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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No. 6851/KOM-D/SD-S1/2024

STRATEGI KOMUNIKASI SENTRA KREATIF LESTARI DALAM MENDUKUNG SIAK SEBAGAI KABUPATEN LESTARI

UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

Oleh :

MAULANA RAJA IRFAN
NIM. 12040312081

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024

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.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

STRATEGI KOMUNIKASI SENTRA KREATIF LESTARI DALAM MENDUKUNG SIAK SEBAGAI KABUPATEN LESTARI

Disusun Oleh:

Maulana Raja Irfan

NIM.12040312081

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 26 Maret 2024

Pembimbing,

Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom

NIP. 19860526 202321 1 013

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

if Kasim Riau

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.

UIN SUSKA RIAU
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

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 : Maulana Raja Irfan
NIM : 12040312081
Judul : Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari

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

Hari : Rabu
Tanggal : 05 Juni 2024

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, 05 Juni 2024

Dekan,

Prof. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Drs. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Sekretaris/ Penguji II,

Rusyda Fauzana, S.S., M.A
NIP. 19840504 201903 2 011

Penguji III,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19860526 202321 1 013

Penguji IV,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19780912 201411 1 003

rif Kasim Riau

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.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM 15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761 562051
Fax. 0761 562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: fain-sq@Pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertanda tangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : MAULANA RAJA IRFAN
NIM : 12040312081
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI *WEBSITE* SENTRA KREATIF LESTARI DALAM MENDUKUNG SIAK SEBAGAI KABUPATEN LESTARI

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 9 Juni 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarifkasim Riau.

Pekanbaru, 9 Juni 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

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

Penguji II,

Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Kasim Riau

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.

Lampiran Surat:
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Maulana Raja Irfan
NIM	: 12040312081
Tempat/ Tgl. Lahir	: Dumai, 9 Juni 2002
Fakultas/Pascasarjana	: Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
Prodi	: Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/~~Thesis~~/Skripsi/~~Karya Ilmiah lainnya~~* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/~~Thesis~~/Skripsi/~~Karya Ilmiah~~ lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/~~Thesis~~/Skripsi/(~~Karya Ilmiah lainnya~~*) 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, 07 Juni 2024
Yang membuat pernyataan

Maulana Raja Irfan
NIM. 12040312081

rif Kasim Riau

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.

Pekanbaru, 26 Maret 2024

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 : Maulana Raja Irfan
NIM : 12040312081
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari

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. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIP.19860526 202321 1 013

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

rif Kasim Riau

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Nama : Maulana Raja Irfan

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari

Penelitian ini muncul sebagai tindakan nyata dari anak muda yang tergabung dalam organisasi Sentra Kreatif Lestari atau sering disebut Skelas untuk mendukung kabupaten siak menjadi kabupaten lestari dengan membuat program yang dapat membantu umkm di kabupaten siak untuk semakin berkembang dan mengikuti arus perkembangan teknologi sekarang ini. Sebagaimana diketahui, sektor pariwisata juga sedang dirancang sedemikian rupa oleh dinas pariwisata pada wilayah tersebut agar dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung serta membantu pelaku ekonomi kreatif lestaari di daerah untuk tetap terus bersaing. Adapun rumusan masalah pada peneliti ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari. Meotode yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah Teori AIDA dari Kotler dan Keller. Hasil penelitian ini menunjukkan penelitian menunjukkan bahwa Sentra Kreatif Lestari berhasil menarik perhatian masyarakat melalui pelatihan, seminar, dan pengembangan ide serta inovasi terbaru. Hal ini di buktikan dengan masyarakat yang erasa terbantu dan puas dengan pogram yang dilaksanakan Sentra Kreatif Lestari dan kini menggandeng 17 sektor ekonomi kreatif yang ada di kabupaten Siak. Dengan demikian, Sentra Kreatif Lestari turut berperan dalam upaya menjadikan Siak sebagai kabupaten lestari.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Sentra Kreatif Lestari, Kabupaten Siak

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Name : **Maulana Raja Irfan**

Department : **Communication Science**

Title : **Sustainable Creative Center Communication Strategy in Supporting Siak to Become a Sustainable District**

This research emerges as a concrete action by young individuals affiliated with the Sustainable Creative Center organization, often referred to as Skelas, to support Siak District in becoming sustainable by creating programs that can assist MSMEs in Siak District to further develop and keep up with the current technological advancements. As known, the tourism sector is also being carefully designed by the tourism department in that area to attract tourists and help sustain creative economic players in the region to remain competitive. The problem formulation in this research is how the Communication Strategy of the Sustainable Creative Center supports Siak as a Sustainable District. The aim of this study is to understand the Communication Strategy of the Sustainable Creative Center in supporting Siak as a Sustainable District. The method used is descriptive qualitative, employing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The theory used is the AIDA Theory by Kotler and Keller. The results of this research show that the Sustainable Creative Center successfully attracts public attention through training, seminars, and the development of new ideas and innovations. This is evidenced by the community feeling assisted and satisfied with the programs implemented by the Sustainable Creative Center, now engaging 17 creative economic sectors in Siak District. Thus, the Sustainable Creative Center plays a role in the effort to make Siak a sustainable district.

Keywords: Communication strategy, Sentra Kreatif Lestari, Kabupaten Siak

UIN SUSKA RIAU

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini. Karena berkat beliaulah kita dapat merasakan kehidupan seperti saat ini yang dipenuhi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari".** Merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**.**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, baik dari segi penggunaan tata bahasa, tulisan, maupun dari segi redaksionalnya, sehingga peneliti mengharapkan saran dan kritik yang berguna, yang Insya Allah dengan jalan ini peneliti dapat memperbaiki kekurangannya dikemudian hari.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan bimbingan serta penghargaan dari semua pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan Teristimewa kepada orang tua tercinta yakni,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ayahanda Rahman Hidayat Siregar dan **Ibunda Animar** tercinta yang telah berjuang untuk menguliahkan peneliti. Berkat doa dan semangatnya, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Dan sebagai penutup penulis juga menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang memberikan bantuan moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Dr.Muhammad Badri,SP.,M.Si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Bapak Artis,S.Ag.,M.I.Kom
4. Dosen Pembimbing yakni Bapak Dr. Usman, M.I.Kom, yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan, semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis kedepannya
6. Seluruh Informan pada Sentra Kreatif Lestari Siak, Terimakasih telah memberikan kesempatan untuk peneliti dalam penyelesaian tugas akhir.
7. Kepada Panutanku, Ayahanda Rahman Hidayat Siregar, Terimakasih atas jerih payah, do'a dan dukungan yang telah diberikan yang tak mungkin terbalaskan, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, Namun beliau mampu mendidik, memotivasi, memeberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

8. Kepada Pintu Surgaku, Ibunda Animar yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

9. Kepada Najla Mirza Andriani, Terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup dan selalu ada untuk saya. Terimakasih banyak telah menjadi sosok rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan untuk anak lelaki tunggal ini.

10. Kepada Astrid Tanya Prativi, Dieto Pratama, Elsya Trinanda, Habil Hamdi Ramadhan, Muhammad Arif, Muhammad Ravi, Muhammad Rizqi Imam Al-Baqi, Mujibur Rahman Dan Wulan Kurnia Putri , Teman semester akhir yang telah memberikan kesan indah dan berharga dengan segala kenangannya semasa kuliah di semester akhir ini yang selalu mendukung dan memotivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.. Terimakasih sekali lagi tidak pernah menjadikan patokan pertemanan ini dalam standar bersaing, semoga kalian sukses dimanapun.

11. Kepada Saudari Atika Dhiani S.I.Kom dan Sartika S.I.Kom yang telah banyak membantu, mengarahkan dan mengajarkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Kepada teman – teman Public Relations H 2020 atas dukungan dan kebersamaannya pada masa perkuliahan ini.

13. Kepada Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menjadi wadah saya berproses mengembangkan soft skill, menciptakan rasa kekeluargaan selama aktif dalam dua periode.

14. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat di tuliskan satu persatu yang telah banyak membantu, memberikan dukungan, dan hal-hal baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

15. *Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all time*.

Terakhir sebagai hamba yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi, maupun praktisi dan dapat dijadikan *khazanah* keilmuan. *Aamiin*.

Wassalamu`alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 23 Maret 2024

Maulana Raja Irfan

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Penegasan Istilah 5
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Tujuan penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Kajian Terdahulu 9
2.2 Landasan Teori 13
2.3 Konsep Operasional 32
2.4 Kerangka Pemikiran 32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 34
3.3 Sumber Data Penelitian 34
3.4 Informan Penelitian 35
3.5 Teknik Pengumpulan Data 35
3.6 Validitas Data 36
3.7 Teknik Analisis Data 37
BAB IV GAMBARAN UMUM
4.1 Gambaran Umum Sentra Kreatif Lestari 38
4.2 Tugas dan Fungsi Sentra Kreatif Lestari 38
4.3 Struktur Organisasi 39
4.4 Visi dan Misi 41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN
5.1 Hasil Penelitian 42
5.2 Pembahasan 59

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan 66

6.2 Saran 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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 TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian 35

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 5.1	Skelas Baselo	44
Gambar 5.2	Website Skelas	45
Gambar 5.3	Skelas berkolaborasi dengan pemerintah setempat	46
Gambar 5.4	Akun Resmi instagram Skelas	47
Gambar 5.5	Produk umkm dikabupaten siak yang di promosikan melalui instagram Skelas	48
Gambar 5.6	Program KUBISA yang dilakukan Skelas untuk menarik minat umkm dikabupaten Siak	50
Gambar 5.7	Rapat program kawan Skelas	51
Gambar 5.8	Kolaborasi Skelas dengan Instagram Explore siak	52
Gambar 5.9	Program pelatihan umkm yang dibuat Skelas dipublikasikan melalui akun sosial media untuk menarik minat audience	53
Gambar 5.10	Program pelatihan langsung yang diberikan Skelas untuk mendukung umkm di Siak	53
Gambar 5.11	Rapat pembentukan panitia program bazar ekonomi kreatif dan pameran Skelas	56
Gambar 5.12	Kegiatan berdiskusi langsung dengan sektor ekraf di kabupaten siak yang tergabung dalam Skelas untuk mendapatkan saran dan masukan terkait kegiatan Skelas ..	58

UIN SUSKA RIAU

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang perubahan teknologi dan arus informasi menjadi lebih kompleks dan cepat dalam memotivasi orang untuk memahami kemajuan teknologi.[1] Dari sektor pariwisata yang sedang dirancang sedemikian rupa oleh dinas pariwisata pada wilayah tersebut agar dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Akan tetapi ada beberapa hal yang mungkin dapat menjadi kendala bagi wisatawan misalnya minimnya informasi perihal wisata yang akan dikunjungi, hotel atau penginapan yang dekat dari tempat wisata, jasa photographer yang untuk mengabadikan momen liburan, serta oleh-oleh yang bisa dibawa saat pulang dari berwisata.

Media sosial atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi.[2] Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.[3]

Selain itu, perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju membuat media menjadi mudah dalam memberikan informasi serta berkomunikasi. Media komunikasi dalam pariwisata sekarang ini menjadi lebih serta sangat fleksibel dan menguntungkan untuk semua pihak sebab penggunaan media-media sosial seperti ini sudah dirasa lebih mudah digunakan dan diterapkan serta memiliki jangkauan yang sangat luas karena tidak terbatas ruang dan waktu. Internet tidak hanya digunakan untuk mendapatkan informasi saja, melainkan digunakan sebagai media untuk melakukan bisnis serta mendukung sektor pariwisata dan UMKM dengan media sosial berupa *website*.

Menurut Muhyidin *website* merupakan layanan yang memudahkan pengguna internet dalam mencari informasi dengan sajian informasi

[1] Hendro Setyo Wahyudi, "Teknologi dan Kehidupan Masyarakat", *Jurnal Analisis Sosiologi*, Vol.3, No.1, (April 2014), Hlm.13

[2] Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)", *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 2 (2016), p. 69

[3] Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1 (2019), pp. 71–80, https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950

menggunakan konsep *hyperlink.*[4] Menurut Doni dan Rahman *website* merupakan sekumpulan informasi berupa dokumen pada server yang dapat diakses serta dilihat oleh user dengan menggunakan browser.

