empatik yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Sikap empatik dengan kata lain yakni, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain. Misalnya bersikap empati ketika berkomunikasi pada saat seorang komunikan sedang sibuk, marah, sedih, kecewa, dan sebagainya.

Menurut Effendy ada 2 faktor penting pada diri komunikator untuk melancarkan komunikan yaitu:³⁰

a) Sumber daya tarik

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu merubah sikap, opini dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Komunikan bisa merasakan ada persamaan anatar komunikator dengan dirinya, sehingga komunikan taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

²⁹ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi, Op. Cit* hlm, 43

³⁰ Effendy, Onong Unchjana. *Dinamika Komunikasi, Op. Cit* hlm, 44-45

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.

b) Sumber kepercayaan

Faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan tersebut banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Misalnya, seorang dokter akan mendapatkan kepercayaan jika ia menerangkan mengenai masalah kesehatan.

a. Teori Dalam Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya³¹.

Strategi ialah suatu seni menggunakan percakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr konsep strategi dapat didefinisikan menjadi dua perspektif, yaitu dari perspektif apa yang dilakukan suatu organisasi ingin lakukan, dan dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan³².

1. Perencanaan (*Planning*)

Menurut Waterston mendefinisikan perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.³³ Sedangkan komunikasi menurut Carl I. Hovland, mengatakan komunikasi

³¹ Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung hlm 32

³² Salusu, 2015, Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Public Dan Organisasi Nonprofit, Jakarta: PT Grasindo hlm 71

³³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), hlm 22

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.

adalah proses mengubah perilaku orang lain. Sedangkan Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.³⁴

Berikut pengertian dari perencanaan komunikasi menurut para ahli diantaranya sebagai berikut :

Menurut Robin Mehall Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bias dicapai, bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.³⁵

Sumber daya komunikasi dialokasikan untuk mencapai tujuan organisasi, agar tujuan tercapai dengan baik dan benar, hal tersebutlah yang dikatakan proses daalam perencanaan komunikasi Menurut John Middleton.³⁶

Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang perlu diperlukan dalam suatu kegiatan-kegiatan apapun, utamanya dalam memperkenalkan atau memasarkan produk, ide, dan gagasan. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi dapat ditemukan beberapa hal yang dapat merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi.³⁷

³⁴ Onong Uchana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm 10

³⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 20

³⁶ Ibid., 47

³⁷ Amri Syarif Hidayat, *Perencanaan Komunikasi Hakekat dan Implementasinya*, (Solo: Pustaka Iltizam, 2015), 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Banfield dan Meyerson dalam Sholihin menyatakan pendekatan perencanaan pada dasarnya dapat dilakukan dengan dua cara.³⁸

1. Pendekatan Perencanaan Rasional Menyeluruh

- a. Perencanaan Rasional Menyeluruh adalah pendekatan perencanaan yang dilandasi suatu kebijaksanaan umum yang merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai suatu kesatuan.
- b. Didasari oleh seperangkat spesifikasi tujuan yang lengkap menyeluruh dan terpadu.
- c. Peramalan yang tepat serta ditunjang oleh sistem informasi.

2. Pendekatan Perencanaan Terpilah

- a. Perencanaan terpilah adalah pendekatan perencanaan yang mempertimbangkan bagian-bagian kebijaksanaan umum yang berkaitan langsung dengan unsur atau subsistem yang diprioritaskan.
- b. Pendekatan Perencanaan Terpilah dalam pelaksanaannya lebih mudah dan realitis.

Dari beberapa pengertian perencanaan yang telah dikemukakan ada beberapa persamaan pendapat menyangkut beberapa aspek perencanaan. Aspek-aspek perencanaan tersebut yaitu³⁹:

1. Perencanaan sebagai suatu proses. Pada pengertian-pengertian yang dikemukakan di atas bahwa perencanaan merupakan suatu proses berkesinambungan dalam rangka mencapai tujuan organisasi di mana proses terkait dengan rangkaian peristiwa-peristiwa yang terjadi dengan segala kompleksitasnya dalam waktu yang telah ditetapkan, dengan target atau sasaran yang diharapkan. Perencanaan sebagai proses artinya bahwa

³⁸ Hafied Cangara, Op. Cit, hlm 52

³⁹ Abdul Rahmat, Manajemen Humas Sekolah, hlm. 64

setiap peristiwa yang terjadi dan terorganisir secara efektif dan efisien tidak saja sebagai rangkaian yang berkelanjutan tetapi juga tujuan dari suatu peristiwa.

