

6973/KOM-D/SD-S1/2024

**STRATEGI KOMUNIKASI KEJAKSAAN TINGGI RIAU
DALAM MEMBERIKAN EDUKASI MELALUI
PROGRAM JAKSA MASUK SEKOLAH**



SKRIPSI

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

Oleh :

SYARIFAH AINI
NIM. 11940320584

**PROGRAM STRATA I (S1)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



© 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 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: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

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

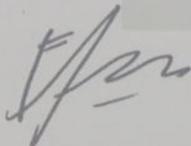
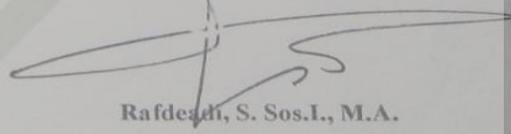
Nama	: Syarifah Ami
NIM	: 11940320584
Judul	: Strategi Komunikasi Kejaksaaan Tinggi Riau Dalam Memberikan Edukasi Melalui Program Jaksa Masuk Sekolah

Telah Diseminarkan Pada:

Hari	: Jumat
Tanggal	: 21 Juli 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 Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juli 2023
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,  Firdaus El Hadi, S. Sos., M. Soc. SC. NIP. 20121127602	Penguji II,  Rafdeadi, S. Sos.I., M.A. NIP. 2025128202
---	--

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 mengurnungkan 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 di bawah ini:
Nama : Syarifah Aini
NIM : 11940320584
Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru, 11 Juni 2001
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :
"Strategi Komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau Dalam Memberikan Edukasi Melalui Program Jaksa Masuk Sekolah"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
 2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
 3. Oleh karena itu Skripsi , saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
 4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
- Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 12 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Syarifah Aini
NIM : 11940320584

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.

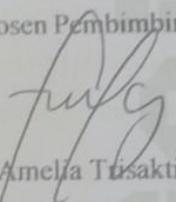
**STRATEGI KOMUNIKASI KEJAKSAAN TINGGI RIAU DALAM
MEMBERIKAN EDUKASI MELALUI PROGRAM JAKSA
MASUK SEKOLAH**

Disusun oleh:

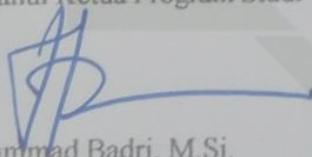
SYARIFAH AINI
NIM. 11940320584

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal :
8 Mei 2024

Dosen Pembimbing


Febby Amelia Tusakti, M.Si.
NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui Ketua Program Studi


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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Nama : Syarifah Aini
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau Dalam Memberikan Edukasi Melalui Program Jaksa Masuk Sekolah

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang pesat, banyak perkembangan informasi yang dengan mudah dan cepat untuk diikuti, ini merupakan poin penting yang harus diperhatikan dalam mendidik khalayak. Salah satu upaya untuk mendidik khalayak adalah dengan melakukan edukasi. Edukasi yaitu pemberian pengetahuan hal tertentu agar meningkatkan pemahaman masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program jaksa masuk sekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teori yang digunakan menggunakan teori Anwar Arifin yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan penggunaan media. Hasil dari penelitian ini adalah Kejaksaan Tinggi Riau menentukan pelajar sebagai sasaran khalayak. Pada program ini terdapat inti pesan yang disampaikan yaitu kesadaran dan pengetahuan hukum. Dengan metode canalizing oleh komunikator agar mengenal khalayak sesuai dengan pesan yang akan disampaikan dengan cara presentasi menarik. Pada program ini memanfaatkan media sederhana dalam berkomunikasi serta media bantuan seperti spanduk, publikasi media social, dan situs resmi untuk jembatan komunikasi serta mempermudah dalam menyebarluaskan isi materi dan rangkaian kegiatan kepada berbagai pihak, baik sasaran khalayak maupun pihak luar.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Edukasi, Sosialisasi, Kejaksaan Tinggi 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 mengikis 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.

ABSTRACT

Name : Syarifah Aini
Departement : Communication Studies
Title : Communication Strategy of the Riau High Prosecutor's Office in Providing Education Through the School Entry Program

Technological developments are currently growing rapidly, there are many developments in information that are easy and fast to follow, this is an important point that must be considered in educating the public. One effort to educate the public is by conducting education. Education is the provision of knowledge about certain things in order to increase public understanding. The purpose of this research is to determine the communication strategies used by the Riau High Prosecutor's Office in providing education through the school admissions prosecutor program. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The theory used uses Anwar Arifin's theory, namely knowing the audience, compiling messages, determining methods, and using media. The results of this research are that the Riau High Prosecutor's Office determined students as the target audience. In this program, the core message conveyed is legal awareness and knowledge. Using the canalizing method, the communicator gets to know the audience according to the message that will be conveyed through an interesting presentation. This program utilizes simple media for communication as well as supporting media such as banners, social media publications, and official websites as communication bridges and makes it easier to disseminate material content and series of activities to various parties, both target audiences and external parties.

Keywords: *Communication Strategy, Education, Socialization, Riau High Prosecutor's Office*

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, Puji beserta syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang mana atas berkah dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Kejaksaaan Tinggi Riau Dalam Memberikan Edukasi Melalui Program Jaksa Masuk Sekolah”** yang ditulis guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat beserta salam penulis haturkan kepada *akhirul anbiya' waimamurrosul syaiidina wamaulana Muhammad SAW*.

Penulisan skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Busra dan Ibunda Syofiaty yang selalu mendidik, mendukung dan memberikan limpahan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag., Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zen, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Edi Arwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Penasihat Akademik (PA) yang memberi banyak dukungan dan nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.
6. Ibu Febby Amelia Trisakti, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan serta

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

semangat kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Serta selalu memotivasi dan memberikan arahan kepada penulis.

7. Kepada Kejaksaan Tinggi Riau terutama untuk Bidang Penerangan Hukum dan Bidang Intelijen yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian dan bersedia menjadi informan dalam penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Penguji Seminar Proposal dan Ujian Munaqasah yang telah meluangkan waktunya untuk melaksanakan ujian.
9. Terimakasih kepada dosen dan pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
10. Terimakasih kepada Para Staff Jurusan Ilmu Komunikasi dan Staff Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dalam pengurusan administrasi.
11. Terimakasih kepada Sahabat Tersayang Alya Fimanda Ersya yang selalu menemani di setiap kondisi bangkit serta terpuruknya penulis dan memberikan semangat tiada henti kepada penulis.
12. Terimakasih kepada Pupus Kucing Tersayang yang selalu menemani penulis pada proses pengerjaan skripsi, meski sedikit mengganggu tetapi hadir, gigitan, dan cakarannya telah memberikan semangat kepada penulis.
13. Terimakasih kepada Keluarga Besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan materil dan immaterial kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
14. Terimakasih kepada Rekan Kerja yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang memberikan motivasi kepada penulis.
15. Terimakasih kepada Herza Rozanah, Happy HerryLoveita Lady, Hizqi Amelia, Sri Zuliana, dan Siska Rahma Ardilla yang masih menemani penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
16. Terimakasih kepada Azura Sandrina, Wirra Armindo, dan Adam Wira Yudha yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini, dan Keluarga Besar Ilmu Komunikasi 2019 selaku teman seperjuangan.
17. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT. Akan membalas segala kebaikan yang diberikan dan membimbing kita ke jalan yang di ridhoinya, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga segala banyak bentuk kritik dan saran sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Akhir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Wassalammu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 24 April 2024
Penulis,