Pada dasarnya *website* menampilkan sebuah informasi yang berguna bagi siapa saja yang mengakses *website* tersebut. Selain penting, *website* termasuk metode untuk memberikan data, komunikasi, serta media promosi. Contoh salah satu manfaat *website* terdapat pada sebuah *website* komunitas yaitu *website* Sentra Kreatif Lestari Siak

Ada pun, *website* sentra kreatif lestari siak dapat mempermudah masyarakat dalam menemukan dan mencari informasi secara efektif dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantin sentra kreatif lestari siak dan *website* Sentra Kreatif Lestari Siak bisa diakses melalui https://www.skelas.org. Dengan adanya *website* tersebut membuat kalangan anak muda komunitas sentra kreatif lestari siak dapat membuat sebuah platform yang bisa di akses oleh masyarakat dengan membuka website http://www.kawan.skelas.org yang dimana beragam layanan yang disajikan oleh orang-orang yang menjalankan *website* sentra kreatif lestari siak. Melalui pemanfaatan platform ini akan terjalin kolaborasi lintas profesi, sektoral dan jasa layanan lainnya di Kabupaten Siak yang dikenal dengan istilah Kawan Skelas. Kawan Skelas adalah ruang kolaborasi bagi kelompok usaha dan individu yang ingin mendorong perkembangan dampak sosial dan lingkungan positif di Kabupaten Siak.

Selain memudahkan wisatawan, penggunaan *website* serta media sosial lainnya secara langsung dapat membantu perekonomian masyarakat setempat dengan memanfaatkan jasa yang ditawarkan karena segala fitur terhubung langsung pada masyarakat, sentra kreatif lestari siak juga dapat di akses di instagram @skelas.siak untuk menjadi wadah bagi muda-mudi kreatif yang memiliki kemampuan atau *skill* pada bidang tertentu.

Kabupaten Lestari merupakan salah satu gagasan dari Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluiruh Indonesia yang dibentuk dan dikelola langsung oleh pemerintah Kabupaten. Konsep Kawasan Lestari atau yang lebih dikenal dengan Lingkar Temu Kabupaten Lestari merupakan pertemuan pengembangan Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluiruh Indonesia yang berdiri sejak Juli 2017. Pengembangan kawasan lestari ini merupakan salah satu pendukung industri kreatif Pemkot dan dalam UU No. 32 Tahun 2009, yang mencakup perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Konsep ini bertujuan untuk mendukung dan

[4] Agus Muhyidin, M., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. "Perencanaan UI/UX Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma", Vol.10 No.2 (2020)

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

melaksanakan pembangunan berkelanjutan yang melindungi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pelaksanaan lima pilar yang dilaksanakan, antara lain regulasi dan kebijakan, perencanaan, kelembagaan multidisiplin, kerjasama dan pelaporan, dan komunikasi.

Kabupaten Siak ditetapkan menjadi bagian dari kabupaten lestari oleh Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia bersama dengan delapan anggota aktif kabupaten lainnya yang bertujuan untuk mendukung pembangunan yang *inovatif* dan menjaga lingkungan sekaligus meyejahterakan masyarakat. Didukung dengan adanya Peraturan Daerah Kabupaten Siak No.4 Tahun 2022 tentang pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam serta peningkatan ekonomi masyarakat dan usaha meningkatkan hasil produktivitas. Sebelumnya dalam program Siak Hijau yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Siak yang disusun dalam kebijakan nya yakni Peraturan Bupati Nomor 22 tahun 2018 mengenai inisiatif Siak Hijau.

Setelah sukses diselenggarakan di Kabupaten Musi Banyuasin pada tahun 2018. Pada tahun 2019, Kabupaten Siak menjadi tuan rumah perhelatan tahunan ini yang diselenggarakan juga bersamaan dengan Hari Jadi Kabupaten Siak dan Festival Siak Bermadah, pada Oktober lalu. Sebagai kabupaten yang telah berkomitmen untuk menjaga kelestarian alam melalui deklarasi Siak Hijau yang telah dituangkan dalam Peraturan Bupati untuk Kabupaten Hijau, Pemerintah Kabupaten Siak bersama mengangkat tema "Besamo Membelo Siak Menuju Indonesia Hijau" dengan pendekatan terkait "Inovasi untuk Kabupaten Bebas Asap" sebagai isu utama dalam festival ini. Pada Festival Kabupaten Lestari 2019 menjadi kegiatan di Kabupaten Siak yang pertama yang berhasil menimalisir penggunaan plastik sekali pakai dan memanfaatkan sumber daya alam lokal.

Kemudian Lingkar Temu Kabupaten Lestari mempresentasikan konsep yang disebut *Communature*, sebuah konsep pembangunan ekonomi yang bertanggung jawab secara ekologis dan sosial, pada Rapat Umum Tahun 2020. Konsep *Communature* pertama kali diluncurkan di Kabupaten Siak pada tahun 2019 dan saat ini memasuki fase kelima yaitu memperluas skala bisnis. Kabupaten Siak juga berhasil mendirikan PT Alam Siak Lestari, perusahaan patungan yang meneliti dan mengolah produk bernilai tambah berbasis sumber daya alam dengan tujuan menjaga alam untuk kepentingan bersama. Inovasi andalan PT Alam Siak Lestari adalah produk turunan ramah gambut berbasis

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Komoditas Ikan Gabus yang memenangkan penghargaan MIT Solve Challenge 2021 pada kategori Ketahanan Ekosistem.[5]

Bersamaan dengan itu, didirikan pula pusat inovasi berkelanjutan bernama Sentra Kreatif Lestari Siak di Kabupaten Siak. Platform yang digawangi muda-mudi lokal ini berfungsi sebagai inkubator dan pusat percepatan wirausaha, pusat data dan informasi serta platform akses bisnis dan pasar yang lebih luas di Kabupaten Siak. Kemudian Sentra Kreatif Lestari Siak juga bergerak dalam dunia digital yang dapat dilihat denga adanya *website* dari Sentra Kreatif Lestari Siak yang menjadi bukti nyata bentuk kepedulian kawan sentra kreatif siak dalam mendukung program dari Kabupaten Siak, dengan ada nya *website* tersebut memudahkan masyarakat dalam membangun serta mengembangkan UMKM yang dimiliki atau masyarakat juga dapat mengakses *website* dari sentra kreatif lestari siak itu sendiri dalam bentuk layanan jasa yang butuhkan disekitar Kabupaten Siak.

Berdasarkan pra riset yang dilakukan, strategi komunikasi sentra kreatif lestari dalam mendukung siak sebagai kabupaten lestari diantaranya adalah dengan membuat pelatihan atau *talkshow* untuk UMKM serta mempromosikan produk dan karya lokal melalui *website* dan media sosial lainnya. Hal tersebut menjadikan bentuk nyata dalam mendukung program siak kawasan lestari mulai tahun 2021 dengan mengadakan event-event menarik agar dapat mendorong UMKM yang ada di kabupaten siak. Sehingga upaya pemerintah dalam membangun branding kabupaten lestari tetap menjadi acuan utama. [6]

Sentra kreatif lestari melakukan strategi komunikasi dalam mendukung siak sebagai kabupaten lestari adalah dengan menggunakan *website* serta media sosial instagram dengan akun @skelas.siak, melalui *website* dan akun tersebut dimuat berbagai informasi berupa event, kegiatan dan berbagai informasi lainnya yang dapat diakses oleh wisatawan yang berkunjung atau calon UMKM. Namun adanya *website* dan media sosial instagram tersebut belum tentu menjadi media yang sudah digunakan dengan sebaik mungkin untuk melakukan promosi dan menjangkau konsumen

Sehingga berdasarkan pemaparan yang telah penulis kemukakan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian suatu kajian ilmiah dengan judul **"Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari".**

---

[5] Jaresourcehub, 2022, https://www.jaresourcehub.org/wp-content/uploads/2022/08/Laporan-Pertanggungjawaban-LTKL-2021-2022_Web-1.pdf,diakses pada 15 Februari 2023

[6] Pra Riset, 14 April 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

1.2 Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu " *strategeia* ", yang berarti Jenderal. Maka, strategi secara harfiah berarti "Seni dan Jenderal". Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, pperumusan kebijakan dan strategi khusus implementasi yang benar dari tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai. [7]

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.[8]

Kemudian startaegi juga dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi serta mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manager memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Di lingkungan yang selalu mengalami perubahan, pandangan ini akan meluas.

Menurut Throuth, strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing**,** spesialisasi, mengusai satui kata yang sederhana, kepemimpinan yang memberi arah serta memahami realitas di pasar menjadi yang pertama, kemudian meningkat.[9]

Menurut Brown, strategi merupakan keseluruhan tindakan yang ditetapkan sebagai aturan dan direncakan oleh suatu organisasi, Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip Jalaluddin strategi merupakan suatu perencanaan, dan manajemen dalam menggapai target, strategi tidak hanya berguna sebagai peta penunjuk arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya sedangkan Chandler mengatakan strategi merupakan suatu alat dalam menggapai target jangka panjang perusahaan, alokasi prioritas serta rencana aksi.

Jadi dapat disimpulkan strategi adalah sebuah jalan yang susun dengan terukur untuk menggapai target yang telah ditetapkan, dengan adanya strategi

---

[7] Syafi'i Antonio, Muhammad . *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001) hlm 153-157

[8] Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 29

[9] *ibid*

maka rencana dapat dijalankan dengan maksimal tersusun dengan baik dan setiap kemungkinan adakan dapat diprediksi dengan baik sejak dari awal.[10]

2. Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication* yang berarti komunikasi atau pertukaran ide. Secara terminologis, komunikasi mengacu pada proses dimana satu orang menyampaikan pesan kepada orang lain dan peserta dalam komunikasi adalah orang-orang.

Pengertian komunikasi secara umum itu juga harus dipertimbangkan dari dua sudut pandang, yaitu arti komunikasi secara etimologis pemahaman terminologi komunikasi. Secara etimologis muncul komunikasi Sumber dalam komunikasi Latin dari *communis*, artinya sama. Mengatakan berarti arti yang sama. Jadi dalam pengertian itu komunikasi terjadi ketika orang melakukan itu mereka memiliki kesamaan arti benda di tengah melaporkannya. Dengan kata lain, ketika datang ke orang-orang untuk memahami satu sama lain apa diberitahu tentang hal itu, maka hubungan antara mereka komunikatif.

Wilbur Schrarmm menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (*sharing process*), Shramm menguraikannya demikian : " Komunikasi berasal dari Bahasa latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang, yaitu kita berusaha berbagi informasi,ide atau sikap. Misalnya,saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian atau pemahaman yang sama terhadap pesan tertentu."[11]

Dari uraian schrmm tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*), kesepahaman antar sumber (*source*) dengan penerima (*audience-receiver*). Sebuah komunikasi akan efektif apabila *audience* menerima pesan, pengertian, dan lain – lain sama seperti yang dikehendaki penyampai.

[10] Nurjaman, Enang Yusuf – Strategi Komunikasi Pembelajaran Daring Masa Covid -19 Di MAN Insan Cendikia Kabupaten Halmahera Barat – *Jurnal Common*, Vol.6 No.2 Desember 2022

[11] Suprapto, Tommy . *Pengantar Teori Komunikasi Dan Manajemen Komunikasi*, Cet.1 (Yogyakarta : Media Pressindo, 2009) hlm. 4

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan pekerjaan organisasi. Ini bisa dimengerti berkat komunikasi yang baik tidak baik memiliki efek yang luas pada kehidupan organisasi,. Di sisi lain, komunikasi yang baik bisa meningkatkan saling pengertian, kerjasama dan kepuasan kerja. Oleh karena itu, hubungan komunikasi yang terbuka harus diciptakan secara internal organisasi untuk mencapai tujuan.

3. Sentra Kreatif Lestari Siak

Sentra Kreatif Siak Lestar adalah pusat inovasi yang di inisiasikan oleh kaum muda Kabupaten Siak, bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui solusi kreatif berbasis ekonomi berkelanjutan dan pelestarian budaya lokal.

Menurut Hendri selaku Kepala Program Sentra Kreatif Lestari Siak menjelaskan bahwa Sentra Kreatif Lestari Siak ini di bentuk untuk mendukung program dari kabupaten siak sebagai anggota kabupaten lestari dan bentuk dukungan dari sentra kreatif lestari siak ini adalah dengan di ciptakan *website* dari sentra kreatif lestari siak agar dapat membantu memudahkan masyarakat mencari pelaku ekonomi kreatif sesuai kebutuhan di wilayah domisili terdekat serta tersedianya data pelaku ekonomi kreatif guna membantu agenda pemerintah terkait program pendampingan inkubasi dan penyaluran bantuan.