2. Perencanaan berorientasi masa depan. Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, maka perencanaan selalu berorientasi pada masa depan. Dengan orientasi inilah maka perencanaan harus mampu memprediksi kondisi lingkungan sosial-ekonomi baik di dalam organisasi atau di luarnya agar tetap seirama dengan tujuan yang diharapkan membuat suatu perencanaan adalah berupaya semaksimal mungkin menciptakan misi dan tujuan organisasi. Perencanaan mengontrol dan mengarahkan organisasi secara keseluruhan
3. Perencanaan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi kegiatan-kegiatan yang direncanakan hendaklah merupakan penjabaran dari pada tujuan yang hendak dicapai, baik suatu kegiatan sebagai bagian dari keseluruhan organisasi. Adanya orientasi terhadap tujuan ini, berarti terlaksananya kegiatan yang direncanakan merupakan aktivitas pencapaian tujuan pada tahap tertentu.
4. Perencanaan menjabarkan kegiatan-kegiatan. Perencanaan merupakan usaha untuk memperkirakan kegiatan-kegiatan apa saja yang dapat dilaksanakan pada masa yang akan datang agar tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud.
5. Perencanaan sebagai kegiatan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dapat menunjang pelaksanaan kegiatan-kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang direncanakan tidak dapat diwujudkan jika tidak disertai dengan usaha untuk memikirkan dan mempersiapkan berbagai sumber daya yang dapat menunjang tercapainya kegiatan tersebut dalam rangka pencapaian tujuan.
6. Perencanaan merupakan kegiatan mempersiapkan sejumlah alternatif. Rencana yang tersusun sebagai hasil proses

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.

perencanaan merupakan alternatif-alternatif yang akan diberikan kepada para pengambil keputusan yaitu manajemen dalam menentukan alternatif yang paling efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

Empat proses pokok menurut Scoot M.Cultip dan Allen H. Center mengenai proses perencanaan komunikasi yaitu menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan, yaitu:⁴⁰

a. Penemuan Fakta (Fact Finding)

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

b. Perencanaan (Planning)

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan mengenai public, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi, taktik, dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab, “Kita telah mempelajari situasi ini berdasarkan apa –apa yang harus diubah, dilakukan, atau dikatakan”.

c. Komunikasi (Communication)

Langkah ketiga melibatkan implementasi program dari tindakan dan komunikasi yang telah didesain untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap public untuk mencapai sasaran program. Pertanyaan pada langkah ini, “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini, serta kapan, dimana, dan bagaimana”.

d. Evaluasi (Evaluation)

Tahap ini terakhir pada proses ini melibatkan kesiapan penilaian, implementasi, dan hasil dari program terimplementasi

⁴⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), hlm 148-149

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.

2. Management

Defenisi yang paling sederhana, tetapi sekaligus paling “klasik” tentang manajemen mengatakan bahwa manajemen adalah seni memperoleh hasil melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang lain. Defenisi yang sangat sederhana tersebut memberi petunjuk bahwa manajemen dapat disoroti dari paling sedikit empat sudut pandangan:⁴¹.

Pertama betapa pun berhasilnya para ilmuwan mengembangkan teori tentang manajemen yang antara lain berakibat pada pengakuan bahwa manajemen merupakan salah satu cabang ilmu pengetahuan sosial, penerapan berbagai teori manajemen itu tetap berdasarkan pendekatan yang fungsional. Artinya, penerapan berbagai teori tersebut masih harus dibarengin oleh ‘seni’ menggerakkan orang lain agar mau dan mampu berkarya demi kepentingan organisasi.

Kedua Manajemen selalu berkaitan dengan kehidupan organisasi ketika terdapat sekelompok orang yang menduduki berbagai jenjang tingkat kepemimpinan dan sekelompok orang lain yang tanggung jawab yang tanggung jawab utamanya adalah menyelenggarakan berbagai kegiatan operasional, melainkan dari kemahiran dan kemampuannya menggerakkan orang lain dalam organisasi.

Ketiga Keberhasilan organisasi sesungguhnya merupakan gabungan antara kemahiran manajerial dan keterampilan teknis para pelaksana kegiatan operasional.

Keempat, Kedua kelompok utama dalam organisasi, yaitu kelompok manajemen dan kelompok pelaksana mempunyai bidang tanggung jawab masing masing yang secara konseptual dan teoretikal dapat dipisahkan. Akan tetapi, hal itu secara operasional

⁴¹ Siagian, S. (2005). Pengaruh Strategi Pengorganisasian Pembelajaran dan Kemampuan Berpikir Logis Terhadap Hasil Belajar teknik Digital (Studi Eksperimen pada siswa SMK Swasta Medan). Disertasi. Jakarta: PPs Universitas Negeri Jakarta. Hlm 35

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.

menyatu dalam berbagai tindakan nyata dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (respikol) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan 21 makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya.⁴²

Komunikasi merupakan salah satu alat terpenting dalam menjalankan fungsi manajemen komunikasi terutama untuk mendukung kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh manajer. Anggota organisasi atau perusahaan perlu menyadari pentingnya kegiatan komunikasi untuk membantu tercapainya performance (kinerja) organisasi atau perusahaan

Manajemen komunikasi merupakan media yang sekaligus memperlancar fungsi dan peranan komunikasi dalam hal penyampaian pesan, informasi, dan lainnya. Proses tersebut terdiri dari beberapa tahap, antara lain :⁴³

- a. Perencanaan (planning)
- b. Pengorganisasian (organizing)
- c. Pengoordinasian (coordinating)
- d. Pengkomunikasian (communicating)
- e. Pengawasan (controlling)

f. Penilaian (evaluating) Dalam suatu manajemen komunikasi timbal balik merupakan media, sekaligus memperlancar fungsi dan peranan public relation dalam hal penyampaian pesan, informasi, publikasi dan lainnya. Begitu erat hubungan manajemen komunikasi dengan bidang kehumasan.