Syarifah Aini
NIM. 11940320584



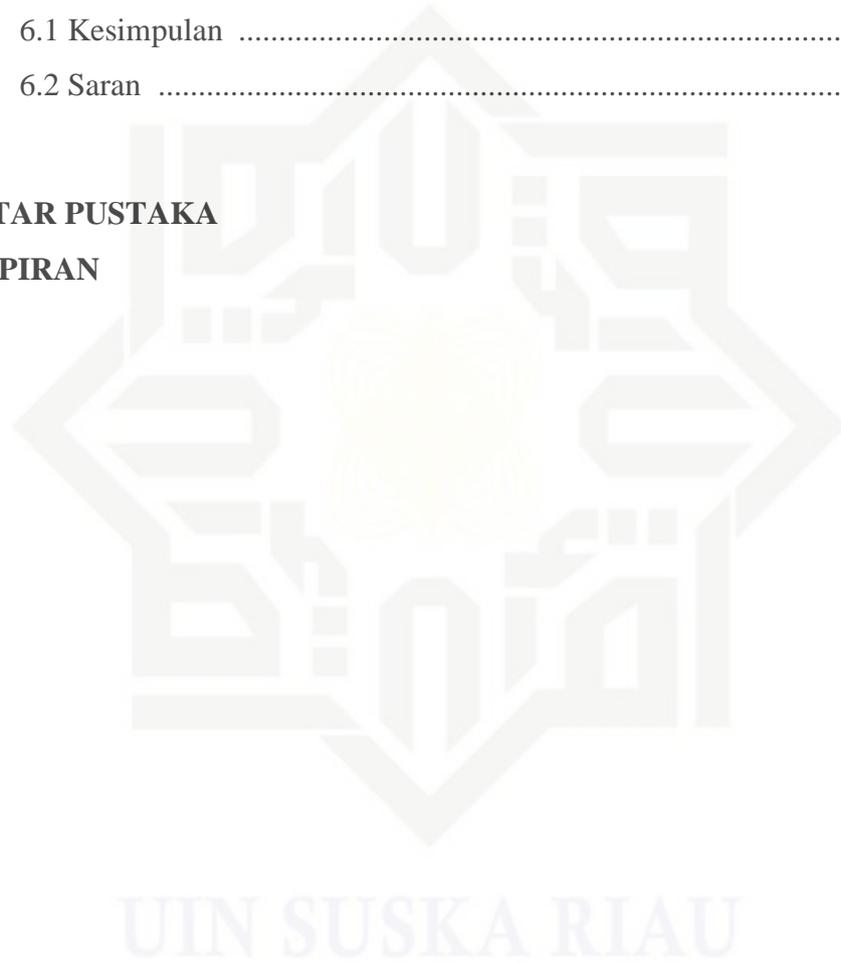
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAU PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	10
2.3 Kerangka Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Sumber Data Penelitian	32
3.4 Teknik Pengambilan Data	33
3.5 Validasi Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	36
4.1 Sejarah Umum Instansi	36
4.2 Visi Misi Instansi	37
4.3 Struktur Organisasi	37
4.4 Uraian Tugas Pokok dan Fungsi	38

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

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Hasil Penelitian	40
5.2 Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	58
6.1 Kesimpulan	58
6.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan	33
---	----



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	38
Gambar 5. 1 Peserta Program	41
Gambar 5. 2 Pemateri Program	45
Gambar 5. 3 Atribut Souvenir	46
Gambar 5. 4 Metode Informatif Presentasi	48
Gambar 5. 5 Metode Komunikatif Sesi Tanya Jawab	49
Gambar 5. 6 Metode Hiburan Pemberian Hadiah	50
Gambar 5. 7 Media Cetak Spanduk.....	51
Gambar 5. 8 Media Online Publikasi	52
Gambar 5. 9 Media Sosial Instagram	53

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 LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan	69
Lampiran 2 : Hasil Dokumentasi	72



**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 mengurnungkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang pesat, banyak perkembangan informasi yang dengan mudah dan sangat cepat untuk diikuti, hal ini merupakan poin penting yang harus diperhatikan dalam mendidik khalayak. Salah satu upaya untuk mendidik khalayak sejak dini adalah dengan melakukan edukasi. Edukasi adalah pemberian pengetahuan tentang hal tertentu sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat. Pemahaman yang baik akan tercipta mindset yang baik pula tentunya melalui komunikasi yang baik. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh yang negatif. Strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Rosady Ruslan 2003).

Komunikasi merupakan proses penyampaian peran dari komunikator kepada komunikan. Setiap orang pasti melakukan komunikasi untuk berinteraksi antar individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok serta komunikasi antar kelompok dengan kelompok lainnya. Jadi strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima hingga pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Hafied Cangara 2013).

Sebuah organisasi dapat dikatakan berhasil jika mempunyai strategi efektif dan efisien yang digunakan oleh organisasi itu sendiri. Perumusan sebuah strategi memerlukan kemampuan dalam bidang keilmuan secara teori dan juga melalui analisa langsung terhadap keadaan masyarakat sekitar. Keberhasilan strategi yang diterapkan pada suatu permasalahan akan berdampak langsung pada keberhasilan tujuan organisasi sehingga penyusunan strategi yang matang dengan melihat kemampuan, kelemahan, tantangan serta ancaman yang ada merupakan sebuah keharusan yang wajib dipikirkan.

Pemerintahan Republik Indonesia terus berupaya berbenah diri terkhusus dalam bidang hukum melalui program Nawa Cita point ke-8 yang berbunyi Melakukan revolusi karakter bangsa yang menitikberatkan pada revolusi karakter bangsa dibidang pendidikan nasional, perlu didukung dan dilaksanakan melalui langkah strategis dan efektif, salah satu langkah strategis dan efektif dalam terwujudnya revolusi karakter bangsa bidang pendidikan adalah melalui

Penerangan Hukum dan Penyuluhan Hukum sebagai bagian tugas dan fungsi Kejaksaan Program Jaksa Masuk Sekolah (JMS).

Dalam upaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat pemerintah melaksanakan program Jaksa Masuk Sekolah atau disingkat JMS merupakan program Kejaksaan Agung RI dan jajaran korps Adhyaksa diseluruh wilayah Indonesia yang lahir berdasarkan Keputusan Jaksa Agung RI Nomor : 184/A/JA/11/2015 tanggal 18 Nopember 2015 tentang Kejaksaan RI mencanangkan program Jaksa Masuk Sekolah. Program tersebut merupakan upaya inovasi dan komitmen Kejaksaan RI dalam meningkatkan kesadaran hukum kepada warga negara khususnya masyarakat yang statusnya sebagai pelajar. Program Jaksa Masuk Sekolah (JMS) ditujukan untuk siswa SD, SMP hingga SMA untuk memperkaya khasanah pengetahuan siswa terhadap hukum dan perundang-undangan serta menciptakan generasi baru yang taat hukum dengan tujuan agar bisa mengetahui hukum dan terhindar dari hukuman.

Lembaga Kejaksaan yang merupakan lembaga pemerintah yang menjalankan kekuasaan dibidang penegakan hukum turut mempunyai tanggung jawab moral memajukan generasi muda para pelajar untuk senantiasa mengerti dan memahami tentang hukum dan permasalahannya. Kejaksaan memandang bahwa pelajar merupakan gerbang utama dari suatu generasi muda yang mempunyai posisi dan peran strategis dalam pembangunan yang akan menentukan arah dan tujuan suatu negara di masa yang akan datang, sehingga dikatakan baiknya masa depan bangsa hari esok terletak baik atau buruk nya generasi mudaa hari ini maka diperlukan kesiapanan kualitas para pelajar terutama dalam memahami hukum sehingga jauh dari hukuman (Anon).

Kejaksaan Tinggi Riau juga melaksanakan program yang disebut dengan Jaksa Masuk Sekolah yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang hukum dampak dan jangan sampai terjetat hukum kepada para generasi mudah khususnya para pelajar diberbagai sekolah yang ada di Riau, kegiatan ini tentunya dalam upaya memberikan edukasi sejak dini terkait persoalan hukum karena persoalan hukum mesti terus di sampaikan kepada masyarakat agar masyarakat Riau paham dan mengerti dengan hukum. Salah satu yang bisa dilakukan dalam upaya untuk mensukseskan program tersebut tentu tidak terlepas dengan komunikasi yang dibangun oleh Kejaksaan Tinggi Riau baik terhadap masyarakat, stakeholder dan terkhusus kepada pelajar yang akan diberi edukasi melalui program JKM, walaupun demikian Kejati Riau sudah melakukan program jaksa masuk sekolah tentunya masih terdapat kendala dilapangan terkait dengan komunikasi dengan pihak sekolah jadwal dan juga dalam upaya berkomunikasi untuk memberikan pemahaman yang tepat dan dapat diterima dengan mudah oleh para pelajar tersebut apalagi dilapangan pelajar terkadang

belum menganggap bahwa begitu pentingnya pemahaman mengenai hukum yang akan berguna dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu data yang penulis selusuri melalui akses internet yaitu:

Jaksa Masuk Sekolah: Kejati Riau Lakukan Penyuluhan Hukum di SMA 4 Kandis Redaksi Rabu, 08 Maret 2023 - 19:38:45 WIB Di Baca : 224 K

Dalam sambutannya, Kepala Sekolah SMA Negeri 4 Kandis Dadang Heru Dini, S.Si menyampaikan ucapan Selamat Datang kepada rombongan Tim Penerangan Hukum Bidang Intelijen Kejaksaan Tinggi Riau dalam rangka Penyuluhan Hukum Program Jaksa Masuk Sekolah di SMA Negeri 4 Kandis. Koordinator Bidang Intelijen Kejaksaan Tinggi Riau Agus Taufikurrahman, S.H., M.H menyampaikan bahwa Kasus Kekerasan Seksual Terhadap Anak mayoritas terjadi di satuan pendidikan berasrama atau boarding school, yaitu sebanyak 12 satuan pendidikan (66,66%) dan terjadi kekerasan seksual di satuan pendidikan yang tidak berasrama hanya di 6 satuan pendidikan (33,34%). Kemudian, dalam materinya Koordinator Bidang Intelijen Kejaksaan Tinggi Riau Agus Taufikurrahman, S.H., M.H juga menyampaikan bahwa bentuk kekerasan seksual adalah segala tindakan yang mencakup pelecehan dan kekerasan pada anak dibawah umur. dan pencegahan kekerasan seksual terhadap anak salah satunya yakni agar para orang tua maupun guru disekolah dapat menjalin komunikasi yang baik kepada anak, Kemudian memberikan edukasi-edukasi serta pemahaman kekerasan seksual kepada anak (riaupower.com 2023) .