Kabupaten Siak ditetapkan menjadi bagian dari kabupaten lestari oleh Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia bersama dengan delapan anggota aktif kabupaten lainnya yang bertujuan untuk mendukung pembangunan yang inovatif dan menjaga lingkungan sekaligus mensejahterakan masyarakat. Didukung dengan adanya Peraturan Daerah Kabupaten Siak No.4 Tahun 2022 tentang pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam serta peningkatan ekonomi masyarakat dan usaha meningkatkan hasil produktivitas.

Meskipun terdapat delapan kabupaten yang menjadi anggota aktif, namun kabupaten Siak dengan *website* sentra kreatif lestari siak menjadi satu-satunya *website* yang masih aktif dan berjalan hingga saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalahan dalam penelitian ini yaitu mengkaji "Bagaimana Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Siak Dalam Mendukung Program Siak Kabupaten Lestari"

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.1.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari.

1.1.2 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis
   1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bermanfaat untuk penelitian lanjutan atau pihak lain dan mampu memperluas Ilmu Pengetahuan secara universal yaitu tentang
   2. Penelitian ini juga diharapkan sebagai bahan perbandingan antara teori dari mata kuliah yang didapat di bangku perkuliahan dengan fakta yang didapat di lapangan, selanjutnya dalam rangka penelitian ilmiah di bidang ilmu komunikasi khususnya dapat menambah khasanah kajian Komunikasi Pemasaran

b. Secara Praktis
   1. Sebagai salah satu syarat mutlak bagi penulis untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan ilmu komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
   2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi
   3. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat bertambahnya pengalaman, wawasan, serta dapat menerapkan seluruh ilmu yang penulis dapatkan selama berkuliah di jurusan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu merupakan tinjuan pustaka yang dipilih oleh penulis sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang digunakan berupa skripsi dan juga jurnal dari berbagai Universitas.

1. **Sri Sutjiatmi, dkk – Strategi Komunikasi Pemerintahan Walikota Tegal Dalam Penanggulangan Pandemi COVID -19 – Jurnal Pustaka Komunikasi,Vol.5 No.2 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk mengindentifikasi dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Dedy Yon Supriyono dalam memimpin penanggulangan pandemic covid – 19. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa startegi komunikasi pemerintahan walikota tegal telah efektif mulai dari tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi hingga pelaporan dan telah maksimal berkoordinasi menanggulangi pandemic covid-19.[12] Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
2. **Ahmad Deny Sinambela, dkk – Strategi Komunikasi Promosi Geosite Sipinur Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Humbangan Hasundutan – Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan, Vol.2 No.4 (2023)** Jurnal ini bertujuan untuk mendeskripsikan kejadian-kejadian, gejala-gejala dan fakta-fakta secara akurat dan sistematis mengenai aspek-aspek penelitian serta menganalisis dan menyimpulkan kebenarannya berdasarkan fakta-fakta. Dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi promosi yang telah digunakan oleh Dinas Pariwisata yaitu dengan mengenal khalayak, membuat pesan, menetapkan metode serta

[12] Sutjiatmi, Sri, dkk, Strategi Komunikasi Pemerintahan Walikota Tegal Dalam Penanggulangan Pandemi COVID -19, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol.5 No.2 ,2022.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

menentukan pilihan dan penggunaan media.[13] Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.

3. **Musthofa Hilmi,dkk – Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan Dan Dakwah Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Semarang – Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Vol.8 No.2 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai radio Pendidikan dan dakwah. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat strategi komunikasi yang digunakan dan Radio AskaFM juga melakukan inovasi dalam mempertahankan eksistensi dengan memberikan pelatihan secara periodik dan konyinu Kerjasama dengan berbagai pihak.[14] Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
4. **Novi Indriani dan Susi Evanita – Strategi Komunikasi Dalam Membangun Kepeduliann Masyarakat Terhadap Lingkungan (Studi Kasus : Kelurahan Koto Lalang BandarBuat Kota Padang) – Jurnal Pendidikan dan Konseling, Vol.4 No.3 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah umah tangga pada saluran drainase (parit) di Koto Lalang Bandar Buat Padang. Dengan menggunakan teori komunikasi dan menggunakan model komunikasi persuasive serta komunikasi massa. Hasil penelitian ini menunjukan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan agar tetap bersih.[15] Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
5. **M. Yasrin Syahputra dan Susi Evanita – Strategi Komunikasi Persuasif Hemat Air Dan Energi Dalam Mewujudukan Hotel Ramah Lingkungan – Jurnal Pendidikan Dan Konseling, Vol.4 No.3 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk menemukan teknik komunikasi persuasive dan media yang tepat dalam

[13] Sinabela, Ahmad Deny, dkk – Strategi Komunikasi Promosi Geosite Sipinur Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Humbangan Hasundutan – *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, Vol.2 No.4 2023.

[14] Hilmi, Mustofa, dkk – Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan Dan Dakwah Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Semarang – *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol.8 No.2 2022

[15] Indriani, Novi dan Susi Evanita – Strategi Komunikasi Dalam Membangun Kepeduliann Masyarakat Terhadap Lingkungan (Studi Kasus: Kelurahan Koto Lalang BandarBuat Kota Padang) – *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol.4 No.3 2022

mengkampanyekan hemat air dan energi kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini menunjukan dengan menggunakan media dalam bentuk verbal dengan Bahasa tertulis menggunakan leaflet dan penyampaian pesan berupa himbauan berbentuk motivasional apparel.[16] Persamaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.

6. **Muhammad Hanif Ahda dan Februr Rozi – Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang – Journal Of Communication and Society, Vol.1 No.1 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar dalam pengembangan objek wisata ompang sungai sonsang. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai. Hasil penelitian ini menujukkan bahwa pengembangan objek wisata ompang sungai sonsang ini menggunakan 5 strategi yaitu penelitian, pelaksaaan, perencanaan, evaluasi dan dan pelaporan.[17] Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penulis ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
7. **Dilandra Karimatun Nisa dan Tomi Hendra – Strategi Komunikasi Staff Humas Perumda PSM Dalam Mempertahankan Eksitensi Pantai Air Manis Kota Padang – Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora, Vol.4 No.1 (2023)** Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mempertahankan eksitensinya. Dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif dan observasi, wawancara, dokumentasi serta menggunakan Teknik analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana staff PSM dalam mempertahankan eksistensi pantai air manis kota padang melalui spanduk di area strategis.[18] Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penulis ini yaitu sama – sama meneliti startegi komunikasi.

[16] Syahputra, M.Yasrin dan Susi Evanita – Strategi Komunikasi Persuasif Hemat Air Dan Energi Dalam Mewujudukan Hotel Ramah Lingkungan – *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, Vol.4 No.3 2022

[17] Ahda, Muhammad Hanif dan Februr Rozi – Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang – *Journal Of Communication and Society*, Vol.1 No.1 2022

[18] Nisa, Dilandra Karimatun dan Tomi Hendra – Strategi Komunikasi Staff Humas Perumda PSM Dalam Mempertahankan Eksitensi Pantai Air Manis Kota Padang – *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, Vol.4 No.1 2023

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

8. **Arifin Saleh dan Mislan Sihite – Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat – Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4 No.1 (2020)** Jurnal ini bertujuan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat berdaya, khususnya masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan mendeskripsikan data – data yang di peroleh untuk menjawab permasalahan yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR taak bisa dilepaskan dari pemberdayaan masyarakat.[19] Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penulis ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
9. **Edy Prihantoro, dkk – Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram – Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1 No.2 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada pemasaran angkringan khulo melalui media social Instagram. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh angkringan khulo dinilai tepat.[20] Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penulis ini yaitu sama – sama meneliti strategi komunikasi.
10. **Ita Suryani, dkk – Strategi Komunikasi Dalam Industri Pariwisata Pasca Pandemi Covid 19 – Jurnal Public Relation, Vol.3 No.1 (2022)** Jurnal ini bertujuan untuk memulihkan sector pariwisata pasca pandemic covid – 19. Dengna menggunakn metode studi kasus dan dengan data yang berbeda – beda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi tersebut menyampaikan informasi dan komunikasi secara terpusat, meningkatkan kualitas SDM dan melakukan strategi komunikasi pemasaran dan penjualan yang baik.[21]

Dari sepuluh jurnal penelitian di atas memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu berkaitan mengenai strategi komunikasi.

[19] Saleh, Arifin dan Mislan Sihite – Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat – *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No.1 2020

[20] Prihantoro, Edy, dkk – Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram – *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.1 No.2 2022

[21] Suryani, Ita, dkk – Strategi Komunikasi Dalam Industri Pariwisata Pasca Pandemi Covid 19 – *Jurnal Public Relation*, Vol.3 No.1 2022

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Dari jurnal di atas tersebut juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu objek penelitian, tujuan serta target yang ingin dicapai. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini menunjukkan nilai keaslian dan tidak memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian tentang **Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Siak Dalam Mendukung Program Kabupaten Lestari** belum pernah dilakukan sebelumnya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori AIDA

Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) adalah salah satu model hiraki yang sesuai, yang sangat populer sebagai panduan bagi pemasar dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran. Menurut model ini, alat periklanan harus menarik perhatian, membangkitkan dan membangkitkan minat, membangkitkan keinginan dan memicu tindakan. Hal yang paling penting dalam menciptakan program komunikasi yang efektif adalah memahami proses dimana respon datang dari konsumen. Misalnya, ketika seorang konsumen membeli suatu produk, diperlukan pemahaman tentang kampanye iklan yang dapat mempengaruhi respon konsumen. [22]

Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dikenal pemasar yang merancang pesan yang disampaikan dengan kata-kata yang tepat untuk membuat keputusan pembelian suatu produk. Namun, tidak semua pemasar tahu bagaimana menyampaikan pesannya dengan baik, yang membuat pembeli mempertanyakan definisi kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler dan Keller, teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) adalah pesan yang memerlukan perhatian dan berubah menjadi ketertarikan, ketertarikan dan tindakan. Dalam teori ini, pesan berkualitas baik dikirim.

1) Perhatian (*Attention*)

Menimbulkan perhatian konsumen berarti pesan yang di sampaikan dapat menimbulkan perhatian yang baik dalam bentuk dan media yang di sampaikan. Perhatian yang bertujuan secara umu ataupun khusus yang di ssampaikan khusu kepada calon konsumen maupun kepada konsumen yang menjadi sasaran. Perhatian itu bisa dapat di

[22] Nurbenny. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 3. Liberty. Yogjakarta

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

kemukakan melalui tulisan ataupun gambar yang menimbul dan jelas, tulisan yang menarik atau yang mudah diingat oleh orang, dan memiliki karakteristik tersendiri. Pesan yang di sampaikan menarik merupakan langkah awal suatu perusahaan dimana pesan pesan tersebut akan dikenal, diketahui, dan juga diingat oleh konsumen. Proses tersebut bisa dikatakan sebagai proses awarenes atau kesadaran akan adanya produk yang disampaikan ke konsumen[23]

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwasanya daya tarik (*attention*) haruslah mempunyai tiga sifat :[24]

a) Harus bermakna (*meaningful*) menunjukan manfaat-manfaat membuat produk lebih diinginkan atau lebih menarik bagi konsumen.

b) Pean harus dapat dipercaya (*believable*), konsumen percaya bahwa produk tersebut akan memberika manfaat seperti yang di berikan dalam pesan.

c) Distintive, baha pesan iklan lebih baik dibandingkan iklan produk pesaing.

2) Ketertarikan (*Interest*)

Interest merupakan munculnya minta untuk membeli dari konsumen terhadap objek yang lihat oleh suatu pemasar. Pada tahap ini konsumen memiliki ketertarikan terhadap sebuah produk atau rasa untuk memiliki produk tersebut. Tertarik atas pesan yang di sampaikan menimbulkan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar dan juga ingin melihat lebih saksama. Hal seperti itu terjadi karena ada minat yang menarik perhatian konsumen terhadap pesan yang di tujukan.[25]

3) Minat (*Desire*).