⁴² Cutlip, Scott M. et al. 2006. Effective public relations: Edisi Kesembilan. Alih Bahasa Oleh Tri Wibowo B.S. Jakarta : Kencana. Hlm 21

⁴³ Rosady ruslan, Manajemen Public relations dan Media Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada 2010, hlm 85

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.

Ibarat dua hal yang sangat berhubungan erat dan tak dapat dipisahkan.

d. Proses Komunikasi

Menurut Effendy ada beberapa proses dalam berkomunikasi yaitu⁴⁴:

1) Proses komunikasi tatap muka (Komunijasi Langsung)

Komunikator dan komunikan saling berhadapan sambil saling melihat. Dalam situasi komunikasi seperti ini komunikator dapat melihat dan mengkaji dari sikomunikan secara langsung, karena itu komunikasi tatap muka disebut juga komunikasi langsung.

a. jenis jenis komunikasi langsung

1. Komunikasi langsung persona dengan kelompok

Komunikasi persona dengan kelompok ini merupakan komunikasi langsung yang dilakukan oleh seseorang kepada banyak orang.

2. Komunikasi Langsung Kelompok dengan Persona

Komunikasi langsung kelompok dengan persona merupakan komunikasi secara langsung yang dilakukan oleh banyak orang kepada satu orang.

3. Komunikasi Langsung Kelompok dengan Kelompok

Komunikasi langsung kelompok dengan kelompok ini biasa disebut sebagai komunikasi langsung antar kelompok yang mana dilakukan oleh beberapa orang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada beberapa orang atau kelompok lain.

2) Proses komunikasi bermedia (Komunikasi Tidak Langsung)

Adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau

⁴⁴ibid

sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikanyang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tidak langsung (*indirect Communication*) oleh karena itu dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga ia merasa pasti berhasil.

Strategi komunikasi bermedia dapat diklarifikasikan menjadi media massa dan media nirmassa. Media massa dapat digunakan apabila komunikan berjumlah banyak atau bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan adalah surat kabar, radio, televisi. Sedangkan media nirmassa umumnya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang atau kelompok-kelompok tertentu. Surat, telepon, spanduk, pamflet, brosur, kaset, video, dan lain-lain adalah media nirmassa karena tidak memiliki daya kesempatan dan komunikannya tidak bersifat massal. Menurut Onong Unchjana Effendy, untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan di capai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan, mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Jenis jenis komunikasi tidak langsung:

1. Komunikasi Tidak Langsung Personal dengan Personal

Komunikasi tidak langsung persona dengan persona ini biasa disebut juga sebagai komunikasi tidak langsung antar persona, di mana komunikasi ini terjadi karena adanya bantuan dari alat perantara atau media komunikasi seperti telepon atau internet.

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.

2. Komunikasi Tidak Langsung Persona dengan Kelompok

Komunikasi tidak langsung persona dengan kelompok ini merupakan komunikasi yang berlangsung dengan bantuan media komunikasi

3. Komunikasi Tidak Langsung Kelompok dengan Persona

Komunikasi tidak langsung kelompok dengan persona merupakan komunikasi yang terjadi dari banyak orang sebagai komunikatornya dan seseorang sebagai komunikannya dan dengan menggunakan media komunikasi.

4. Komunikasi Tidak Langsung Kelompok dengan Kelompok

Komunikasi tidak langsung antar kelompok atau kelompok dengan kelompok ini merupakan komunikasi yang berlangsung dengan alat bantuan media komunikasi untuk menyampaikan pesan dan informasinya kepada komunikan.

2. Sosialisasi

Sosialisasi menurut *Sobur* adalah proses dimana masyarakat mendidik individu-individu bagaimana cara berperilaku, aturan apa yang harus dipatuhi, peranan yang harus dijalankan dan nilai yang harus diyakini. Sosialisasi adalah proses yang membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana bertindak dan berpikir agar ia dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun kelompok.⁴⁵

Melalui proses sosialisasi, individu akan terwarnai cara berpikir dalam kebiasaan-kebiasaan hidupnya dengan proses sosialisasi, individu menjadi tahu bagaimana ia mesti bertingkah laku di tengah-tengah masyarakat dan lingkungan budayanya. Jadi dalam hal ini sosialisasi merupakan salah satu proses belajar kebudayaan dari anggota masyarakat

⁴⁵ Syahril Syarbaini dan Rudyanta, *Dasar-Dasar Sosiologi: Edisi Pertama* (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2009), 95.

Hak Cipta Diindungi 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.

dalam hubungannya dengan sistem sosial. Menurut pendapat Dirdjosisworo bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian yaitu:⁴⁶

1. Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah implus dalam dirinya dan mengambil alih dari cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya.

2. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai dan tingkah laku dan ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat dimana ia hidup.