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun ini 2023 Pekanbaru memiliki beberapa siswa yang mendapatkan prestasi di bidang pendidikan diantaranya terdapat sebanyak 14 siswa dari MAN 2 Kota Pekanbaru yang berhasil memenangkan lomba sekaligus menjadikan mereka sebagai peserta OSN tingkat Nasional Tahun 2023 mewakili Provinsi Riau. Selain MAN 2 terdapat juga beberapa sekolah di Kota Pekanbaru yang juga menjadi peserta mewakili Provinsi Riau antara lain: SMA Darma Yudha dengan 9 siswa, MAN 1 Kota Pekanbaru sebanyak 3 siswa, dan SMAN 8 Pekanbaru sebanyak 2 siswa. Namun, prestasi yang dimiliki oleh Pekanbaru dalam bidang pendidikan semestinya mampu untuk memahami persoalan-persoalan hukum sehingga pelajar dikota Pekanbaru bahkan Provinsi Riau dapat terhindar dari persoalan hukum.

Dari uraian diatas sangat diperlukan strategi komunikasi dalam menyampaikan dalam menjalankan program edukasi ini agar tepat sasaran dan tercapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah”.



1.2 Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dan memperjelas pembaca sehingga tidak ada kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian, maka peneliti memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian sebagai berikut:.

1. Strategi

Strategi adalah suatu ide atau gagasan dalam bentuk perencanaan jangka panjang maupun pendek, yang dirancang sedemikian rupa dalam membantu eksekusi pada sebuah kegiatan agar mencapai tujuan dan keberhasilan. Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya (Yusuf Zaenal 2015).

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi yang berisi pesan, ide dan gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya yang dapat berupa verbal dan nonverbal.

3. Edukasi

Edukasi merupakan cara untuk dapat menyampaikan informasi terkait maksud dan tujuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap masyarakat/khalayak.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas seperti berikut; Bagaimana Strategi Komunikasi Kejaksaaan Tinggi Riau Dalam memberi edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Kejaksaaan Tinggi Riau Dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan pemikiran ilmiah terhadap pengembangan ilmu komunikasi dalam studi Ilmu Komunikasi,

serta menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam kajian Strategi Komunikasi

- b. Sebagai bahan reference untuk peneliti berikutnya terutama pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap strategi komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau dalam mensukseskan program Jaksa Masuk Sekolah
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi dan dapat dimplementasikan dalam hal yang berkaitan dengan strategi komunikasi baik untuk Instansinya maupun dalam pengembangan pembelajaran pada prodi Komunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka peneliti telah membuat perencanaan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN.

Dalam bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang, penegasan Istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini peneliti mengemukakan kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penulisan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti mengemukakan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini berisikan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, visi, misi, struktur kepengurusan, tugas masing-masing karyawan dan sejarah singkat Kejaksaan Tinggi Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data-data Mengenai Strategi komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk



BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini akan disajikan mengenai kesimpulan dan saran yang dapat ditarik atau diambil dari pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang di jadikan sebagai referensi dalam penelitian yang akan peneliti laksanakan sebagai berikut:

1. Nama Peneliti: Alfis Satria Lova. Skripsi dengan judul penelitian *Strategi Komunikasi Pimpinan Dinas Perhubungan Provinsi Riau dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai*, 2018. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian yakni startegi komuniaksi pimpinan dinas perhubungan provinsi riau dalam meningkatkan kinerja pegawai dengan tujuan dan sasaran, serta pesan yang akan disampaikan kepada pegawai dapat dilaksanakan dengan baik sebagai berikut: efektifitas dan efisiensi kerja pegawai baik yang menjalankan program dikantor maupun diluar kota seperti lapangan, membangun komunikasi yang baik antar sesama pegawai baik pimpinan dan juga pegawai, melakukan evaluasi terhadap kinerja para pegawai dan program-program yang telah disusun oleh pimpinan masing-masing bidang, evaluasi dilakukan untuk meberikan penilaian terhadap hasil kerja atau prestasi yang telah diperoleh oleh instansi.

Perbedaan: pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian nya di Dinas Perhubungan Provinsi Riau, sementara pada penelitian penulis, penulis melakukan penelitian di Kejaksaan Tinggi Riau. Persamaan: pada kedua penelitian sama-sama membahas bagaimana strategi komunikasi, lokasi penelitian sama-sama di Pekanbaru (Lova 2018).

2. Nama Peneliti: Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuryah Asri Sjafirah. Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 6, No. 1, Juni 2018, hlm. 78-90, judul penelitian *Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung*, metode yang digunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus instrumental tunggal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata halal di Kota Bandung dikembangkan melalui dukungan dari berbagai lintas lembaga, yang disebut strategi penta helix. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam mempersiapkan Kota Bandung sebagai destinasi wisata halal dengan melakukan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran (awareness) kepada SKPD terkait. Selain Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, beberapa lembaga lain seperti Enhaii Halal Tourism Center (EHTC) dan Salman Halal Center melakukan awareness building kepada para pemangku kepentingan dan juga masyarakat. Diperlukan strategi

komunikasi yang lebih kompleks untuk mengomunikasikan wisata halal kepada stakeholders dan juga masyarakat

Perbedaan: pada penelitian ini, para peneliti membahas bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan setempat dalam melakukan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran *awareness* untuk mempersiapkan Kota Bandung sebagai destinasi wisata halal, sementara penelitian penulis, membahas bagaimana strategi komunikasi Kejaksaan tinggi Riau (Pratiwi, Dida, dan Sjafirah 2018).

3. Nama Peneliti: Nur Aini. Skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemimpin Redaksi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Wartawan Pekanbaru Pos, metode yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif, dengan hasil penelitian strategi komunikasi yang dilakukan pemimpin redaksi Pekanbaru Pos pada faktor pemelihara berupa penentuan penempatan kerja pada wartawan disesuaikan dengan situasi dan kondisi lapangan. Kemudian, melakukan komunikasi dua arah dengan merangkul wartawan sebagai teman dan saudara. Lalu kebijakan pemimpin redaksi yang disesuaikan dengan kinerja wartawan itu sendiri, selanjutnya memantau perkembangan kerja wartawan disertai dengan pemberian arahan dan saran. Kemudian pada faktor pemuas yaitu pengakuan pemimpin redaksi Pekanbaru Pos atas prestasi kerja yang dicapai wartawannya berupa pemberian support juga pujian dan pemberian reward bagi wartawan yang berprestasi. Kemudian pemberian tanggung jawab pada wartawan berupa proyeksi. Lalu dalam hal pengembangan potensi wartawan, pemimpin redaksi memberikan pelatihan, kemudian mengintruksikan wartawan agar terus belajar, mengikuti seminar dan perlombaan sesuai dengan profesinya. Selain itu, pemimpin juga menginspirasi wartawan melalui pengalamannya pada saat menjadi wartawan.

Perbedaan: pada penelitian ini, peneliti nya membahas mengenai strategi komunikasi untuk memotivasi kerja wartawan, sementara pada penelitian penulis, penulis membahas strategi komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau (Aini 2018).

4. Jurnal ini berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar”. Disusun oleh Sumarni (2020). Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi ini menjelaskan tentang bagaimana strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Makassar, dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru Universitas



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

Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dekriptif (Sumarni 2020). Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Humas Universitas Muhammadiyah Makassar menggunakan beberapa strategi dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru yaitu: 1) Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas Muhammadiyah Makassar seperti: akademik berupa akreditasi kampus yang dicapai dan jurusan, sumber daya manusia berupa tenaga pendidik, dan pencapaian prestasi prestasi baik lokal sampai dengan internasional.