Selanjutnya langkah yang harus dilakukan oleh seorang pemasar adalah memunculkan kemauan konsumen untuk mencoba sebuah produk. Dikarenakan pada tahap ini seorang induvidu akan mengkonsumsi sebuah barang dengan tujuan mencari manfaat dari

[23] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller . 2009. Hlm 178
[24] Armstrong Gery Dan Philip Kotler.2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran..Jilid 1. Edisi Viii Erlangga : Jakarta. Hlm 116
[25] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemesaran. Jilid 1.Ed 13. Dialih bahasakan Oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Hlm 178

produk tersebut. Pemikiran terjadi keinginan ini, berkaitan dengan motif dan motivasi konumen dalam memilik suatu produk. Motivasi pembelian dibedan menjadi dua, yaitu: motif rasional dan emosional. Hal ini motif rasional mempertimbangkan konsumen akan keuntungan dan kerugian dapatkan, sedangkan motif emosional terjadi akibat emosi akan membeli produk.[26]

4) Tindakan (*Action*)

Action adalah tahapan yang paling akhir dan paling penting, hal ini disebabkan pada tahapan ini seorang pemasar harus fokus pada tindakan pembelian konsumen. Terdapat dua kemungkinan tindakan seorang induvidu itu mengenai produk yang baru, yaitu ada yang menerima dan ada juga yang bakal mengabaikan. Ciri yang utama seorang itu meneriman suatu produk baru itu menurut Rogers adalah mencari informasi yang paling baru mengenai produk tersebut. Mengesumsi produj baru secara teratur dan meneruskan konsumsi di massa yang akan datang.[27]

2.2.2 Strategi

a. Definisi Strategi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI). Disebutkan strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kata strategi berasal dari akar kata bahasa Yunani Strategosyang yang secara harfia berarti seni umum, kelak ini menjadi kata sifat strategia berarti keahlian militer yang belakangan di adaptasikan kedalam lingkungan bisnin modern. Kata strategos bermakna sebagai:

1.Keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka pnjang dengan segala akibat.
2. Penentuan tingkat kerentanan posisi kita dengan posisi para pesaing (ilmu perang dan bisnis)
3. Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relative terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing.

[26] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Hlm 178
[27] Naomi, Nadia. 2011. Analisis Perilaku Konsumsi Produk Ramah Lingkungan Pada Remaja.Jurnal Ipb. Hlm 6

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

4. Penguna pasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang
menguntungkan berdasarkan analisis geografi dan topografi.
5. Penentuan titik-titik kesamaan dan perbedaan pengunaan sumber daya dalam pasar informasi.[28]

Dalam interkasi militer, taktik mengungkapkan manuver pasukan kesuatu posisi sebelum musuh berada di posisi ini. Jadi, buat manuver pasukan ini pada perlukan gelar pasukan menjadi persiapan terakhir buat menduduki posisi musuh dan apabila pasukan sudah terlibat hubungan menggunakan musuh, maka sentra perhatian pasukan terletak dalam strategi. Jadi, saat kita bicara mengenai taktik, maka aktivitas utamanya merupakan pengarahan pasukan. Strateegi dalam hakikatnya merupakan perencanaan (Planning) dan manajemen (management) buat mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, buat mencapai tujuan tersebut, taktik ini berfungsi menjadi peta jalan yang hanya memperlihatkan arah saja, melainkan wajib sanggup memperlihatkan bagaimana strategi operasionalnya.[29]

Menurut J.L Thomson yang dikutip oleh Sandra oliver, dalam bukunya yang bejudul Public Relations Strategy, strategi adalah rencana yang disatukan dan mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi dapaat dikatakan menyeluruh karenca meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi juga terpadu karena semua bagian rencana serasi antara satu sama lain dan bersesuain.

Menerut Hendry Mintzberg seperti yang dikutip oleh Alo Liliweri, dalam bukunya yang berjudul *The Rise And Fall of Stratgic* Planning menunjukan bahwa orang mengunakan strategi dalam beberapa cara berbeda namun pada umumnya mencakup empat makna:[30]

a) Strategi adalah sebuah rencana, bagaimana suatu cara untuk mendapatkan sesuatu dari sini atau dari sana.
b) Strategi adalah pola tindakan dari waktu ke waktu misalnya, sebuah perusahaan yang secara teratur memasarkan produknya

[28] Alo Liliweri, Komunikasi Serba Ada Serba Makna, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), Hlm.240

[29] Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm. 32.

[30] Alo Liliweri, Komunikasi Serba Ada Serba Makna, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2011), Hlm .242

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

yang sangat mahal sehingga harus menggunakan strategi Hight-end (dari awal sampai akhir tetap mahal demi menjamin nama produk).

c) Strategi adalah suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu.
d) Strategi adalah perspektif terhadap visi dan arah terhadap visi

Dengan demikian, strategi adalah proses perencanaan atau sebuah cara buat mencapai suatu tujuan yang dibutuhkan. Strategi bukan hanya perencanaan atau *planning*, melainkan strategi juga menggambarkan bagaimana mengimplementasikan langkah-langkah yang sempurna secara sistematis, efektif dan efesien sebagai akibatnya memudahkan pada proses pelaksanaanya. Strategi sebagai acuan buat mencapai output yang dibutuhkan sebuah perusahaan, organisasi dan juga lembaga.

b. Tahap – Tahapan Strategi

Fred R David, strategi tidak cukup hanya formulasi strategi dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan dalam stategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah di lakukan berhasil atau tidak. Ada tiga tahapan strategi yaitu:[31]

1. Formulasi Strategi (*Stategi Formulation*) langkah pertama yang dilakukan merumuskan strategi akan dilakukan. Sudah termasuk didalamnya adalah pengembangan tujuan, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, melalui strategi alternative dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.
2. Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*) Implementasi strategi sering kali disebut tahapan dari manajemen strategi mengimplementasikan strategi artinya memobilasi tenaga organisasi atau lembaga untuk mengubah strategi yang diformulasikan kedalam tindakan. Dalam tahapan ini pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisi strategi tidak memiliki tujuan yang berguna. Kemampuan interpersonal sanagt penting bagi keberhasilan implementasi strategi. Tantangan dari implementasi

[31] Freed R. David, Manajemen Strategik, Alih Bahasa Novita Puspita Sari Dan Liza Nurbani Puspita Sari (Jakarta: Selemba Empat, 2015), Hlm. 4.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

strategi harus bisa mentumulasi tenaga organisasi atau lembaga untuk bekerjasama dengan rasa bangga dan antusias dalam mencapai tujuan yang dibuat.

3. Evaluasi Strategi (*Strategy Evalution*) Tahap terakhir dari strategi adalah evaluasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan untuk kelangsungan organisasi. Evaluasi strategi memiliki tigas aktivitas dasar yaitu memriksa strategi organisasi atau lembaga, membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil aktual, dan mengambil tindakan koreksi untuk memastikan kinerja sesuai rencana. Tahap ini perlu dilakukan guna mencari kekurangan yang harus diperbaiki dan kelebihan yang harus dipertahankan dalam jangka panjang.

2.2.3 Komunikasi

a. Defenisi Komunikasi

Komunikasi adalah kata atau istilah komunikasi berasal dari *communicatus* dalam bahasa latin yang artinya berbagai atau menjadi milik bersama. Dengan demikian, komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamuss bahasa), menujuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Sementara itu, dalam *Webster"s College dictionary* edisi tahun 1997 anatara lain dijelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses penukaran informasi diantara induvidu melalui system lambang-labang, tanda-tanda, atau tingkah laku.[32]

Sejarah dengan perkembangan ilmu komunikasi segabai ilmu pengetahuan sosial yang multidisplener, definisi-definisi yang diberikan para ahli pun semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekananan arti, cakupan, dan konteksnya yang berbeda satu dengan yang lain. Sebagai gambaran, Frank E.X Dance dalam bukunya *Human Communications Theory*, antara lain menginventarisasi 126 buah defenisi tentang komunikasi yang diberikan beberapa ahli. Dari sekian banyak defenisi komunikasi tersebut, berikut adalah tujuan diantaranya:

Menurut Laswswel, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.[33] Lasswel juga berpendapat cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah menjawab

[32] Onong Uchjana Effendy, Dinamika Komunikasi, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm.3-4

[33] Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,* (Bandung: Rosdakarya, 2008), Hlm.10.

pertanyaan-pertanyaan berikut: "siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?"

Menurut Surwanto, komunikasi adalah suatu proses kegiatan penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha saling mendapatkan pengertian. Sedangkan David K. berlo mengemukakan komunikasi ssebagai suasana yang keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut yang mana makna yang sudah di perolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.[34]

Komunikasi mempunyai kedudukan yang penting dalam kehidupan manusia, dari kegiatan-kegiatan manusia yang dilakukan dengan berkomunikasi. Kapanpun, dimanapun, dan dalam kesadaran atau situasi bagaimanapun manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena dengan berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang paling mendassar. Oleh karena itu sebagai makhluk sosial manusia ingin berhubungan dengan manusia lainya. Manusia ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Atas dasar rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia untuk berkomunikasi.

b. Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswel dalam Onong Uchjana Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap yaitu:

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau peraasa an seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai meida primer dalam proses komunikasi adalah persan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikaotor kepada komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi(*encode*) pesan yang akan di sampaikan kepada komunikan. Ini berarti

[34] Fenny Oktavia, " Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Mediasi Kepentingan Pt Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk, *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, 2016, Hlm 241.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

komunikator menformulasikan pikiran dan atau perasaanya ke dalam lambang (bahasa) yang di perkirakan akan mengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikaotr. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunkator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menterjemahkan sandi tersebut.

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunkator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sevbagai saarannya berada di tempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telpon, surat kabar, majalah, radio, telivisi, film dan banyak lagi adalah meida kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

c. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah meciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu sistem sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya. Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoodinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

d. Model Komunikasi

Model komunikasi yaitu model komunikasi intrapersonal (intrapribadi) dan komunikasi antarpribadi. Gambaran mengenai kedua mode tersebut adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

1) Model Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Pengertian komunikasi disini menunjuk pada proses pengolahan dan pembentukan informasi melalui system syaraf dan otak manusia sehubungan dengan adanya stimulus yang ditangkap melalui panca indra. Proses berfikir, serta melakukan reaksi atau stimulus, adalah bagian dari proses komunikasi yang terjadi dari dalan diri manusia.

2) Model Komunikasi Antarpribadi

Proses komunikasi antarpribadi, pada dasarnya merupakan kelanjutan dari proses komunikasi intrapribadi. Ada dua elemen tambahan, yakni pesan dan isyarat tingkah laku verbal. Dengan demikian pola dan bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang yang di pengaruhi oleh hasil proses komunikasi intrapribadi yang terjadi dalam dirinya.

3) Model Komunikasi Sirkuler

Dijelaskan bahwa proses komunikasi berjalan secara sirkuler. Dimana masing-mmasing pelaku secara bergantian bertindak sebagai komunikaotr/sumber/ dan komunikan/penerima.

4) Model Komunikasi Gerber

Model komunikasi yang di kemukakan gerbner hampir sama bentuknya dengan model Lasswel. Tapu prosesnya lebih banyak

e. Unsur -Unsur Komunikasi

Komunikasi telah didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia. Dari definisi ini terlihat bahwa untuk dapat terjadi proses komunikasi minimal terdiri dari tiga unsur utama: pengiriman peasn, pesan itu sendiri, serta target penerima pesan. Namun, komunikasi bukan semata terdiri dari tiga unsur tersebut. Berikut adalah unsur-unsur komunikasi:

a) Komunikator

Dalam komunikasi, komunikator ini memiliki pengertian orang yang memba wa, memberikan dan menyampaikan ide atau gagasan yang berupa isi pesan-pesan. Dimana pesan-pesan tersebut akan disampaikan pada komunikan. Istilah komunikator

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

berpadanan dengan kata pengirim, dalam bahasa inggris sender dan *enconder*. Istilah-istilah ini diberi makna sama ketika bertindak sebagai pelaku/pengirim informasi. Dalan komunikator antar manusia, komunikator tidak bisa lepas dari proses komunikasi. Disini peranyang dilakukan adalah sebagai pengirim simbol/lambang/bahasa/informasi apapun. Syarat komunikasi efektif bagi sesorang komunikator adalah mempunyai kredibilitas, keterampilan berkomunikasi, *personality*, dan kemampuan komunikator memperhitungkan harapan komunikasi.

Indikator yang paling penting dalam komunikator adalah kredibilitas yaitu menyangkut kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang di maksud adalah dari aspek keilmuan dan pengetahuan sesuai dengan apa yan g akan di sampaikan. Seorang komunikaotr yang kredibel harus memiliki beberapa ciri yaitu memiliki energi tinggi dan toleransi terhadap teakanan, rasa percaya diri, kendali internal, kestabilan dan kematangan emosional, integritas pribadi, motivasi kekuasaan dan orientasi kepada keberhasilan. Terkait dengan keterampilan komunikasi Kris Cole memerinci dengan ciri-ciri:

a) Dapat berkomunikasi dengan jelas.
b) Memiliki rasa asertiv dan empati
c) Memiliki integritas
d) Memiliki kemampuan mendorong dan memotivasi
e) Memiliki respek pada orang lain
f) Mampu sebagai pemain tim dan bekerjasama secara efektif.