3. Semua sikap dan kecakapan yang di pelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya

Meskipun sosialisasi itu mungkin berbeda beda dalam berbagai lembaga, kelompok maupun masyarakat, namun sasaran sosialisasi itu sendiri banyak memiliki kesamaan Tujuan pokok sosialisasi adalah :

1. Individu harus diberi ilmu pengetahuan (keterampilan) yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat
2. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
3. Pengendalian fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihanlatihan mawas diri yang tepat.
4. Bertingkah laku selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok yang khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Proses sosialisasi itu berarti tidak berhenti sampai kepada keluarga, tapi masih ada lembaga lainnya. *Cohen* menyatakan bahwa lembaga sosialisasi yang terpenting adalah keluarga, sekolah, kelompok sebaya dan media massa. Dengan demikian sosialisasi dapat berlangsung secara

⁴⁶ Heny Numandia, "Hubungan antara kemampuan Sosialisasi dengan Kecanduan Jejaring Sosial", Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Darul Ulum Jombang, 2013,111

formal dan informal. Secara formal, proses sosialisasi lebih teratur karena di dalamnya disajikan seperangkat ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis serta dilengkapi oleh seperangkat norma tegas dan harus dipatuhi oleh setiap individu. Sedangkan secara informal, proses sosialisasi bisa terjadi melalui interaksi pergaulan informal. Sosialisasi itu bersifat tidak sengaja, terjadinya ini bila seseorang individu mempelajari pola-pola keterampilan, norma atau perilaku melalui pengamatan informal terhadap interaksi oranglain.

Di dalam sosialisasi ini terdapat dua model proses sosialisasi, yaitu:

1. Model Deterministik

Dalam model pertama ini individu di tentukan segalanya. Keinginan, cita-cita, kebebasan dapat dikatakan tidak mendapat tempat. Secara lebih konkrit aturan, kebiasaan, norma yang tidak boleh diusik-usik. Individu yang mempunyai gagasan yang berbeda dengan norma yang berlaku tidak mendapat tempat. Kepentingan bersama atau kolektivitas harus menjadi pertimbangan utama .

2. Model Aktualisasi

Dalam model yang kedua ini individu dipandang sebagai suatu potensi yang harus dikembangkan. Individu hendaknya diberi kebebasan untuk mengembangkan potensinya. Segala tindakan hendaknya dikerahkan untuk memberikan kemudahan dalam perkembangan serta pemenuhan dirinya secara maksimal. Proses sosialisasi tercipta dari interaksi sosial, interaksi sosial tercipta dari komunikasi yang berjalan lancar. Ketiga hal itu tidak dapat dipisahkan karna saling berkaitan, dan harus ada untuk menciptakan sosialisasi yang maksimal sehingga harus ada unsur-unsur yang telah tersebut diatas.

Jadi, komunikasi mendukung dan menjadi faktor utama terjadinya sosialisasi di dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi, proses sosialisasi di dalam masyarakat tidak akan berlangsung ataupun tercipta secara baik. Komunikasi merupakan salah satu unsur penting di dalam

Hak Cipta Diindungi 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.

hidup bermasyarakat. Karena itu merupakan salah satu faktor terfatal untuk menciptakan interaksi sosial dan hubungan sosial.

Komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat, karena tanpa adanya komunikasi antar anggota masyarakat tidak dapat berlangsung. Oleh sebab itu dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal.⁴⁷

4 Teori Strategi Komunikasi Walter Shewhart

Implementasi untuk merencanakan, melaksanakan, melakukan pemantauan ke masyarakat baiknya dirancang dengan manajemen strategi yang bagus. Manajemen strategis pada prinsipnya adalah kemampuan organisasi untuk mengadaptasi masa depan yang umumnya bersifat jangka pendek serta menengah. Manajemen strategi komunikasi juga dapat mengurangi kesalahpahaman yang mungkin akan terjadi pada pelaksanaan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan sebuah sistem penjaminan kualitas pesan dan penyampaian yang berkelanjutan.

Gasperz menyatakan bahwa continuous improvement merupakan salah satu cara mengendalikan proses yang sedang dilaksanakan untuk mencapai peningkatan kualitas. Jadi prinsipnya adalah proses penerapan harus dipandang sebagai suatu peningkatan terus-menerus yang dimulai dari ide-ide, pengembangan program, hingga pelaksanaan ke masyarakat. Berdasarkan hasil dari pelaksanaan dikumpulkan kembali untuk memperbaiki ide-ide atau program. Walter Shewhart beberapa tahun lalu mengemukakan analisis yang disebut siklus deming untuk meningkatkan partisipasi masyarakat secara sistematis. Dalam ilmu manajemen ada yang disebut dengan konsep problem solving. Secara ringkas membentuk konsep P-D-CA, yakni P untuk plan, D untuk do, C untuk check, dan A untuk act. Siklus ini tidak terputus yang digunakan untuk meningkatkan manajemen strategi. Sehingga selalu ada perbaikan di setiap prosesnya untuk pencapaian tujuan utama.

⁴⁷ Heny Numandia, "Hubungan antara kemampuan Sosialisasi dengan Kecerdasan Jejarling Sosial", Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Darul Ulum Jombang, 2013, 111

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. Plan

Arti Plan dalam bahasa inggris adalah rencana. Plan disini dimaksudkan sebagai merencanakan sasaran dan proses yang akan digunakan untuk mencapai tujuan.

Perencanaan ini juga dapat digunakan sebagai cara untuk mengidentifikasi sasaran dan mencari tahu apa saja yang menjadi hambatan. Plan juga memiliki peran untuk memfokuskan sebuah tujuan yang kemudian dapat mendiskripsikan proses dari awal hingga akhir yang akan dilalui.

2. Do

Arti Do dalam bahasa inggris adalah melakukan. Melakukan perencanaan proses yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dalam implementasi konsep Do seminimal mungkin menimalisir penundaan dan terus mengacu pada pelaksanaan aktivitas yang sudah direncanakan.