Perbedaan : Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Makassar, sedangkan penelitian penulis membahas strategi Kejati Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa masuk sekolah.

5. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Mancanegara Tangkahan” diteliti oleh (Sandy 2022). Penelitian ini merupakan karya ilmiah S2 yang diteliti pada tahun 2022 dan dikutip pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan destinasi wisata Tangkahan agar wisatawan banyak mengunjungi dan menyadari bahwa destinasi wisata di Sumatera Utara juga sangat banyak dan indah untuk dikunjungi dan dipandang mata. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data penelitian kualitatif ini datanya diperoleh langsung dari informan atau subjek penelitian, melalui interview (wawancara) atau observasi (pengamatan). Dengan adanya Ekowisata Tangkahan tentunya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Selain itu juga, mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pembangunan sektor lain.

Perbedaan: Penelitian ini lebih pada strategi komunikasi pariwisata kab. Langkat sedangkan penelitian penulis membahas strategi komunikasi Kejasaaan Tinggi Riau.

6. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”, yang diteliti oleh (Surahmi dan Farid 2018) penelitian ini tahun 2018. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pembangunan di Kecamatan Duampanua dan untuk mengetahui tingkat partisipasi masyarakat Kecamatan Duampanua dalam pembangunan. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif sebagai metode penyelesaian masalah penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumen-dokumen. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang untuk ikut serta dalam pembangunan daerah, strategi komunikasi yang diterapkan oleh aparatur pemerintah Kecamatan Duampanua yaitu *Sender* (komunikator), *Mesagge* (pesan), *Channel* (media), *Receiver* (komunikan) serta pembangunan tindak lanjut pembangunan secara partisipatif

Perbedaan: Penelitian ini lebih membahas strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat sedangkan yang penulis teliti adalah strategi komunikasi Kejati Riau dalam memberi edukasi melalui program Jaksa Masuk sekolah.

7. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang”. Disusun oleh Dio Alif Utama (2018). Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Skripsi ini menjelaskan tentang bagaimana mengetahui strategi komunikasi humas serta hambatannya dalam meningkatkan citra pemerintahan (Alif Utama 2018). Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Palembang adalah membangun komunikasi yang baik dengan publiknya seperti dengan mengadakan pendekatan secara personal, jumpa pers, konferensi pers, media gathering. Hambatan-hambatan yang dihadapi humas Pemerintah Kota Palembang adalah keterlambatan humas menerima dan menyebarkan informasi yang benar mengenai kegiatan dan kebijakan pemerintah kepada masyarakat sehingga adanya media yang menyebarkan berita yang salah tentang pemerintah.
Perbedaan Penelitian ini berfokus pada bagaimana untuk mengetahui strategi komunikasi humas serta hambatannya dalam meningkatkan citra pemerintahan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti strategi komunikasi Kejati Riau dalam memberi edukasi melalui program Jaksa Masuk sekolah.
8. Skripsi ini berjudul “Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif (Studi di PT Chairul Umam Addauli Kota Jambi). Disusun oleh Anil Hakim (2018). Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Skripsi ini

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

menjelaskan bagaimana mengetahui strategi yang dilakukan humas untuk meningkatkan citra positif yang telah dimiliki oleh perusahaan (Su'aidi dan Saripuddin 2018). Metode yang digunakan adalah Penelitian deskriptif kualitatif, data pada penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mereduksi data, mendisplay data, serta verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas dalam meningkatkan citra positif perusahaannya adalah humas memberikan potongan harga untuk menarik perhatian calon jamaah, humas juga mengundang penceramah lokal yang cukup dikenal, serta humas menjalankan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab dan *cra* untuk menumbuhkan citra positif dari khalayak.

Perbedaan : Penelitian ini berfokus pada bagaimana mengetahui strategi yang dilakukan humas untuk meningkatkan citra positif yang telah dimiliki oleh perusahaan di PT Chairul Umam Addauli Kota Jambi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada strategi komunikasi Kejati Riau dalam memberi edukasi melalui program Jaksa Masuk sekolah.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi

Kata “Strategi” berasal dari akar kata Yunani *stratagos* yang secara harfiah berarti “seni umum” dan berubah menjadi kata sifat *strategia* yang berarti “keahlian militer” yang belakangan ini diadaptasi lagi ke dalam lingkungan bisnis modern (Weles, Fadillah, dan Jaya 2021). Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini berarti bahwa dalam suatu strategi terdapat beberapa hal berikut ini:

- a. Suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.
- b. Analisis terhadap lingkungan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam hal pencapaian tujuannya.
- c. Keputusan pilihan guna pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan.
- d. Rancangan guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran (Fatoni 2019).

Sedangkan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk

mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Faisal, Malki Ahmad Nasir, dan Nia Kurniati 2023). Untuk mencapai tujuan, harus adanya strategi yang efisien yang harus disiapkan. Tidak ada suatu strategi, tanpa adanya tujuan yang harus dicapai. Demikian juga halnya dalam proses peningkatan jumlah pengunjung oleh humas perpustakaan, untuk mencapai tujuan, perlu disusun suatu strategi agar tujuan itu tercapai dengan optimal. Tanpa suatu strategi yang cocok, tepat dan jitu, tidak mungkin tujuan dapat tercapai.

Konsep strategi berasal dari situasi zaman dahulu yaitu masa peperangan, dimana jenderal sebagai pemimpin perang selalu berusaha untuk memenangkan perang. Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategia* (*stratos* artinya militer dan *ag* artinya memimpin), yang maksudnya ialah sebuah seni dan ilmu untuk memimpin sebagai jenderal. Strategi juga diartikan sebagai rencana penggunaan kekuatan militer yang didasari oleh pemahaman mengenai gerak dan posisi lawan hingga hal mendetail seperti karakter, kekuatan dan sumber daya yang dimiliki, serta persiapan menghadapi setiap perubahan kondisi dan situasi yang dilakukan lawan. Konsep strategi militer mengalami adaptasi dan diterapkan dalam bisnis, salah satunya konsep Sun Tzu, Hannibal, dan Carl Von Clausewitz. Strategi dalam konteks bisnis, menggambarkan arah mengikuti lingkungan yang dipilih dalam berbisnis dan pedoman alokasi sumber daya bisnis (Rais, Agustyawati, dan Mahmuda 2024).

Strategi dalam sebuah organisasi dapat dilihat melalui 2 perspektif yang berbeda, pertama yaitu dari keinginan yang dilakukan (*intends to do*) didefinisikan sebagai penentuan untuk mencapai tujuan dengan implementasi misi organisasi, dimana para atasan berperan aktif, sadar, dan rasional dalam membuat strategi. Dan perspektif kedua yaitu dari yang akhirnya dilakukan (*eventually does*) didefinisikan sebagai respon organisasi dalam lingkungannya, meskipun strategi tidak pernah dirumuskan secara jelas. Perspektif ini terjadi pada atasan yang bersifat reaktif, yaitu diam dan menyesuaikan dengan lingkungan secara pasif. Namun strategi baiknya dirumuskan secara jelas agar menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi lingkungan yang terus berubah. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil dapat mengabaikan kepentingan yang lain atau bersifat subyektif (Mulitawati dan Retnasary 2020).

Definisi strategi menurut Jauch and Glueck dalam bukunya yaitu, “*unified, comprehensive, and integrated plan that relates the strategic advantages of the firm to the challenges of the environment. It is design to*



the ensure that the basic objective of the are achieved through proper execution by the organization,” yang artinya : rencana terpadu, komprehensif, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan bahwa tercapainya tujuan melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Suci 2015). Sedangkan menurut Arthur A. J., menjelaskan bahwa strategi ialah terdiri dari kumpulan aktifitas yang penuh dengan daya saing serta berbagai pendekatan bisnis yang dilakukan untuk mencapai kinerja yang memuaskan yang sudah disesuaikan atau ditargetkan (Gusrianto dan Syaifudin 2023).

A. Tahapan Strategi

Strategi juga memasuki beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besarnya strategi memiliki tiga tahapan (Widianto 2018), yaitu sebagai berikut :

1. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk didalamnya pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal. Menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal dan menetapkan suatu objektivitas menghasilkan suatu strategi alternative dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam strategi juga ditemukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari dan melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

2. Implementasi Strategi

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan strategi tersebut. dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis hanya menjadi impian dan jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan perorganisasian sumber daya yang ditetapkan melalui penetapan suatu organisasi dan mekanisme kepemimpinan.

3. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dalam strategi adalah implementasi evaluasi strategi di perlukan atas keberhasilan yang dapat dicapai dan dapat diukur untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat di perlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.