Kepribadian komunikaotor juga harus di perhitungkan seperti cara bertingkah laku, bersikap, berkomunikasi terhadap publik. Komunikaotor juga harus mampu memprediksi harapan khalayak tentang apa yang akan di samapaikan

b) Pesan

Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikaotor. Pesan yang diberikan bisa berupa data-data, fakta-fakta, kata-kata bahkan bisa berupa simbol dan juga syarat. Penyampian pesan bisa dilakukan melalui lisan, *face to face*, secara langsung atau menggunakan media atau saluran. Adapun pesan yang di sampaikan bisa berbentuk persuasif, informatif, dan koersif. Bentuk pesan persuasif adalah pesan yang berisi ajakan,

bujukan dan juga rayuan. Pesan informatif adalah pesan yang berisi informasi, ataupun hal-hal yang baru. Sedangkan pesan koersif adalah pesan bersifat memaksa

c) Media

Dalam melakukan komunikasi, media merupakan alat atau sarana yang menjadi penghubung antara komunikator dengan komunikan dalam menyampaikan pesan. Media komunikasi ini adalah terdiri menjadi dua yaitu media umum dan media massa. Media umum adalah media yan dapat digunakan oleh sagala bentuk komunikasi. Sedangkan media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massa. Disebut demikian karena yang sifatnya massa.

d) Komunikan

Komunikan merupakan orang yang menerima pesan yang di sampaikan oleh komunikator.

e) Efek / *Feedback*

Efek atau *feed back* merupakan hasil dari komunikasi yang dilakukan. Adapun bentuk-bentuk efek atau feedback yaitu:

1) External *Feedback*

Efek yang diterima langsung oleh komunikator dan komunikan. Efek ini biasanya berada diluar diri komunikator. Efek ini bisa dilihat melalui ekspresi dari komunikan.

2) Internal *Feedback*

Efek yang diterima komunikator yang berasal dari pesan yang di sampaikan. Efek ini merupakan suatu bentuk intropeksi komunikator dengan melihat ekspresi komunikan.

3) Direct *Feedback*

Efek yang diberikan secara langsung oleh komunikan yang diberikan melalui gerakan tubuh. Hal ini dikarenakan komunikan merasa bisa atau tertarik dengan pesan yang di sampaikan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

4) Indirect *Feedback*

Efek yang diberikan tidak secara langsung akan tetapi adanya jeda waktu atau membutuhkan waktu.

5) Infenrential *Feedback*

Efek yang diberikan berdasar penarikan kesimpulan secara umum, akan tetapi tetap relevan dengan pesan yang disampaikan.

6) Neliteral *Feedback*

Efek ini bisa diterima terjadi ketika komunikan tidak mengerti dengan apa yang disampaikan oleh komunikator. Dan begitu juga sebaliknya, efek yang diterima oleh komunikator tidak relevan dengan pesan yang di sampaikan.

7) Zero *Feedback*

Hal ini berarti bahwa komunkasi yang kita lakukan tidak menghasilkan apapun.

8) Positive *Feedback*

Efek yang terjadi apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan mendapat tanggapan yang positif.

9) Negative *Feedback*

Efek ini terjadi apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator mendapatkan tanggapan dari komunikan yang negatif.

2.2.4 Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik, dan cara yang akan di gunukan oleh kelompok atau organisasi untuk melancarkan komunikasi dengan memperlihatkan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

keseluruhan aspek yang ada ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.[35]

Strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Strategi komunikasi harus menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatannya berbeda-beda tergantung pada suatu situasi dan kondisi.[36]

Menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi:

1) Strategi berebeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satu teknik bagii pengimplementasikan tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah suatu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya
2) Adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku unutk mencapai tujuan komuniasi manajemen.

b. Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi

Secara garis besar strategi komunikai dalam sosialisasi terbagi tiga bentuk, yakni: personal, kelompok, dan massa dari segi sasarannya maka komunikasi dianjurkan kedalam komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.[37]

a. Komunikasi personal
   Komunikasi personal adalah komunikasi di tunjukan kepada sasaran yang tunggal. Bentuknya bisa ajang tukar pikiran dan sebagainya. Komunikasi personal efektifitasnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkosentrasi.
b. Komunikasi kelompok

[35] Arni Muhammad, Komunikasi Organisasi,(Jakarta: Bumi Askara,2014), Hlm.66
[36] Onong Uchjana Effendy, Dinamika Komunikasi,(Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm.29
[37] H.A.W Wijaya, Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat , (Jakarta: Bumi Askara, 2008), Hlm. 36-37

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

Komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang ditunjukan kepada kelompok tertentu. Kelompok tertentu adalah suatu perkumpulan manusia yang mempunyai hubungan sosial yang nyata dan memperhatikan sturktur yang nyata pula. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok adalah ceramah, penyuluhan dan lain-lain.

c. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada masa,atau komunikasi yang menggunakan media massa, media massa adalah kumpulan orang-orang yang berhubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai sturktur tertentu. Komunikasi massa sangat efesien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan tidak terbatas, namun komunikasi massa kurang efektif dalam pembentukan sikap personal karena komunikasi massa tidak dapat langsung diterima oleh massa.

c. Perumusan Strategi Komunikasi

Agar pesan yang di sampaikan kepada sasaran menjadi efektif, arifin menawarkan strategi-strategi komunikasi sebagai berikut:[38]

a. Mengenal khalayak.

Mengenal khlayak adalah langkah pertama untuk menentukan strategi komunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, baik komunikaotr maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikan tak mungkin berlangsung. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi komunikan secara tepat dan seksama yang meliputi: kondisi kepribadian dan fisik komunikan pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma yang ada situasi dimana komunikan itu berada.

b. Menyusun pesan

Yaitu menetukan tema dan materi, syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal efektifitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan

[38] Anwar Arifin, Strategy Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas, (Bandung Armico,1998), Hlm.50

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

yang disampaikan. Induvidu dalam saat bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber, tetapi tidaklah semua rangsangan itu dapat mempengaruhi komunikan, justru karena tidak semuanya dapat di proses menjadi pengaruh bagi komunikan. Sesuatuyang bisa menyebabkan pengaruh haru lah lebih dulu melalui pintu perhatian, setelah melewati panca indra dan melalui pengamatan. Perhatian ialah pengalaman yang terpusat. Karena itu tidaj semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian.

c. Menetapkan metode

Dalam hal ini meotode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menerut cara pelaksanaanya dan menurut bentuk isinya. Menerut cara pelaksanaanya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redudancy* (*repetition*) dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif. Metode *redudancy* adalah cara mempengaruhi khlayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak.

Metode *canalizing* adalah mempengaruhi khlayak untuk menerima pesan yang di sampaikan, kemudian secara perlahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita kehendaki. Metode informatif, lebih ditunjukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalyak dengan jalan membujuk, dalam hal ini khalayak di guguh baik pikiran maupun perasaannya.

Metode edukatif, memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat di pertanggung jawabkan dari segi kebenaranya dengan sengaja, teratur, dan berencana dengan tujuan merubah tinggkah laku manusia kearah yang diinginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berfikir untuk menerima gagasan yang di lontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi, dan biasanya dibelakangnya berdiri kekautan tangguh.

d. Pemilihan Media Komunikasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Sebelum suatu pesan atau informasi-informasi program lembaga sampaikan kepada masyarakat perlu di pertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa, jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat di jangkau menggunakan komunikasi langsung. Termasuk jika sasarannya *internal public* bisa digunakan pertemuan - pertemuan.

Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa. Kita dapat memilih salah satu atau gabunga dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan di capai, pesan yang disampaikan dan teknik yang di gunakan, karena masing-masing mediumm mempunyai kelemahankelemahanya tersendiri sebagai alat.

d. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sangatlah diperlukan dalam proses komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi yang semakin mpdern yang kini banyak dipergunakan di negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudahnya dioperasikan, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Dengan demikian, strategi komunikasi baiksacara makro (*planed multimedia strategy*) maupun ssecara mikro (*single communication medium startegy*) yang mempunyai fungsi pada : menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif persuasif dan intruktif secara sitematik kepada sasarang untuk memperoleh hasil yang optimal. Menjembatani culturan akibat kemudahan diperoleh dan di operasionalkan media massa yang begitu ampun, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.[39]

Secara sentral, tujuan strategi komunikasi yang dituturkan R.Wayne Pacr, Brent D.Peterson dan M.Dallas Burnet dalam bukunya,

[39] Onong Uchjana Effendy, Op. Cit. .32.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Techniques For Effective Communication , menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan yaitu:[40]

a. To Secure Understanding
b. To Establish Acceptance
c. To Motivate Action

Tiga tujuaan ini sangat berkaitan erat, karean pertama *to secura understanding*, memastikan bahwa komunikasn mengerti pesan yang diterima. Andai kata ini sudah dapat di mengerti dan menerima, maka penerima nya itu harus di bina (*to establish acceptance*). pada akhirnya kegaitan ini di maotivasikan (*to motivate action*).

e. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya:" *Technique Effective Communication*", bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi atas tiga tujuan, yaitu:

a. To Secure Understanding
   Memastikan bahwa komunikas paham mengenai pesan yang diterima.
b. To Establish Acceptance
   Setelah komunikas mengerti dan menerima pesan maka harus dilakukan pembinaan.
c. To Motivate Action
   Setelah penerimaan itu dibina akhirnya kegiatan dimotivasikan.[41]

Menurut Alo Liliweri yang bukunya:"Komunikasi Serba Ada Serba Makna" tujuan strategi komunikasi yaitu :

a. Memberitahu (announcing)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu pemeberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*One Of The First Goals Of Your Communication Strategy Is To Announce The Availability of Information On Quality*). Oleh karena itu informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

[40] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Dan Praktek* ,(Bandung:Pt Remaja Rosdakarya , 2007)Hlm.32
[41] *ibid*

b. Memotivasi (*Motivation*).

Kita dapat mengussahakan agar informasi yang disebarkan harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat untuk mencaari dan mendapatkan kesempatan.

c. Mendidik (*Educating*)

Tiap informasi yang diberikan harus disampaikan dalam kemasan educating atau yang bersifat mendidik. Ini yang disebut dengan *strategy of educating*.

d. Menyebarkan informasi (*Informing*).

Menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan actual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemebritahuan, atau motivasi semata-mata tetapi mengandung unsur pendidikan.

e. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Support Decision Making*)

Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, di kategorisasi, di analisis sedemikian rupa, sehingga dapat di jadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

f. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Komunikasi**

a) Mengenali Sasaran Komunikasi

Faktor yang perlu diperhatikan dalam komunikan adalah faktor kerangka referensi. Kerangka referensi sesorang terbentuk dari hasil pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma sosial, dan sebagainya. Faktor yang kedua yaitu keadan fisik dan psikis komunikan pada saat menerima pesan.

b) Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak bentuknya seperti media tulis, ceta, visual, aural, dan audio visual. Untuk mencapai saaran komunikasi, seseorang komunikator dapat memilih media yang sesuai bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang dipergunakan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

c) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*The Content Of the Message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam seperti bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*) dan sebagainya.

d) Peran Komunikator Dalam Komunikasi

Penting yang ada pada diri komunikator adalah daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Komunikator akan berhasil dalam komunikasi jika pihak komunikan merasa bahwa komunikaotr ikut serta dengannya atau komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator, sehingga komunikan bersedia taat pada pesan yang di lancarkan oleh komunikator.

2.2.4. Sentra Kreatif Lestari Siak

Sentra Kreatif Lestari Siak merupakan pusat inovasi yang diinisiasi oleh kaum muda Kabupaten Siak untuk meningkatkan ekonomi masyarakat lewat solusi kreatif yang berbasis ekonomi lestari serta pelestarian budaya lokal dan mendukung program dari kabupaten siak sebagai kabupaten lestari serta pemulihan ekonomi nasional melalui gotong royong dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif yang lestari.

Pengembangan kawasan lestari ini merupakan salah satu pendukung industri kreatif Pemkot. dan dalam UU No. 32 Tahun 2009, yang mencakup perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Konsep ini bertujuan untuk mendukung dan melaksanakan pembangunan berkelanjutan yang melindungi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pelaksanaan lima pilar yang dilaksanakan, antara lain regulasi dan kebijakan, perencanaan, kelembagaan multidisiplin, kerjasama dan pelaporan, dan komunikasi.

Di Indonesia sendiri, sudah ada 9 wilayah administratif yang telah ditetapkan sebagai kawasan lestari oleh Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluiruh Indonesia, antara lain Kabupaten Aceh Tamiang, Kabupaten Bone Bolango, Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Kapuas Hulu, Kabupaten Musi Banyuasin, Kabupaten

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Sanggau, Kabupaten Siak , Kabupaten Sigi dan Kabupaten Sintang.