3. Check

Arti Check dalam bahasa inggris adalah evaluasi. Evaluasi terhadap sasaran dan proses mengacu pada verifikasi pelaksanaan. Untuk pengecekan ada dua hal yaitu memantau dan mengevaluasi sehingga kelemahan dapat diketahui untuk merencanakan perbaikan

4. Act

Arti Act adalah menindaklanjuti yaitu evaluasi total terhadap sasaran dan proses. Jika ternyata pelaksanaan masih belum sempurna sesuai tujuan maka menindaklanjuti hasil bisa berupa melakukan modifikasi rencana, merevisi proses atau kebijakan. Selain itu juga perlu untuk memonitor perubahan dengan melakukan pengendalian dan pengukuran proses secara berkala.

Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan suatu bentuk keseluruhan dari proses penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi bawaslau provinsi riau dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024

Gambar 2.1

Kerangka Pikir

(Sumber olahan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek dan objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.⁴⁸

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *Observasi Partisipasi* adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan oleh observer dengan ikut mengambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang akan diobservasi. Dalam observasi partisipan perlu diperhatikan beberapa hal untuk meningkatkan kecermatan. Pertama adalah persoalan pencatatan yang harus dilakukan diluar pengetahuan orang-orang yang sedang diamati.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Nawawi, pendekatan deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai rangkaian atau proses menjangkau informasi dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu objek dan dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis ataupun praktis.⁴⁹

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu merupakan faktor penting dalam suatu penelitian, inilah yang menjadi arah kemana dan kapan peneliti akan mencari segala yang diperlukan dalam penelitiannya. Dalam permasalahan ini lokasi penelitian akan dilaksanakan di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau jl Diponegoro, Kota Pekanbaru. Sementara waktu penelitiannya dimulai dari Juli 2022.

⁴⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana,2006), 56-

⁴⁹ Nawawi Hadari, *Instrument Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2002, hlm. 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.

Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli melalui media, sumber data primer dapat berupa opini subjek atau orang secara individu atau kelompok. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data pembantu atau pelengkap. Data sekunder diperoleh dari data yang berbentuk laporan, catatan, buku-buku, dan dokumen serta melalui arsip-arsip KPU Provinsi Riau, website serta buku-buku referensi pustaka.⁵⁰

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Bagian Teknis Penyelenggara Pemilu, Partisipasi Dan Hubmas.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penentuan informan penelitian dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara jelas dan mendalam. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Purposive Sampling.

Menurut Sugiyono purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Maka dari itu peneliti memilih secara sengaja informan penelitian tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

⁵⁰ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 213

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.

Informan penelitian terbagi menjadi dua yaitu informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci ini merupakan seseorang yang memahami dan dapat memberikan informasi berdasarkan penelitian yang dilakukan dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal. Sedangkan informan pendukung, yaitu orang-orang yang berada disekitar wilayah penelitian yang dianggap dapat memberikan informasi terkait masalah yang diteliti

NO	NAMA	JABATAN
1	NUGROHO NOTO SUSANTO, S.Ip	Komisioner Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Dan SDM
2	NIRSON, S.Sos	Kabag Teknis Penyelenggaraan Pemilu Partisipasi Dan HUMAS
3	ALFA MERRY DELFITA, S.SOS, M.SI	Kasubag Partisipasi Dan Humas

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna untuk melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Berdasarkan pelaksanaan, observasi dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu observasi partisipasi dan non partisipasi⁵¹.

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi non partisipasi. Observasi yang non partisipasn adalah observasi yang dalam pelaksanaannya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipasi atau kelompok yang diteliti. Cara ini banyak dilakukan pada saat ini. Peneliti menggunakan observasi non partisipasi, hal ini dikarenakan peneliti tidak terlibat secara langsung kedalam bagian yang diteliti. Akan tetapi diluar bagian yang diteliti yang sesuai dengan permasalahan yang diambil dan diteliti.

⁵¹ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 138

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.

2. Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan personil untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur⁵².

3. Dokumentasi

Yaitu penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan hardisk/film⁵³.

3.6 Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya.

Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi⁵⁴.

Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan

⁵² Elvinaro Ardianto, *Ibid*, h. 139

⁵³ Elvinaro Ardianto, *Ibid*, h. 140

⁵⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 106

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.

teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan⁵⁵.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif ini digunakan, karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa penjelasan-penjelasan bukan dengan angka.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moelong berikut.⁵⁶