B. Unsur Strategi

Ada beberapa unsur atau elemen-elemen dalam strategi, yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan dan sasaran
Perlu diketahui bahwasanya tujuan berbeda dengan dengan sasaran. Tujuan adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang. Yang digambarkan secara umum dan relative tidak mengenal batas waktu sedangkan, sasaran adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai tujuan dan lebih terikat dengan waktu dan dapat diukur jumlahnya.
2. Lingkungan
Sasaran organisasi senantiasa berhubungan dengan lingkungan, dimana bisa terjadi bahwa lingkungan mampu mengubah sasaran.
3. Kemampuan Internal
Kemampuan internal ini lebih difokuskan dengan apa yang akan dibuat karena kegiatan ini terpusat pada kekuatan internal.
4. Kompetisi
Kompetisi ini merupakan hal yang tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.
5. Pembuat Strategi
Ini merupakan hal yang sangat penting menunjukkan siapa yang akan membuat sebuah strategi untuk mencapai tujuan.
6. Komunikasi
Komunikasi merupakan unsur penting dalam sebuah strategi, kerena dalam sebuah strategi untuk mencapai tujuan utamanya yaitu dengan komunikasi (Hidayat 2017).

Ada beberapa hal yang sangat penting dalam suatu strategi sebagaimana dijelaskan berikut :

1. Strategi merupakan sebuah rencana dan menjadi arah berupa tindakan yang dilakukan dengan sadar.
2. Strategi merupakan sebuah cara, berupa manuver untuk mengecoh kompetitor atau pesaing.
3. Strategi sebagai pola yang membentuk rangkaian tindakan.
4. Strategi menentukan posisi, menempatkan pelaku menyesuaikan dengan lingkungannya.
5. Strategi sebagai perspektif, cara memandang fenomena yang terjadi dilingkungan (Prabudi Darus 2021).

Berdasarkan beberapa pengertian strategi yang telah dijelaskan, menurut penulis strategi merupakan suatu yang penting untuk mencapai tujuan dalam sebuah instansi atau organisasi,

dimana bisa disimpulkan bahwa penentuan tingkat keberhasilan suatu tindakan juga dapat ditentukan melalui strategi. Strategi adalah hasil pemikiran berdasarkan ide dan konsep yang telah mengalami penyesuaian serta dikembangkan oleh praktisi. Melalui perencanaan strategi, sebuah instansi atau organisasi akan terbantu dalam menggapai tujuan kegiatan.

2.2.2 Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *Communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *Communico* yang artinya membagi (Sugito 2023). Menurut Barelson dan Steiner, komunikasi adalah penyampaian ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol, kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain (Iskandar dan Sarastika 2023). Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna, sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, atau perilaku (Timbowo 2016).

Menurut Wilbur Schramm dalam karyanya yang sudah tua tetapi terkenal itu, yakni “How Communication Works”, pernah menengahkan apa yang ia namakan *the condition of success in communications* (Ria Kristiana, Kusjuniati Kusjuniati, dan Iswahyuni Iswahyuni 2022), yang secara gamblang dapat diringkaskan yaitu:

Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian saran yang dimaksud.

Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.

Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dihendaki.

Komunikasi mengandung makna yaitu bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* yaitu berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* yang artinya pemberitahuan atau pertukaran, sedangkan kata sifat berupa *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Raymond S. Ross menjelaskan definisi mengenai komunikasi ialah sebagai sebuah proses menyortir, memilih dan

mengirimkan berbagai simbol sehingga pendengar menerima makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan maksud dari pengirim atau komunikator (Telnoni 2020).

Komunikasi yang didefinisikan oleh Sarah Trenholm dan Arthur Jensen dalam bukunya, menjelaskan bahwa komunikasi ialah proses dimana manusia secara kolektif menciptakan dan meregulasikan realitas sosial. Implikasi yang muncul pada komunikasi tersebut ialah pertama, masing-masing manusia menciptakan realitas dunia mereka yang berarti realitas adalah produk komunikasi. Kedua, manusia membiarkan komunikasi untuk mengontrol manusia. Ketiga, komunikasi selalu terjadi dalam konteks budaya. Dan keempat, komunikasi membutuhkan kerjasama, dimana yang paling penting ialah dilakukan ketika mereka bersama dan dalam waktu bersamaan, bukan terpisah (Fairuza dkk. 2023).

Definisi komunikasi yang paling umum ialah menurut Lasswel yang mengemukakan model komunikasi yaitu, “who says what in which channel to whom and with wath effect,” yang artinya ialah: siapa yang menyampaikan apa dengan saluran apa kepada siapa dan efek apa. Model ini sekaligus menjelaskan mengenai proses dan fungsi komunikasi bagi masyarakat. Model komunikasi ini juga dapat diterapkan dalam berbagai macam konteks komunikasi, mulai dari interpersonal hingga yang lebih luas yaitu komunikasi massa (Gozali dan Leonardi 2023).

Seorang ahli politik di amerika serikat Harold D Laswell mengemukakan suatu ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi. Ungkapan tersebut merupakan formula dalam menentukan scientific study dari suatu proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: who (siapa), say what (apa yang dikatakan), in which channel (melalui saluran apa), to whom (kepada siapa), dan with what effect (dengan efek apa). Dapat dipahami bahwa dalam proses komunikasi massa terdapat lima unsur yang disebut komponen atau unsur dalam proses komunikasi (Khomsahrial Romli 2022), yaitu:

Who (siapa) : komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi, ataupun instansi.

Say What (apa yang dikatakan) : pertanyaan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan dan sikap, yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.

In which Channel (melalui saluran apa) : media komunikasi atau media yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.



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

To Whom (kepada siapa) : komunikan atau audience yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pernyataan tersebut ditujukan, berkaitan dengan masalah penerima pesan. Dalam hal ini diperlukan analisis khalayak (audience analysis).

With what Effect (dengan efek apa) : hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang ditujukan berkaitan dengan efek ini diperlukan analisis efek.

B. Jenis Komunikasi

Secara umum pada jenis komunikasi ialah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Sebenarnya komunikasi verbal dan nonverbal saling melengkapi untuk kejelasan pesan yang disampaikan. Tujuan dari kedua jenis komunikasi juga sama, yaitu untuk menyampaikan pesan dan mendapat respon atau efek. Agar lebih jelas, berikut penjelasan mengenai jenis komunikasi verbal dan nonverbal:

a) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal atau komunikasi lisan ialah mencakup kata-kata, dan pesan yang disampaikan berupa bahasa. Menurut Masmuh, komunikasi verbal yaitu adanya dua orang berinteraksi, maka informasi mengenai perasaan, gagasan, ide yang timbul dikomunikasikan, informasi mengenai perasaan seseorang diungkap secara lisan melalui apa yang akan dikatakan dan bagaimana mengatakannya. Komunikasi verbal tidak hanya mencakup diskusi dan percakapan lisan, tetapi juga pesan tertulis, bahkan menggunakan teknologi komunikasi informasi yang bertatap muka (Hutagalung dkk. 2024). Adapun bentuk komunikasi verbal ialah;

1. Lisan, melakukan interaksi secara lisan baik tatap muka maupun dengan media, seperti ceramah, pidato, telepon dan lainnya.
2. Tertulis, dimana seseorang tidak berkomunikasi dengan tatap muka, namun menggunakan gambar, grafik, *chat* dan lainnya.
3. Mendengar dan membaca.

b) Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal memiliki nilai dalam informasi tentang sesuatu namun sebagian besar informasi tersebut tidak sengaja terungkap dan terkadang bersifat ambigu. Ada banyak jenis komunikasi nonverbal, seperti gestur, wajah dan mata, suara, sentuhan, tampilan, jarak, wilayah, waktu dan sebagainya (Humam Ramadhan dkk. 2023). Adapun bentuk komunikasi nonverbal ialah;

1. Bahasa tubuh, ialah gerakan tubuh dan yang paling sering ditemui seperti; kontak mata, ekspresi wajah, gestur, sentuhan.



2. Parabahasa, ialah variasi dalam suara yang berbentuk; nada, volume, laju, kualitas, dan intonasi.
3. Proksemik atau jarak, dimana dapat dinilai dari jarak seseorang yang sedang berkomunikasi seperti; jarak intim, jarak personal, jarak sosial, dan jarak publik.
4. Wilayah, ialah mengklaim ruang kepemilikan, dimana merujuk kepada status lebih tinggi, lebih bergensi dan sebagainya.
5. Lingkungan, ialah mencerminkan dan membentuk interaksi.