Dengan adanya kabupaten lestari ini di harapkan kabupaten anggota didorong untuk mengimplementasikan skenario pembangunan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan melalui kolaborasi multipihak di setiap kabupaten maupun antara kabupaten anggota. Sebagai forum, LTKL juga bertugas untuk menghubungkan kebutuhan dari nasional dan mitra jejaring pembangunan global serta pemangku kepentingan lainnya, seperti masyarakat sipil, akademisi, dan swasta untuk mencapai pembangunan berkelanjutan di tingkat kabupaten.

2.3 Konsep Operasional

Dalam kerangka berfikir penelitian ini terdapat 4 variabel bebas (*independent*) berdasarkan kriteria AIDA yaitu: perhatian, ketertarikan, minat, dan tindakan. Sedangkan terikat (*dependent*) terdapat satu, yaitu masyarakat.

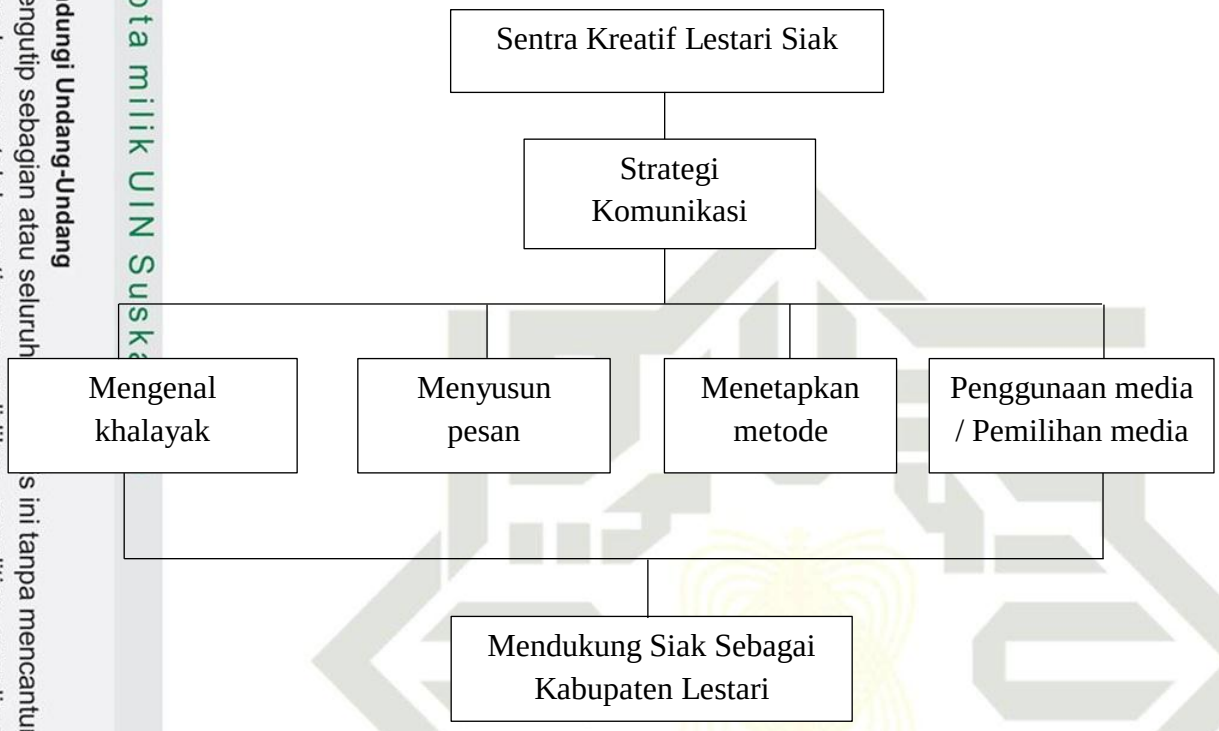
2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dibuat dengan memperhatikan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa hal yang dijadikan penelitian sebagai landasan berpikir untuk kedepannya. Landasan yang dimaksud akan lebih mengarahkan penelitian untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecahkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Penulis, 2024

© Hak cipta milik UIN Suska
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh s 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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini yang temuan nya tidak boleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Berusaha memahami dan menafsirkan makna pada suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia pada situasi terntu menurut prespektif penulis sendiri. Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tinggkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perpektif peneliti sendiri. Bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang di hadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang di hadapi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan di lakukan langsung di kantor Sentra Kreatif Lestari Siak di Tangsi Belanda, Benteng Hulu, Mempura, Kabupaten Siak, Riau. Penelitian ini dimulai dari Januari – Februari 2024.

3.3 Sumber Data Penelitian

a) Data Premier

Data primer merupakan sumber data penelitian yang di peroleh secara langusng dari sumber asli. Data primer ini dapat berupa opini subjek, kelompok hasil obeservasi terhadap suatu benda, kejadian, atau kegiatan dan hasil pengujian-pengujian.[42] Pada penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dan observasi.

b) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data perlengkap atau pembantu. Data sekunder diperoleh dari data yang berbetuntuk laporan, catatan, buku - buku, dan dokumen. Sumber sekunder diharapkan dapat membantu mengungkap data yang di harapkan

[42] Muchtar Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), Hlm. 165.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi tentang objek penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* yang pengambilan data nya berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud mialnya orang tersebut yang dianggap paling tahu atau memahami tentang apa yang kita harapkan.[43]

Tabel 3.1 Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1	Cerli Febri Ramadhani	Ketua	Informan Kunci
2	Hendrizal	Data Informasi	Informan Kunci
4	Reza Gunawan	Masyarakat	Informan Pendukung
5	Muhammad Deo Vaga	Masyarakat	Informan Pendukung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.1.1. Observasi

Obeservasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.[44]

Obeservasi yang akan dilaksanakan penulis dengan terjun langsung selama beberapa waktu sampai dianggap cukup untuk fenomena-fenomena yang diteliti tentang Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Siak dalam mendukung program siak sebagai kabupaten lestari. Dengan demikian peneliti bisa mendapatkan apa saja yang dibutuhkan.

3.1.2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertemu langsung antara peneliti dengan informan atau orangn yang diwawancarai. Dari wawancara

[43] Helaludin Dan Hengki Wijaya.Analisis *Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*.(Jakarta: Sekoalh Tinggi Theologia Jaffray,2019), Hlm. 64.

[44] Bungin, Burhan - *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), Hlm. 143.

ini peneliti dapat memperoleh informasi data tentang masalah yang akan diteliti secara akurat.

3.1.3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek.[45] Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dan untuk melengkapi data-data penelitian. Menurut Bogdan, hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh sejarah pribadi, foto-foto, karya tulis akademik dan seni yang telah ada.[46]

3.6 Validasi Data

Dalam penelitian ini prinsip yang digunakan untuk menguji adalah triangulasi. Prinsip trigulansi adalah prinsip yang menguji ke bahasaan data dengan klarifikasi data melalu pengunaan saluran pengambilan data sehingga dapat diambil data yang absah dan valid.[47] Triangulasi dibagi kedalam empat macam. yaitu:

a) Triangulasi data, Triangulasi ini membuat perbandingan atau mengecek ulang derajat kepercayaan atas informasi yang didapatkan dari data yang berbeda.
b) Triangulasi metode, triangulasi metode merupakan suaatu usaha pengecekan keabsahan data dan temuan penelitian, maka triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknin pengumpulan data untuk memperoleh data.
c) Triangulasi teoritis, triangulasi teoritis menfaatkan duat atau lebih teori sebagai perbandingan untuk kepentingan rancangan riset, pengumpulan data dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komperhensif
d) Traingulasi peneliti, triangulasi peneliti adalah menguji sudut pandang subjek peneliti dalam memandang data, menerjemahkan data, atau tindakan pengetahuan terhadap data. Triangulasi peneliti menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan obeservasi atau wawancara

[45] Anggito, Albi - *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Cv Jejak, 2018), Hlm. 153.

[46] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

[47] Sahide, Muhammad Alif. *Penelitian Sosial: Keahlian Minimum Untuk Teknik Penulisan Ilmiah* (Makassar: Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin, 2019), Hlm. 10

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Yang mana metode ini mendeskripsikan serta menganalisi data yang telah di dapatkan dan selanjutnya di jabarkan dalam bentuk penjelasan yan sebenarnya. Metode analisi yang digunakan adalah analisi model Miles dan Huberman, yaitu:

a) Reduksi Data, Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti terjun kelapangan, maka data yang didapatkan akan semakin banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data beraratoi merangkum hal-hal yang penting memfokuskan pada hal yang di anggap penting.

b) Penyajian data, Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antara kategori flowchart dan sejenisnya. Penarikan kesimpulan atau verifikasi, Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan berubah bila tidak di temukan bukti yang kuat uang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabalia kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsistensi peneliti kembali mengumpulkan data kelapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.[48]

[48] Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018), Hlm. 59.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum Sentra Kreatif Lestari

Sejarah berdirinya Sentra Kreatif Lestari terbentuk dari kolaborasi antar orang muda melalui Festival Kabupaten Lestari pada tahun 2017. Yang mana pada saat Festival Kabupaten Lestari tersebut berbagai orang muda berkumpul dan bersatu membuat acara lestari, dan ada keinginan memberikan ruang kolaborasi antar orang muda dalam sebuah komunitas. Sentra Kreatif Lestari Siak adalah wadah bagi orang muda untuk memanfaatkan potensi SDM, pariwisata dan ekonomi kreatif lestari secara kreatif di Kabupaten Siak sesuai dengan Visi Siak Hijau, Sentra Kreatif Lestari sebagai wadah kolaborasi dan gotong-royong antar komunitas dan pemerintah untuk bersama-sama menyelesaikan permasalahan yang ada di Kabupaten Siak.

Dalam membentuk Sentra Kreatif Lestari terdapat kalangan muda yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda seperti dari perusahaan BUMN, pegawai negeri sipil, kesenian, arkeolog, pebisnis, dan hukum. Adapun orang-orang yang terlibat diantaranya Pendiri atau Inisiator, Komunitas Lokal, Pemerintah Daerah, Donatur dan Mitra Eksternal, Tenaga Ahli dan Mentor, Tim Pelaksana dan Swasta.

Dengan Sentra Kreatif Lestari, kalangan muda Siak memiliki ruang untuk bersuara melalui aksi kolaborasi dan prestasi. Sentra Kreatif Lestari juga berfungsi sebagai inkubator dan akselerator bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan produknya.

4.2. Tugas Dan Fungsi Sentra Kreatif Lestari

4.2.1. Tugas Sentra Kreatif Lestari

Sentra Kreatif Lestari mempunyai tugas sebagai wadah kolaborasi antar komunitas, dan pemerintah. Ini memungkinkan adanya kerja sama yang kuat antara berbagai pihak untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Kabupaten Siak. Dengan adanya kolaborasi dan gotong-royong, solusi-solusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang lebih efektif dapat dicapai, yang pada gilirannya akan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan daerah secara keseluruhan. Sentra Kreatif Lestari juga bertugas untuk mendukung visi Siak Hijau, yang mengutamakan keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Dengan menggalakkan ekonomi kreatif lestari dan pariwisata berkelanjutan,

4.2.2. Fungsi Sentra Kreatif Lestari

a. Sentra Kreatif Lestari mengidentifikasi potensi SDM (Sumber Daya Manusia) di Kabupaten Siak, termasuk keterampilan, bakat, dan minat orang muda.

b. Sentra Kreatif Lestari juga mengidentifikasi sumber daya alam dan budaya yang bisa digunakan untuk mendukung ekonomi kreatif dan pariwisata.

c. Sentra Kreatif Lestari dapat menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan untuk anggota komunitas, terutama orang muda, untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam berbagai sektor ekonomi kreatif.

d. Membuat sebuah pelatihan yang mencakup pembuatan kerajinan, seni, pemasaran, manajemen bisnis, dan aspek-aspek lain yang relevan.

4.3. Struktur Organisasi

1. Ketua

   Ketua bertugas memimpin dan mengendalikan kegiatan para anggota pengurus dalam melaksanakan tugasnya serta mewakili sentra kreatif lestari ke luar maupun ke dalam. Ketua bertugas untuk bertanggung jawab terhadap segala permasalahan dalam sentra kreatif lestari.