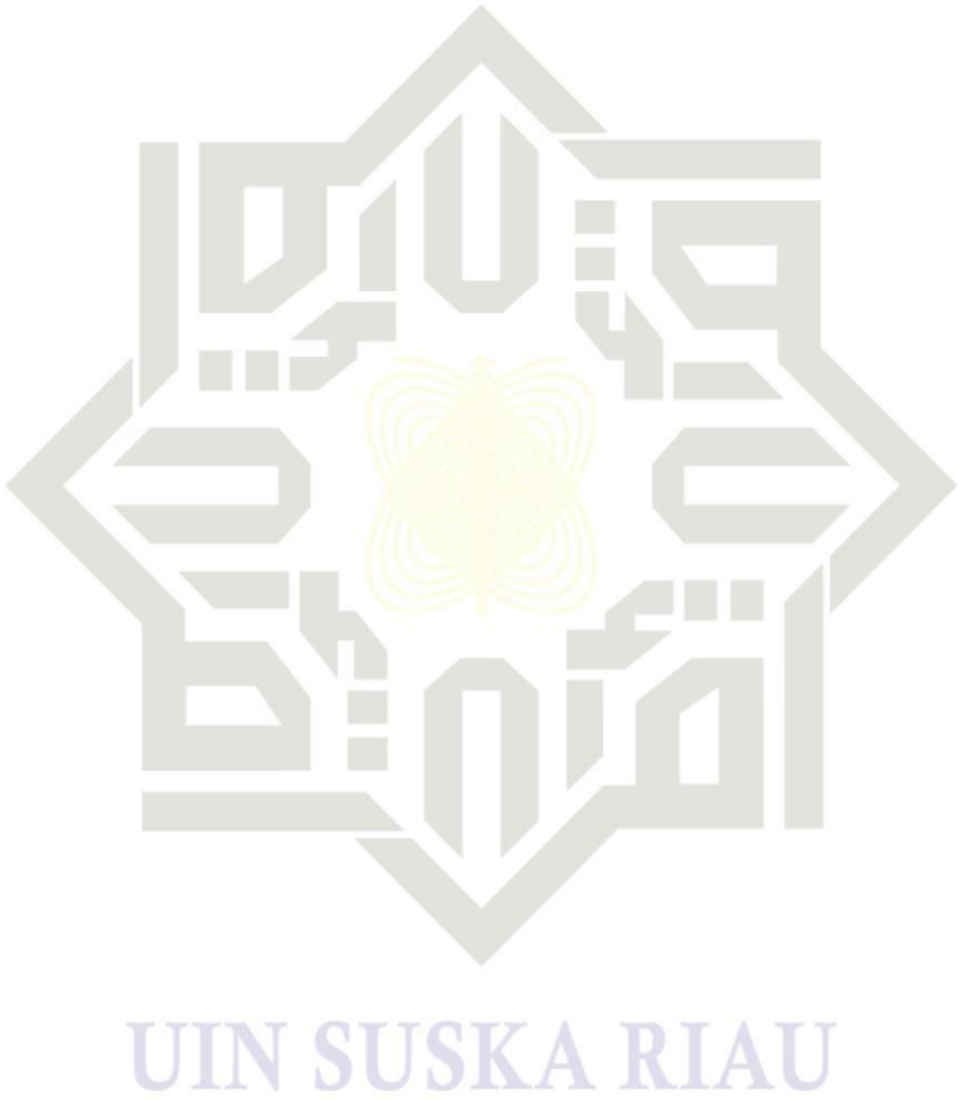
1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data

⁵⁵ Lexy J. Maleong, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 11

⁵⁶ Lexy J. Maleong, *Ibid*, h. 26

yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.



Hak Cipta Diindungi 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.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Komisi Pemilihan Umum

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, yakni meliputi Pemilihan Umum Anggota DPR/DPD/DPRD, Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, serta Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Sebelum Pemilu 2004, KPU dapat terdiri dari anggota-anggota yang merupakan anggota sebuah partai politik, namun setelah dikeluarkannya UU No. 4/2000 pada tahun 2000, maka diharuskan bahwa anggota KPU adalah non-partisan.⁵⁷

4.2 Visi dan Misi KPU Riau

a. Visi KPU Riau

Terwujudnya Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara Pemilihan Umum yang memiliki integritas, profesional, mandiri, transparan dan akuntabel, demi terciptanya demokrasi Indonesia yang berkualitas berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

b. Misi KPU Riau

- a) Membangun lembaga penyelenggara Pemilihan Umum yang memiliki kompetensi, kredibilitas dan kapabilitas dalam menyelenggarakan Pemilihan Umum
- b) Menyelenggarakan Pemilihan Umum untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden dan Wakil Presiden serta Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil, akuntabel, edukatif dan beradab;
- c) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilihan Umum yang bersih, efisien dan efektif;

- d) Melayani dan memperlakukan setiap peserta Pemilihan Umum secara adil dan setara, serta menegakkan peraturan Pemilihan Umum secara konsisten sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- e) Meningkatkan kesadaran politik rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilihan Umum demi terwujudnya cita-cita masyarakat Indonesia yang demokratis

4.3 Struktur Organisasi KPU



4.4 Tugas dan Wewenang KPU Riau

Dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja

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 Diindungi Undang-Undang

Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan sebagai berikut :

1. Merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum;
2. Menerima, meneliti dan menetapkan Partai-partai Politik yang berhak sebagai peserta Pemilihan Umum;
3. Membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS
4. Menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan
5. Menetapkan keseluruhan hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II
6. Mengumpulkan dan mensistемasikan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum
7. Memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum.

Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, KPU Provinsi mempunyai tugas dan wewenang dalam setiap tahapan Pemilu yaitu :

1. Tugas dan wewenang KPU Provinsi dalam penyelenggaraan Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah meliputi
 - a. Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran serta menetapkan jadwal Pemilu di provinsi
 - b. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan Pemilu di provinsi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan

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.