Dilihat dari defenisi lainnya maka Komunikasi merupakan interaksi yang dilakukan antara orang satu dengan orang lainnya. Pada dasarnya komunikasi adalah pernyataan antar manusia yang berisi tentang pikiran dan perasaan dengan menggunakan bahasa yang didalamnya terdapat pesan, orang yang menyampaikan pesan, dan orang yang menerima pesan (Saputri, Rinenggo, dan Suharno 2021).

C. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh Herri Zan Pieter, bahwa dalam teori Hewwit (Annisa 2022), menjabarkan tujuan penggunaan komunikasi secara spesifik antara lain:

- 1) Mempelajari dan mengajarkan sesuatu.
- 2) Mempengaruhi perilaku seseorang.
- 3) Mengungkapkan perasaan.
- 4) Menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain.
- 5) Berhubungan dengan orang lain.
- 6) Menyelesaikan sebuah masalah.mencapai sebuah tujuan.
- 7) Menurunkan ketegangan.
- 8) Menyelesaikan konflik.
- 9) Menstimulasi minat pada diri sendiri atau orang lain.

D. Unsur-unsur komunikasi

Tidak bisa dipungkiri bahwa secara mendasar, ada delapan unsur khusus komunikasi dalam konteks sengaja (Maitimu, Lubis, dan Agraprana 2024), yaitu:

- 1) Sumber (*source*) adalah orang yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi. Kebutuhan ini berkisar dari kebutuhan sosial untuk diakui sebagai individu, hingga kebutuhan berbagai informasi atau hingga kebutuhan berbagai informasi atau untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang atau kelompok.
- 2) Penyandian (*encoding*) adalah kegiatan internal sesorang untuk memilih dan merangsang perilaku verbal dan nonverbal yang sesuai dengan aturan-aturan tata bahasa dan sintaksis guna menciptakan suatu pesan.

- 3) Pesan (*message*) adalah hasil dari perilaku penyandian baik pesan verbal maupun nonverbal.
- 4) Saluran (*channel*) adalah sesuatu yang menjadi penghubung antara sumber dan penerima.
- 5) Penerima (*receiver*) adalah orang yang menerima pesan sebagai akibatnya menjadi terhubung dengan sumber pesan. Penerima bisa yang dikehendaki atau tidak dikehendaki sumber.
- 6) Penyandian balik (*decoding*) adalah proses internal penerima dan pemberian makna kepada perilaku sumber yang mewakili perasaan dan pikiran sumber.
- 7) Respons penerima (*receiver respons*) adalah menyangkut apa yang penerima lakukan setelah ia menerima pesan. Komunikasi dianggap berhasil bila respons penerima mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber.
- 8) Umpan balik (*feedback*) yaitu informasi yang tersedia bagi sumber yang memungkinkannya menilai keefektifan komunikasi yang dilakukannya.

Berdasarkan unsur komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi akan berjalan dengan baik dan dapat dikatakan berhasil bila semua unsur dalam komunikasi itu dapat terpenuhi.

E. Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial (Marzuki 2023), sebagai berikut:

- 1) Informasi: yakni kegiatan untuk mengumpulkan, penyimpanan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
- 2) Sosialisasi: yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
- 3) Motivasi: yakni Mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.
- 4) Bahan diskusi: yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.

- 5) Pendidikan: yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah.
- 6) Memajukan kebudayaan: yakni media massa menyebarluaskan hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataupun bahan cetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antarnegara.
- 7) Hiburan: yakni sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- 8) Integrasi: yakni komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

F. Proses komunikasi

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

- 1) Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan, informasi, pikiran atau perasaan dari komunikator ke komunikan yang menggunakan simbol atau lambang komunikasi secara langsung diterjemahkan atas isi komunikasi tersebut. Inti dari proses komunikasi primer ialah adanya keterlibatan hubungan emosional antara komunikator dan komunikan.
- 2) Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan, pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam memperlancar komunikasinya sebagai saranannya yang berada dalam jarak yang jauh atau jumlahnya banyak, seperti surat kabar, telepon, dan sebagainya.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media secara langsung. Sedangkan komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah lambang. Pada intinya proses komunikasi primer dan sekunder saling mendukung untuk kesempurnaan dalam penyampaian pesan (Fahmawati, Cheerli, dan Imarshan 2021).



Urian konsep diatas dapat disimpulkan yaitu komunikasi bertujuan untuk menciptakan pengertian, dukungan, dan tindakan dari komunikan, sehingga pesan yang disampaikan..

2.2.3 Strategi Komunikasi

A. Definisi Strategi Komunikasi

Pemilihan strategi merupakan langkah penting dan mendasar yang harus dilakukan secara cermat dalam perencanaan komunikasi, kesalahan dalam memilih strategi komunikasi berdampak negatif terhadap tujuan yang ingin dicapai. Strategi komunikasi harus dilakukan dengan kombinasi semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), khalayak hingga efek yang ingin dicapai dari proses tersebut.

Berikut ini merupakan beberapa definisi strategi komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli, di antaranya yaitu:

- 1) Menurut Arni, strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Muhammad 2004).
- 2) Menurut Indrariansi, strategi komunikasi mencakup berbagai kemampuan interaksional yang meliputi kompetensi gramatikal, kompetensi konversasional, kompetensi sosial dan kompetensi komunikatif (Indrariansi 2011).
- 3) Menurut Arifin, elemen yang harus diperhatikan di dalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator (Arifin 2010).
- 4) Menurut Angraningrum strategi komunikasi adalah pilihan dari berbagai langkah agar upaya dan daya yang digunakan dapat secara efektif dan efisien (Angraningrum 2014).
- 5) Menurut Rogers, strtaegi komunikasi adalah sebuah rancangan yang diciptakan untuk merubah tingkahlaku manusia dalam lingkup yang jauh lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Cangara 2013).
- 6) Menurut Middleton, strategi komunikasi merupakan kombinasi keseluruhan elemen komunikasi yakni komunikator, pesan, saluran/media, penerima hingga edek yang telah dirancang sedemikian rupa untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal (Cangara 2013)

Berdasarkan pada beberapa definisi strategi komunikasi dari para ahli yang telah dipaparkan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa

strategi komunikasi merupakan suatu taktik yang dilakukan dalam sebuah perencanaan komunikasi

Segala perkembangan suatu bidang saat ini membutuhkan strategi komunikasi, komunikasi bisa dianggap berhasil atau tidak, banyak ditentukan oleh sebuah strategi komunikasinya. Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) dalam mencapai tujuannya. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis, dalam arti pendekatan bisa berubah sewaktu waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Hafied 2013). Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.

B. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap, dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikan perlu menentukan Langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Khalayak
Mengetahui khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan.
2. Menyusun pesan
Setelah mengetahui khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak ialah mampu membangkitkan perhatian. Hal ini sesuai dengan Attention To Action Procedure (AA Procedure) yaitu membangkitkan perhatian (attention) yang selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (action) sesuai tujuan yang dirumuskan.



3. Menetapkan metode
 Dalam dunia komunikasi metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut diuraikan lebih lanjut bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu sendiri dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedangkan yang kedua yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandung. Olehnya itu, yang pertama (menurut cara pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut (menurut bentuk isinya) dikenal dengan sebutan metode informatif, persuasif, deduktif dan kursif.
4. Memilih media komunikasi
 Dalam mencapai tujuan komunikasi kita harus memilih salah satu media yang tepat untuk mendukung atau menunjang tujuan kita agar tercapai, karena setiap media mempunyai kelemahan dan keunggulan masing-masing sebagai alat (Gan 2020).

C. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi direncanakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, strategi pada umumnya untuk menentukan dan mengkomunikasikan tentang visi dan misi sebuah perusahaan atau lembaga. menurut Liliweri ada beberapa tujuan dari strategi komunikasi tersebut (Jumrad dan Mayang Sari 2019), yaitu sebagai berikut:

1. Memberitahu (*Announcing*)
Announcing adalah pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communications 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.
2. Memotivasi (*Motivating*)
 Terhadap penyebaran informasi, kita dapat mengusahakan agar informasi yang disebarakan harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat.
3. Mendidik (*Educating*)
 Tujuan strategi komunikasi yang berikut adalah *educating*. Setiap informasi harus disampaikan dalam kemasan *educating* atau yang bersifat mendidik.
4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)
 Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita.

Diusahakan agar informasi yang disebarakan ini merupakan informasi yang spesifik dan actual, sehingga mendapatkan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-mata tetapi mengandung unsur pendidikan.