2. Sekretaris

   Sekretaris memiliki beberapa tugas pokok untuk membantu kerja ketua sentra kreatif lesatri dalam membuat SOP kegiatan dan pekerjaan, Sekretaris bertugas menyelenggarakan program,

mengendalikan, memantau, membuat dan mengumpulkan data identitas dari anggota sentra kreatif lestari untuk dijadikan kartu identitas

3. Bendahara

   Bendahara bertugas dalam menyusun SOP keuangan, menyusun rencana anggaran, mengetahui transaksi sentra kreatif lestari, mengatur dan mengelola butki transaksi. Bendahara Bertugas memfasilitasi kebutuhan pembiayaan program kerja dan roda organisasi.

4. Sumber Daya Manusia

   Bertugas menangani peningkatan kapasitas SDM sentra kreatif lestari, mengatur system dan cara penilaian kinerja setiap anggota organisasi.

5. Data Dan Informasi

   Bertugas melaksanakan pengelolaan website sentra kreatif lestari sebagai media informasi dan publikasi serta melakukan pengelompokan, pengumpulan dan analisis data UMKM.

6. Partnership

   Bertugas bertanggung jawab dalam analisis dan memetakan mitra yang potensial dan menjaga hubungan baik dengan mitra – mitra sentra kreatif lestari.

7. Promosi Dan Komunikasi

   Bertugas merencanakan event sentra kreatif lestari dalam beberapa tahun. Melakukan aktivitasi media sosial sentra kreatif lestari dan tersedianya informasi sentra kreatif lestari yang dapat di publikasikan melalui media online dan media cetak (*Bulletin*)

8. Inovasi Bisnis Lestari

Bertugas merencanakan inkubasi bisnis lestari, memetakan peluang bisnis lestari yang ada di kabupaten siak dan memetakan peluang bisnis yang bisa bekerjasama dengan bisnis yang ada di siak.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

4.4. Visi dan Misi

1. Visi

   Sentra kreatif yang digerakkan anak muda melalui gotong royong multipihak untuk mengembangkan inovasi produk lokal sehingga terwujudnya kelestarian alam dan budaya serta kesejahteraan bersama

2. Misi

   a. Menjadikan sentra kreatif yang asik sebagai ruang diskusi, berkarya serta melakukan peningkatan SDM anak muda untuk berinovasi

   b. Melakukan gotong-royong multipihak untuk mewujudkan peningkatan ekonomi Lestari

   c. Mendorong pengembangan inovasi produk lokal Lestari secara terus-menerus sehingga menjadi gaya hidup

   d. Turut serta menjaga kelestarian alam dan budaya untuk mendukung kebijakan Siak hijau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB VI

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan diatas yang telah penulis jabarkan mulai dari bab satu hingga bab lima, dan berdasarkan data-data yang penulis kumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan "Stategi Komunikasi Sentra Kreatif Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari" maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa sentra kreatif lestari menggunakan beragam strategi komunikasi untuk mendukung siak menjadi kabupaten lestari. Dengan menggunakan metode kualitatif dan dengan melakukan / menerapkan empat tahapan yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan penggunaan media atau pemilihan media, penelitian menunjukkan bahwa Sentra Kreatif Lestari berhasil mengenal khalayak masyarakat melalui pelatihan, seminar, dan pengembangan ide serta inovasi terbaru. Dalam mengajak masyarakat dan penyampaian program Sentra Kreatif Lestari menggunakan bahasa yang mudah di pahami dan memposisikan bahasa di setiap kalangan masyarakat. Sentra Kreatif Lestari ini melakukan beberapa langkah mulai dari megajak komunitas, pelaku ekonomi kreatif dan pemerintah daerah untuk ngobrol bersama dalam bentuk kepedulian mendukung dan menjaga kelestarian siak, dengan mengadakan kegiatan berupa bazar ekonomi kreatif dengan memperkenalkan visi dan misi Skelas, hal ini dapat membuat masyarakat memahami tujuan dan minat terhadap program yang dilakukan Skelas untuk mendukung siak menjadi kabupaten lestari. Dapat di buktikan dengan masyarakat yang merasa terbantu dan puas dengan program yang dilaksanakan Sentra Kreatif Lestari dan kini menggandeng 17 sektor ekonomi kreatif yang ada di kabupaten Siak. Dengan demikian, Sentra Kreatif Lestari turut berperan dalam mendukung Siak sebagai kabupaten lestari.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis ingin memberikan saran dan masukan. Adapun saran-saran tersebut diantaranya:

1. Disarankan ke Sentra Kreatif Lestari agar terus meningkatkan promosi dan komunikasi mengenai program dan kegiatan Sentra Kreatif Lestari agar lebih banyak masyarakat yang tertarik dan terlibat.
2. Melanjutkan pengembangan ide dan inovasi baru secara berkelanjutan untuk menjaga ketertarikan dan relevansi program.
3. Evaluasi secara berkala untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Agus Muhyidin, M., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020) *"Perencanaan UI/UX Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma"*, Vol.10 No.2

Ahda, Muhammad Hanif dan Februr Rozi.(2022).*"Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang*". *Journal Of Communication and Society*. Vol.1 No.1

Anggito, Albi.(2018).*"Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak

Antonio, Muhammad Syafi'i.(2001). "*Bank Syariah dari Teori ke Praktek"*. Jakarta: Gema Insani

Arifin, Anwar,(1998). *"Strategy Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*". Bandung: Armico

Armstrong, Gery Dan Philip Kotler.(2001). *"Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1"*. Edisi Viii Erlangga : Jakarta

Arni, Muhammad(2014).*"Komunikasi Organisasi*". Jakarta: Bumi Askara

Bungin, Burhan.(2005)."*Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*". Jakarta: Kencana Prenada Media Group

David, Freed R.(2015).*Manajemen Strategik, Alih Bahasa Novita Puspita Sari Dan Liza Nurbani Puspita Sari*'.Jakarta: Selemba Empat

Effendy, Onong Uchjana.(2004).*"Dinamika Komunikasi*". Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana.(2006).*"Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*". Bandung: Pt Remaja Rosdakarya

Fauzi, Muchtar.(2009)."*Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar"*. Semarang: Walisongo Press

Hasan, Ali.(2010)."*Marketing Bank Syariah"*. Bogor: Ghalia Indonesia

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller.(2009). *"Manajemen Pemesaran Jilid 1 Edisi 13"*. Jakarta: Erlangga

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Liliweri, Alo.(2011).*"Komunikasi Serba Ada Serba Makna*".Jakarta: Kencana Prenada Media Group,

Mulyana, Dedy.(2008).*"Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar"*. Bandung: Rosdakarya

Naomi, Nadia. (2011). *"Analisis Perilaku Konsumsi Produk Ramah Lingkungan Pada Remaja*". Jurnal Ipb

Nisa, Dilandra Karimatun dan Tomi Hendra. (2023). *"Strategi Komunikasi Staff Humas Perumda PSM Dalam Mempertahankan Eksitensi Pantai Air Manis Kota Padang*". Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora, Vol.4 No.1

Nurbenny.(2005). *"Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 3*". Yogjakarta

Oktavia, Fenny.(2016).*" Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Mediasi Kepentingan Pt Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk*". Journal Ilmu Komunikasi. Vol. 4, No. 1

Prihantoro, Edy, dkk.(2022). *"Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram*". Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.1 No.2

Sahide, Muhammad Alif.(2019).*"Penelitian Sosial: Keahlian Minimum Untuk Teknik Penulisan Ilmiah*. Makassar: Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin

Saleh, Arifin dan Mislan Sihite – Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat – *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No.1 2020

Suryani, Ita, dkk. (2022). *"Strategi Komunikasi Dalam Industri Pariwisata Pasca Pandemi Covid 19*". Jurnal Public Relation.Vol.3 No.1

Sutjiatmi, Sri, dkk. (2022). *"Strategi Komunikasi Pemerintahan Walikota Tegal Dalam Penanggulangan Pandemi COVID -19*". Jurnal Pustaka Komunikasi. Vol.5 No.2

Syahputra, M.Yasrin dan Susi Evanita.(2022).*"Strategi Komunikasi Persuasif Hemat Air Dan Energi Dalam Mewujudukan Hotel Ramah Lingkungan"*. Jurnal Pendidikan Dan Konseling. Vol.4 No.3

Wahyudi, Hendro Setyo. (2014).*"Teknologi dan Kehidupan Masyarakat",* Jurnal Analisis Sosiologi, Vol.3, No.1

Wawancara dengan Cerli Febri Ramadahani selaku ketua Sentra Kreatif Lestari siak pada 1 Maret 2024 melalui zoom meeting

Wawancara dengan Hendrizal selaku Kepala Data & Informasi Sentra Kreatif Lestari Siak pada 2 Maret 2024

Wawancara dengan Muhammad Deo Vaga selaku masyarakat pada 2 Maret 2024

Wawancara dengan Reza Gunawan selaku masyarakat pada 2 Maret 2024

Wijaya, H.A.W.(2008).*"Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*". Jakarta: Bumi Askara

Wijaya, Hengki.(2018). "*Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi"*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN

Lampiran 1 :Draft Wawancara

Nama Informan : Cerli Febri Ramadhani

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Ketua Sentra Kreatif Lestari

Hari/Tanggal : 01 Maret 2024

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Bagaimana awal mula Skelas Siak ini terbentuk?	Terbentuknya sentra kreatif lestari siak itu tidak terlepas dari dari Festival Kabupaten Lestari yang dilaksanakan oleh Lingkar Temu Kabupaten Lestari, yang mana Siak sebagai anggota kabupatennya. Lingkar Temu Kabupaten Lestari mengajak banyak orang-orang muda, karena mereka melihat ada banyak potensi orang-orang muda yang bisa diajak untuk menjaga kelesarian alam. Sentra Inovasi Lestari ini akhirnya coba dibentuk dengan nama Skelas Siak.
2.	Dari perjalanan Skelas Siak ini, apakah ada sesuatu hal yang menjadi target utama dan harus dapat diwujudkan?	Target skelas sendiri ialah dapat berfungsi sebagai inkubator dan akselerator bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan produknya yang berkelanjutan dan ramah lingkungan serta menjadikan skelas sebagai wadah untuk generasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		muda.
3.	Apakah terdapat keunikan yang dilakukan oleh Skelas Siak dalam memperkenalkan ekonomi kreatif di kota siak ini ? Keunikan ini dengan bertujuan untuk dapat lebih menarik audience dengan jumlah yang lebih banyak atau bagaimana?	Sebelumnya untuk cara promosi atau keunikan yang di lakukan oleh skelas siak adalah kami ingin mengenal dan dikenal langsung oleh masyarakat agar masyarakat juga bisa ikut terlibat langsung dalam menjaga lingkungan dan berperan sebagai pelaku ekonomi kreatif, terlebih lagi kami berharap dengan keunikan yang kami lakukan berdampak dengan hadirnya orang – orang muda yang mampu dan turut terlibat andil dalam mendukung siak sebagai kabupaten Lestari seperti yang di harapkan Lingkar Temu Kabupaten Lestari. Selain itu keunikan dari skelas dalam memperkenalkan ekonomi kreatif yang peduli dengan lingkungan adalah dengan mengadakan kegiatan berupa bazar ekonomi kreatif, pameran serta diskusi yang di namakan skelas beselo. Harapan kedepan audience dapat ikut bergerak bersama guna mendukung siak sebagai kabupaten lestari.
4.	Dari proses strategi komunikasi yang telah dilakukan, apakah telah menimbulkan efek? Seperti meningkat nya jumlah pelaku ekonomi kreatif atau lainnya?	Tentu saja pasti menimbulkan efek seperti contoh di saat pandemi covid 19 yang dimana para pelaku ekonomi kreatif contoh seperti seniman yang mengalami keterbatasan ruang, skelas hadir dengan memberikan ruang yang