BAB VI PENUTUP

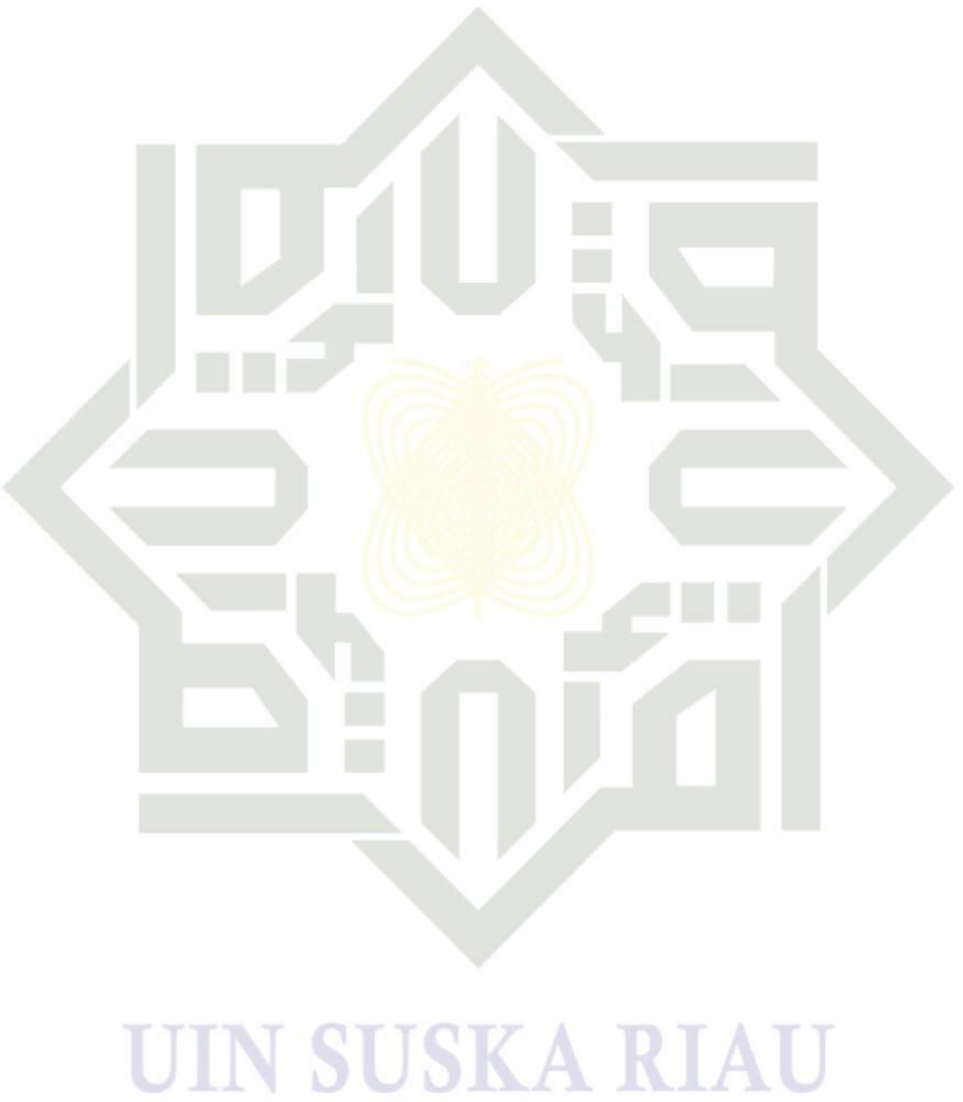
Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan yang telah peneliti lakukan menghasilkan kesimpulan Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024 melewati 2 tahaapan Yaitu Komunikasi Langsung mengenai proses komunikasi yaitu menjadi landasan atau aauan untuk melakukan pelaksanaan telah dilaksanakan dengan baik oleh KPU Riau, Pokok perencanaan yaitu perencanaan yang dilakukan oleh KPU Riau dengan memperkuat sumberdaya manusia yang ada dengan melaksanakan pogram bimbingan teknis dan program rapat konsolidasi penguatan lembaga organanisasi. Serta mengenai proses komunikasi tidak langsung maka KPU Provinsi Riau memaksimalkan Potensi Media sosial yang sedang di gandrungi banyak orang seperti KPU riau membuat flayer, spanduk dan baliho yang akan dipasang dibeberapa titik strategis sebagai bentuk Komunikasi tidak langsung lalu bekerjasama dengan wartawan terkait media cetak dan media digital seperti facebook, youtube, instagram dan website, tujuan nya agar aturan pemilu 2024 dapat disosialiasikan lebih luas dengan pengguna platform tersebut.

Saran

1. Adapun saran yang dapat diberikan kepada KPU Riau adalah dengan lebih menggiatkan riset terhadap fenomena yang terjadi dilapangan dengan terencana agar mudah meneukan fakta apakah masyarakat telah memahami tahapan dan peraturan pemilu 2024
2. Selanjutnya perncaanan dan manajemen strategi dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024 ini harus lebih direncanakan lagi dengan perencanaan dan amanjemen strategi komunikasi yang lebih matang agar persiapan program mudah terlaksana, kemudian proses sosialisasi aturan pemilu 2024 agar lebih intens lagi dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat Riau.