5. Mendukung pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan dalam mengembangkan seluruh bidang yang ada karena dalam mengembangkan bidang yang ada maka diperlukan penggunaan komunikasi, apabila suatu komunikasi berhasil maka strategi komunikasi yang digunakan pun akan dianggap berhasil juga. Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) dalam mencapai tujuannya. Penggunaan strategi komunikasi dalam mencapai tujuannya dapat menggunakan berbagai macam pendekatan atau pendekatan yang digunakan dapat berbeda seiring dengan waktu tergantung pada situasi dan kondisinya. Ketika sebagai komunikator sudah mampu memahami sifat dari komunikasi kemudian ketika komunikasi mampu memperkirakan efek yang akan ditimbulkan oleh komunikasi maka menjadi suatu hal yang sangat penting untuk memilih langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan dalam melakukan aktifitas komunikasi dikarenakan hal ini akan mempengaruhi penggunaan media yang akan digunakan (Susriyanti dan Nardo 2019).

D. Rencana Strategi Komunikasi

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi yakni *who says what, to whom through what channel, and what effects*. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi agar dapat mencapai tujuan harus diawali dengan langkah-langkah (Pranawukir 2021), sebagai berikut:

- 1) Memilih dan menetapkan komunikator.
- 2) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.
- 3) Teknik penyusunan pesan.
- 4) Memilih media atau saluran komunikasi.
- 5) Penyebarluasan media komunikasi.
- 6) Menganalisis efek komunikasi.
- 7) Penetapan rencana anggaran.
- 8) Menyusun jadwal kegiatan.
- 9) Penetapan tim kerja.
- 10) Evaluasi dan audit komunikasi.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan strategi dalam komunikasi agar mendapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan, maka sangat diperlukan adanya perencanaan terlebih dahulu sehingga apa yang direncanakan dapat tercapai sesuai yang diinginkan.

Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda baik secara makro maupun mikro (Sukma dan Pranawukir 2020), yaitu sebagai:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- 2) Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudian dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh dan jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Menurut Anwar Arifin, perumusan strategi komunikasi terbagi atas beberapa tahapan (Alfiyani 2018), yaitu sebagai berikut:

- a. Mengetahui Khalayak
Mengetahui khalayak perlu dilakukan guna memaksimalkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan harapan dan agar mampu menjadi tolak ukur guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengetahui khalayak menjadi sangat penting.
- b. Menyusun Pesan
Setelah mengetahui khalayak, komunikator perlu untuk menyusun pesan apa yang akan disampaikan dan disebarkan kepada komunikan dalam hal ini adalah khalayak. Pesan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak, baik secara ekonomi, pendidikan, sosial budaya ataupun agama.
- c. Menetapkan Metode yang Dipakai
Setelah pesan disusun sesuai dengan khalayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai.
- d. Seleksi dan Penggunaan Media
Seleksi dan penggunaan media menjadi penentu sampainya pesan kepada target komunikan. Penggunaan media sangat disesuaikan dengan karakteristik khalayak, jenis pesan dan metode komunikasi yang diterapkan, apakah menggunakan media cetak atau surat kabar, radio ataupun televisi dan media online.



Adapun pendekatan Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

2.2.4 Teori Strategi Komunikasi

Komunikasi dilakukan dalam skala yang lebih besar oleh sebuah lembaga dengan tujuan dan target tertentu, maka penerapan strategi komunikasi perlu untuk dilakukan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam mencapai tujuan tersebut. Berikut ini adalah langkah-langkah untuk melakukan strategi komunikasi menurut Anwar Arifin :

1. Mengetahui Khalayak, Langkah pertama yang harus diambil oleh komunikator dalam usahanya menyampaikan komunikasi yang efektif adalah dengan mengetahui khalayak yang dihadapi. Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada proses komunikasi bahwa khalayak yang berperan sebagai komunikan tidaklah pasif tetapi aktif. Pada proses komunikasi yang berlangsung komunikan dapat bertukar peran menjadi komunikator, sehingga mereka dapat saling mempengaruhi. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak, mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tak mungkin berlangsung. Agar tercapinya komunikasi secara positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.
2. Menyusun Pesan. Setelah mengetahui khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama agar pesan tersebut dapat mempengaruhi khalayak, ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan (Saleh, Sihite, dan Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia 2020). Scharmm dalam Yoyon Mudjiono memberikan prinsip yang disebut “The Condition Of Succes in Communication” yang terdiri dari :
 - a. Pesan haruslah direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, hingga pesan itu dapat menarik sasaran yang dituju.
 - b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antar sumber dan sasaran, hingga kedua pengertian bertemu dan berpadu.
 - c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

- d. Pesan harus menyarankan jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak dari situasi kelompok, dimana kesadaran pada saat itu digerakkan untuk memberi respon yang dikehendaki.
3. Menetapkan Metode. Efektivitas komunikasi selain dipengaruhi oleh isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan pada sasaran. Metode penyampaian tersebut dapat dilihat dari dua aspek yaitu dari cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Dari cara pelaksanaannya semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedang yang kedua melihat komunikasi dari bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yakni metode *redundancy (repetition)* dan *Canalizing*. Metode *redundancy* adalah cara memengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Sedangkan *canalizing* dilakukan dengan komunikator terlebih dahulu mengenal siapa khalayak sasaran dari pesan komunikasinya. Kemudian mulai melontarkan idenya sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak. Komunikator memulai komunikasinya dari dimana khalayak tersebut berada kemudian diubah sedikit demi sedikit ke arah tujuan komunikator. Metode penyampaian pesan menurut bentuk dan isinya dikenal dengan metode-metode : informatif, persuasif dan kursif. Metode Informatif adalah suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk memberikan penerangan kepada khalayak. Metode persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan jalan membujuk, khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya, metode edukatif adalah metode yang digunakan untuk mendidik khalayak akan suatu hal (Fahmi 2022).
4. Pemilihan Media Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dalam sendirinya dalam penggunaan media pun, harus demikian pula. Selain harus berfikir dalam jalinan faktor-faktor komunikasi, situasi sosiopsikologis juga harus diperhitungkan pula. Hal ini karena masing-masing medium tersebut mempunyai kelemahan-kelemahan tersendiri (Edison dan Tambes 2021). Menurut Zulkarimein Nasution mengenai kegunaan media ia berpendapat bahwa media dapat menyampaikan atau menyajikan hal-hal yang tidak sepenuhnya dapat diketengahkan dengan berbicara. Misalnya, media dapat menyampaikan hal-hal yang berbentuk visual atau gamabran. Selain

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



itu ada pula hal-hal yang berbentuk suara (audio) yang diperlukan untuk memperkuat penjelasan tentang sesuatu hal yang hanya dapat disampaikan dengan media.

2.2.5 Memberikan edukasi

A. Edukasi

Edukasi adalah pemberian pengetahuan tentang hal tertentu sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat. Pemahaman yang baik akan tercipta sebuah mindset yang baik pula (Umasugi 2021).

Edukasi dan sosialisasi merupakan cara untuk dapat menyampaikan informasi terkait maksud dan tujuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap masyarakat. Hal ini merupakan bagian terpenting untuk memberikan pemahaman tentang cara yang benar dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu informasi (Umasugi 2021).

B. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami dihayati oleh masyarakat, sosialisasi juga dapat disebut sebagai promosi serta suatu usaha untuk memberikan informasi tentang kabar atau berita.

Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (*social control*), apabila suatu masyarakat ingin berfungsi efektif, maka para anggota masyarakat harus berperilaku sesuai dengan nilai dan norma sosial yang mengatur pola hidup dalam masyarakat tersebut. Dalam sosialisasi yakni individu-individu menjadi anggota masyarakat dikendalikan sehingga tidak melakukan perilaku menyimpang. Sosialisasi adalah membentuk kebiasaan, keinginan dan adat istiadat (Purwahida 2017). Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi di kenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat.

Pengertian Sosialisasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyedia sumber daya ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif dalam masyarakat. Syarat terpenting untuk berlangsungnya sosialisasi ialah interaksi sosial, dimana sosialisasi tersebut dapat berlangsung secara tatap muka, tetapi biasanya juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui saran media (Ambarwati, Aidinil Zetra, dan Syahrizal 2023).

Sosialisasi merupakan bagian dari publikasi dan memiliki kemiripan dengan promosi. Promosi sering dihubungkan dengan penjualan, tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang luas. Promosi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk atau



jasa yang dihasilkan. Dalam kaitannya dengan organisasi, kegiatan promosi yang dimaksud adalah proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan oleh organisasi (Lahamit 2021).

Setiap kelompok masyarakat memiliki standar dan nilai yang berbeda-beda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak lepas dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi (Herdiana 2018), diantaranya sebagai berikut:

1) Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam Negara seperti pendidikan disekolah dan pendidikan militer.