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

		dimana bertujuan agar para seniman dapat tetap untuk mengexplore bakatnya dengan cara inkubasi melalui via zoom, tidak hanya sampai disitu skelas secara terbuka untuk membantu para pelaku ekonomi kreatif yang mempunyai inovasi dan keinginan sama untuk melestarikan lingkungan.
5.	Bagaimana pemanfaatan media sejauh ini, baik dari website, instagram bahkan media sosial lainnya?	Untuk pemanfaatan media sejauh ini sangat membantu di karenakan dapat membantu skelas untuk memperkenalkan skelas ke masyarakat agar masyarakat dapat lebih cepat mengenal gerakan generasi muda yang akan sadar lingkungan, mendukung program – program kabupaten lestari dan peduli akan siak sebagai kabupaten hijau. Dengan menggunakan media seperti website dapat menjadi acuan skelas dalam berbagi tentang kegiatan yang sudah di lalui seperti diskusi berama komunitas.
6.	Cara seperti apakah Skelas Siak melakukan informasi berupa promosi atasejenisnya sehingga audiense tahu?	Dengan banyak melakukan kegiatan diskusi atau bisa disebut dengan skelas beselo yang dimana skelas megajak komunitas, pelaku ekonomi kreatif dan pemerintah daerah untuk ngobrol Bersama dalam bentuk kepedulian mendukung dan menjaga kelestarian siak. Dengan kegiatan tersebut

		masyarakat diharapkan dapat lebih mudah dan dekat dengan skelas. Dan terakhir dengan melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah seperti dinas pariwisata dan dinas Pendidikan yang dimana dapat memberikan himbauan agar masyarakat dapat lebih mengenal
7.	Apakah ada hambatan yang di alami oleh Skelas siak?	Untuk hambatan terletak pada jarang nya skelas memposting semua kegiatan yang sudah dilakukan pada semua media sosial, baik di website bahkan instagram, hal tersebut di sebabkan keterbatasan SDM dan waktu menjadi faktor hambatan yang di alami skelas siak.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nama Informan : Hendrizal

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Kepala Data & Informasi Sentra Kreatif Lestari Siak

Hari/Tanggal : 02 Maret 2024

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Apakah komunikasi yang dilakukan baik itu melalui media sosial, maupun tatap muka, telah mampu menarik ketertarikan audience terhadap ekonomi kreatif di siak saat ini? Apa yang biasanya dijadikan sebagai trik utama?	Trik utama adalah melakukan evaluasi dari komunikasi lewat media apa yang telah dilakukan skelas sehingga ada ketertarikan audience terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Siak. Pada awal mula berdirinya skelas biasanya kegiatan lebih banyak memanfaatkan media online dibandingkan tatap muka dikarenakan Pandemi covid-19. Saat ini pelaksanaan kegiatan skelas dapat berlangsung secara offline. Dalam berkomunikasi, Skelas tidak hanya menjelaskan namun juga mendengarkan dan menanggapi aspirasi orang muda.
2.	Media apa saja yang digunakan memposting suatu moment atau kegiatan berlangsung?	Media yang kami gunakan ada 3 : Website (www.skelas.org), Istagram (skelas.siak), Facebook (skelas.siak) danYoutube.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

3.	Informasi seperti apa yang biasanya disampaikan untuk menumbuhkan minat audience?	Data dan Informasi merupakan hal yang penting untuk diketahui oleh orang banyak di Rra ketebukaan informasi publik saat ini. Dalam publikasi informasi biasanya Skelas mengemas sebuah event Diskusi yang bernama BESELO dengan mengundang pemateri ahli untuk memberikan informasi sesuai tema diskusi maupun lewat Lomba yang dilaksanakan oleh Skelas sehingga menumbuhkan minat bakat sekaligus peningkatan kapasitas aundiece dalam peningkatan subsektor ekonomi kreatif.
4.	Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Skelas Siak agar audience memiliki keinginan untuk mengetahui lebih dalam terkait ekonomi kreatif yang diperkenalkan?	Industri Kreatif di Indonesia terdapat 17 Subsektor ekonomi kreatif, Skelas hadir mendukung peningkatan ekonomi daerah lewat solusi kreatif berbasis ekonomi lestari. Strategi awal skelas adalah dengan melakukan Inovasi pendataan minat bakat serta layanan jasa dari 17 subsektor ekraf di kabupaten siak lewat Aplikasi berbasis website yang bernama Platform Kawan Skelas yang dapat diakses pada url www.kawan.skelas.org
5.	Apa saja jenis event ataupun experiences yang telah dilakukan Skelas Siak untuk mendorong ekonomi kreatif dalam	Event yang kami laksanakan ada namanya KUBISA (Inkubasi Bisnis Lestari Siak) Program berdurasi 3 bulan yang menyediakan alat bantu dan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

	mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari?	keterampilan untuk membantu calon pewirausaha lestari membangun bisnis mereka. Selain inkubasi kita melaksanakan Talkshow, Workshop, Lomba, Pelatihan dan banyak lagi lainnya. Informasi Event Skelas dapat diakses pada https://skelas.org/acara/
6.	Apakah Skelas Siak bekerjasama dengan pihak lain dalam memperkenalkan ekonomi kreatif ini? Jika ada, bagaimana komunikasi yang dijalin antara Skelas Siak dan pihak lain tersebut?	Ya..Setiap pelaksanaan program dan Kegiatan Skelas mengedepankan kolaborasi multipihak dengan stakeholder lainnya. Skelas mempunyai tagline "Gotong Royong Untuk Siak"
7.	Untuk memunculkan kekreatifan dalam memperkenalkan ekonomi kreatif ini, biasanya darimana Skelas Siak memperoleh ide?	Ide skelas biasanya berasal dari isu strategis dan permasalahan daerah, potensi lokal di siak, dan hasil dari diskusi multipihak. Selain itu Skelas pernah mengikuti IDEA fest di Jakarta, Jejaring Lokal ICCN di Bandung, Festival Lestari di Sulawesi dan Bootcamp dan Creative Trip di Bali. Semua itu sebagai bahan pembelajaran dan ide untuk di implementasikan di Kabupaten Siak

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nama Informan : Reza Gunawan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Masyarakat

Hari/Tanggal : 02 Maret 2024

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Darimana anda mengetahui informasi mengenai ekonomi kreatif ini?	Media sosial instagram explore siak yang dimana pada saat itu ada kolaborasi antara explore siak dengan skelas siak dalam ekonomi kreatif lestari.
2.	Dari sosial media Skelas Siak, bagaimana pendapat anda mengenai informasi ekonomi kreatif di siak?	Dengan adanya media sosial skelas banyak UMKM yang jadi naik kelas, diketahui masyarakat umum yang sebelumnya belum diketahui oleh masyarakat.
3.	Apakah sudah memuat informasi yang jelas atau justru sebaliknya?	sudah memberi informasi yang jelas, baik itu dari media sosial bahkan informasi tersebut dapat di sampaikan dari mulut ke mulut
4.	Berdasarkan pengetahuan anda, apakah Skelas Siak pernah melakukan komunikasi tatap muka bersama masyarakat mengenai ekonomi kreatif di siak?	pernah, dengan membuka beberapa seminar, sosialisasi, dan pelatihan umkm (produk kemasan dll) adanya juga kegiatan KUBISA, dan masi ada beberapa lainnya seperti streethunting (ngabubustreet) pada bulan Ramadhan yang menjadi agenda setiap tahun nya.

UIN SUSKA RIAU

5.	Bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap informasi yang disajikan oleh Skelas Siak terkait ekonomi kreatif ? Apakah anda memiliki kritik atau saran untuk kedepannya?	sangat puas, banyak umkm disiak ini yang semestinya harus naik kelas, yang harus diketahui oleh masyarakat siak bahkan sampai nasional. Saya selaku pelaku ekonomi kreatif di bidang photographer sangat terbantu denga adanya skelas siak sebagai wadah anak muda untuk terus berkarya, karena visi misi mereka yang ingin mendukung siak sebagai kabuptern Lestari menjadi daya tarik saya utuk tetap berkemabng bersama skelas. Semoga kedepannya skelas makin memperluas dan membantu para umkm lebih banyak lagi untuk dapat dikenal sampai nasional dan nantinya juga dapat membantu ekonomi masyarakat dan daerah juga tentunya

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nama Informan : Muhammad Deo Vaga

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Masyarakat

Hari/Tanggal : 02 Maret 2024

No.	Pertanyaan Wawancara	Hasil Wawancara
1.	Darimana anda mengetahui informasi mengenai ekonomi kreatif ini?	Saya mendapatkan informasi tentang ekonomi kreatif dari berbagai sumber, termasuk media online, seminar, workshop dan pelatihan yang dibuat skelas.
2.	Dari sosial media Skelas Siak, bagaimana pendapat anda mengenai informasi ekonomi kreatif di siak?	Dari sosial media Skelas Siak, saya mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perkembangan ekonomi kreatif di Siak. Saya menganggap informasi tersebut sebagai tambahan yang berharga untuk memahami potensi sumber daya manusia yang ada dikabupaten siak.
3.	Apakah sudah memuat informasi yang jelas atau justru sebaliknya?	Informasi yang disampaikan oleh Skelas Siak mengenai ekonomi kreatif di Siak telah cukup jelas, tetapi mungkin ada ruang untuk penyempurnaan lebih lanjut dalam penyajian dan detail informasi.
4.	Berdasarkan pengetahuan anda, apakah Skelas Siak pernah melakukan komunikasi tatap muka bersama masyarakat mengenai ekonomi kreatif di siak?	Berdasarkan pengetahuan saya, Skelas Siak telah melakukan beberapa kegiatan komunikasi tatap muka dengan masyarakat terkait ekonomi kreatif di Siak, namun mungkin belum secara konsisten atau terjadwal secara rutin.
5.	Bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap informasi yang disajikan oleh Skelas Siak terkait ekonomi kreatif ?	Saya merasa puas dengan informasi yang disajikan oleh Skelas Siak tentang ekonomi kreatif di Siak, namun saya memiliki beberapa saran untuk

	Apakah anda memiliki kritik atau saran untuk kedepannya?	penyempurnaan di masa depan. Misalnya, lebih banyak lagi kegiatan tatap muka dengan masyarakat untuk mendengar langsung kebutuhan dan aspirasi mereka terkait ekonomi kreatif, serta meningkatkan kerjasama dengan pelaku industri kreatif lokal untuk lebih memperkaya konten dan program yang disajikan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

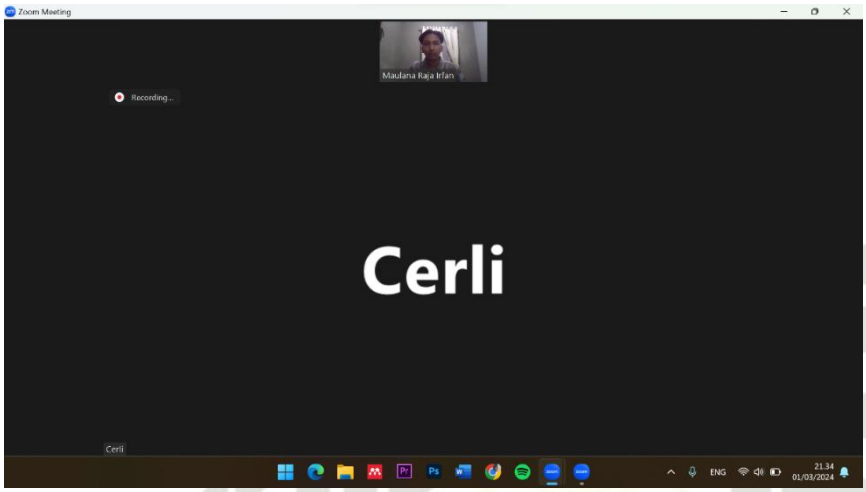
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

1. Wawancara dengan Ibu Cerli Febri Ramadhani selaku Ketua Sentra Kreatif Lestari Siak secara virtual melalui via Zoom Meeting pada 01 Maret 2024



2. Wawancara dengan Bapak Hendrizal selaku Kepala Data & Informasi Sentra Kreatif Lestari Siak pada 02 Maret 2024

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Wawancara dengan Bapak Reza Gunawan selaku Masyarakat pada 02 Maret 2024

4. Wawancara dengan Bapak Muhammad Deo Vaga selaku Masyarakat pada 02 Maret 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Maulana Raja Irfan, lahir di kota Dumai, Provinsi Riau pada tanggal 9 Juni 2002. Penulis lahir dari pasangan **Rahman Hidayat Siregar** dan **Animar** dan merupakan anak tunggal. Pada tahun 2008 penulis masuk Sekolah Dasar Negeri (SDN) 02 Siak dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan sekolah tingkat pertama pada tahun yang sama di SMP Sains Tahfizh Islamic Center dan lulus tiga tahun kemudian pada tahun 2017. Selanjutnya masuk pada sekolah menengah akhir di MAN 1 Siak dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun yang sama penulis diterima menjadi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Pada masa perkuliahan penulis mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Himakom). Selanjutnya mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pinang Sebatang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Provinsi Riau pada Juli-Agustus 2023. Kemudian penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Provinsi Riau. Dan pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan mengikuti Ujian Munaqasyah dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dibawah bimbingan bapak Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom dengan judul "**Strategi Komunikasi Sentra Kreatif Lestari Dalam Mendukung Siak Sebagai Kabupaten Lestari**". Berdasarkan Hasil Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari Rabu tanggal 5 Juni 2024, Penulis di nyatakan "LULUS" dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).