3. Selain itu pihak KPU Riau melakukan evaluasi yang berkelanjutan terkait program strategi komunikasi dalam mensosialisasikan aturan pemilu 2024.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi 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.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Eddy Syarifuddin, *Dinamika Pengawasan Pemilu Legislatif Tahun 2014 Di Bumi*
- Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014
- Riswandi. *Ilmu Komunikasi*. 2009. Yogyakarta: Graha Imu.
- Joseph A. Devito. *Komunikasi Antar Manusia. Edisi Kelima*. 2007. Jakarta: Profesional.
- Onong Uncjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. 2004. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. *Ilmu Komunikasi*. 2009. Yogyakarta: Graha Imu.
- Eddy Syarifuddin. *Dinamika Pengawasan Pemilu Legislatif Tahun 2014 Di Bumi Lancang Kuning*. 2014. Pekanbaru.
- Lenny Media Jayanti. dalam PR Pemerintah Tentang Keterbukaan Informasi Publik. 2012. Surabaya: CO Publishing Lini Penerbitan JP Books Group.
- Effendy. Onong Unchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. 2003 Bandung: Citra
- Aditya Bakti.
- M. sudibjo. *Pemilhan Umum 1992 Suatu Evaluasi*. Cet.1. 1995. Jakarta: CSIS.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. 2009. Bandung: Rosda Karya.
- Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. 2013. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Adianto, Elvinaro. *Public Relations Praktis*. 2009. Edisi pertama. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Aifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. 1984 Bandung: Armico.
- Effendy, Onong Unchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. 2006 Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sahrial Syarbaini dan RudiYanta. *Dasar-Dasar Sosiologi*. 2009. Edisi Pertama: Yogyakarta: Graha.



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.

Rechmat Kriyantono. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. 2006. Jakarta : Kencana.

Nawawi Hadari. *Instrument Penelitian Bidang Sosial*. 2002. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.

Rosady Ruslan. *Metode Penelitian*. 2006. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Elyinaro Ardianto. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. 2010. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktis*. 2011. Jakarta: Rineka Cipta.

Lexy J. Maleong. *Penelitian Kualitatif*. 2000. Jakarta: Rineka Cipta.

JURNAL & SKRIPSI:

Evi Satsipi. *Jurnal Aktivitas Humas Pemerintah Daerah Dalam Sosialisasi Program*

Di Dinas Kebakaran Jakarta Selatan, Vol.3 No.2 Desember 2019.

Diki Kurniawan Tahir. *Strategi Komunikasi KPU Evi Satsipi. Jurnal Aktivitas Humas*

Pemerintah Daerah Dalam Sosialisasi Program Di Dinas Kebakaran Jakarta

Selatan, Vol.3 No.2 Desember 2019.

Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Bupati Konawe

Selatan 2015” dalam ojs.uho.ac.id

Rafika Julia, “ Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum(KPU) Kota Pekanbaru

Dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum 2014”.

Muhammad kahfi, “Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) MPR Ri Dalam Mensosialisasikan Empat Pilar Bangsa Tahun 2014.

Henry Numandia, “Hubungan antara kemampuan Sosialisasi dengan Kecanduan


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.

- Jejaring Sosial”, Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Darul Ulum
Jombang,
2013.
- Khairul Fahmi, “Pergeseran Pembatasan Hak Pilih dalam Regulasi Pemilu dan
Pilkada,” Jurnal Konstitusi Vol.14, No. 4 (Februari 2018), hlm. 750.
- Syahrial Syarbaini dan RudiYanta, Dasar-Dasar Sosiologi: Edisi Pertama
(Yogyakarta: Graha Ilmu,2009),95.
- Cutlip, Scott M. et al. 2006. Effective public relations: Edisi Kesembilan.
Alih Bahasa Oleh Tri Wibowo B.S. Jakarta : Kencana. Hlm 21
- Rosady ruslan, Manajemen Public relations dan Media Komunikasi.
Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada 2010, hlm 85
- Siagian, S. (2005). Pengaruh Strategi Pengorganisasian Pembelajaran dan
Kemampuan Berpikir Logis Terhadap Hasil Belajar teknik Digital (Studi
Eksperimen pada siswa SMK Swasta teladan Medan). Disertasi. Jakarta: PPs
Universitas Negeri Jakarta. Hlm 35
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi* (Jakarta: PT.
RajaGrafindo Persada, 2010), 20
- Amri Syarif Hidayat, *Perencanaan Komunikasi Hakekat dan
Implementasinya*, (Solo: Pustaka Iltizam, 2015), hlm.76
- Hafied Cangara, Op. Cit,hlm 52
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT.
Remaja Rosdakarya, Bandung hlm 32
- Salusu, 2015, Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Public
Dan Organisasi Nonprofit, Jakarta: PT Grasindo hlm 71
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT.
Rajagrafindo Persada, 2013), hlm 22
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi* (Jakarta: PT.
RajaGrafindo Persada, 2010), 20
- Ibid., 47

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.

- M. sudibjo. *Pemilhan Umum 1992 Suatu Evaluasi*. Cet.1. 1995. Jakarta: CSIS.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. 2009. Bandung: Rosda Karya.
- Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. 2013. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. *Public Relations Praktis*. 2009. Edisi pertama. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. 1984 Bandung: Armico.
- Effendy, Onong Unchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. 2006 Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahrial Syarbaini dan Rudiyanata. *Dasar-Dasar Sosiologi*. 2009. Edisi Pertama: Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 20
- Ibid., 47

Lampiran



Wawancara penulis bersama Narasumber

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.