2) Informal

Sosialisasi ini terdapat dalam di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti diantara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada didalam masyarakat.

Sosialisasi adalah usaha memberikan informasi terhadap masyarakat sehingga menjadi yang dikenal, dipahami dan dihayati oleh masyarakat, sosialisasi juga dapat disebut sebagai promosi serta suatu usaha memberikan informasi tentang surat kabar atau berita. Sosialisasi akan sulit untuk diterapkan tanpa adanya media. Adapun media sosialisasi yang memiliki peran adalah lembaga sosial yang berguna untuk melakukan serangkaian peran menemukan nilai-nilai ,norma-norma sosial. Lembaga sosial yaitu keluarga, lembaga pendidikan, lembaga politik, media massa, lembaga keagamaan, lingkungan sosial, antara lembaga satu dengan yang lain dalam kehidupan tentunya saling ketergantungan dalam sistim jaringan yang disebut sistem sosial, sebagai agen sosial maupun media sosialisasi (Suryani 2020).

Sosialisasi menurut James W. Vander Zanden yaitu sosialisasi suatu proses interaksi sosial dengan mana orang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, dan perilaku esensial untuk keikutsertaan (partisipasi) efektif dalam masyarakat (Vianny dkk. 2023).

Sebagai pelaksanaan sosialisasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Sosialisasi Represif (*repressive socialization*)

Sosialisasi Represif adalah sosialisasi yang didalamnya terdapat sanksi jika pihak-pihak yang tersosialisasi seperti anak-anak, masyarakat melakukan pelanggaran, contohnya orang tua memberikan hukuman fisik kepada anak yang melakukan pelanggaran atau pihak

kepolisian menangkap terhadap para pelanggaran kendaraan lalu lintas maupun penyalahgunaan narkoba dan lainnya.

2) Sosialisasi partisipasif (*participative socialization*)

Sosialisasi partisipasif adalah sosialisasi berupa ransangan terutama agarpihak yang disosialisasikan meu melakukan suatu tindakan, misal memberikan hadiah (reward)seperti menganjurkan masyarakat agar terbiasa dengan pola hidup bersih, sehat maka pemerintah memberikan ransangan dengan piala kalfataru.

Dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi maka partisipatif merupakan bagian yang bisa diterapkan agar tujuan yang akan diberi pemahaman atau yang menerima sosialisasi tersebut melakukan suatu tindakan, an erujuk pada pendapat Cohen sosialisasi memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Memberikan bekal keterampilan yang dibutuhkan bagi individu untuk kehidupan yang akan datang
- b. Memerikan bekal kemampuan untuk berkomunikasi secara afektif dan mengembangkan kemampuan untuk membaca, menulis dan berbicara
- c. Mengendalikan fungsi organik melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat
- d. Membiasakan diri dengan nilai-nilai kepercayaan yang ada pada masyarakat
- e. Membentuk sistem perilaku melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh watak pribadinya yaitu bagaimana ia memberikan reaksi terhadap suatu pengalaman menuju proses pendewasaan.

2.2.6 Program Jaksa Masuk Sekolah

Definisi jaksa sendiri dijelaskan dalam Pasal 1, yakni sebagai pejabat fungsional yang diberi wewenang oleh undang-undang untuk bertindak sebagai penuntut umum dan pelaksana putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap, serta memiliki wewenang lain yang berdasarkan undang-undang (Kurniawan dan Afrizal 2021).

Kejaksanaan mempunyai tugas, yaitu: Melaksanakan kekuasaan negara di bidang penuntutan dan tugas lain berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan serta mengawasi jalannya penyelenggaraan tugas pemerintahan dan pembangunan di bidang hukum. Program Jaksa Masuk Sekolah (JMS) ditujukan untuk siswa SD, SMP hingga SMA untuk memperkaya khasanah pengetahuan siswa terhadap hukum dan perundang-undangan serta menciptakan generasi baru taat hukum untuk tujuan kenali hokum dan jauhkan hukuman.

Sejak tahun 2015, Kejaksaan Agung memiliki program Jaksa Masuk Sekolah (JMS). Program ini ditujukan untuk siswa di sekolah dasar, sekolah menengah, dan sekolah menengah. Tujuan program ini adalah untuk memperluas pengetahuan siswa tentang hukum dan peraturan-undangan serta menciptakan generasi baru yang dapat mengikuti undang-undang. Menurut Dr. Muh Rum, SH, Kepala Pusat Penerangan Hukum (Kapuspenkum) Kejaksaan Agung, program JMS telah digunakan di banyak tempat. Ini mencakup 36 Sekolah Dasar (SD), 145 Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 429 Sekolah Menengah Atas (SMA). “Ini melampaui target karena telah melibatkan 557 sekolah dan 211.252 siswa,” kata Muh Rum pada Forum Tematik Badan Koordinasi Hubungan Kemasyarakatan (Bakohumas) di Golden Boutique Hotel Melawai, Jakarta (Anon 2016).

Intelijen dalam peningkatan kesadaran hukum masyarakat termasuk kepada pelajar yang bertujuan untuk memberikan pengenalan hukum sejak dini kepada pelajar

2.3 Kerangka Pemikiran

Strategi Komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk sekolah menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan menjawab tujuan penelitian. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber: Olahan Peneliti 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.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian kualitatif juga sifatnya mendasar dan naturalistik atau bersifat kealamian, serta tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan (Adlini dkk. 2022).

Pendekatan Kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial da masalah manusia. Dalam pendekatan ini, prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati (Fadli 2021).

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Assyakurrohim dkk. 2022). Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang jelas dan mendalam tentang strategi kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa masuk sekolah.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian ini yaitu di Kantor Kejaksaan Tinggi Riau yang berada di Jl. Jend. Sudirman, Simpang Empat, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan September 2023

3.3 Sumber Data Penelitian

Ada dua macam sumber data yang penulis ambil sebagaimana dalam penulisan-penulisan kualitatif yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data tersebut sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data-data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinil.

Sumber data primer langsung memberikan data kepada pengumpul data (Thalib 2022). Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data-data yang penulis peroleh secara langsung dengan melakukan *interview* (wawancara) kepada para pegawai Kejati Riau tentang strategi komunikasi dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah, yaitu :

Tabel 3.1 Daftar Informan

NO	Nama Informan	Jabatan
1.	Bambang Heripurwanto, SH., MH	Kepala Seksi Penerangan Hukum
2.	Sukatmini, SH., MH	Staf
3.	Putra	Staf
4.	Muhammad Rizki	Siswa/Siswi

Sumber data: Observasi 2023

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data secara tidak langsung yang mana peneliti mendapatkan hasil melalui media perantara yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Kaharuddin 2020).

Data ini diperoleh dari Kejati Riau, pihak Sekolah maupun media lainnya yang berkaitan dengan datayang diperlukan oleh peneliti tentang strategi komunikasi dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah

3.4 Teknik Pengambilan Data

Dalam melakukan penelitian maka peneliti berupaya untuk mendapatkan data yang lengkap, peneliti membutuhkan berbagai teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan manusia yang menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utama, alat indra lainnya berupa telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Kegiatan ini yang sering atau keseharian manusia lakukan. Dalam pengamatan atau penelitian tidak selamanya menggunakan panca indra mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihat dan dihasilkan (Haryono 2023). Penelitian ini menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data secara langsung dari lokasi. Observasi yang dilakukan oleh peneliti saat penelitian yaitu dengan melihat berbagai kegiatan yang dilakukan oleh kejasakaan Tinggi Riau terkait dengan pelaksanaan program Jaksa Masuk sekolah.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah metode yang digunakan untuk mencari data primer dan merupakan metode yang banyak dipakai dalam penelitian interpretif maupun penelitian kritis. Wawancara merupakan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu (Sari dkk. 2022). Teknik wawancara dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Dengan tatap muka (*face to face interviews*) dan
- b. Melalui saluran telepon (*telephone interviews*).

Dalam penelitian ini Peneliti akan melakukan wawancara lasnung dengan pihak kejadi Riau terkait dengan penelitian Strategi komunikasi dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa masuk sekolah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode mencari data data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan lainnya (Iswanto, SaDiyah, dan Tohawi 2023). dalam hal ini peneliti akan mencari data-data yang berkaitan dengan penelitian sebagai pendukung dan pelengkap dari data wawancara dan observasi, seperti mengimpun data tentang sejarah berdirinya kejaksaan Tinggi Riau, Visi Misi, dan dokumen dalam melaksanakan program-program Jaksa Masuk Sekolah.

3.5 Validasi Data

Agar data yang diperoleh maka perlu dilakukan Validitas data yaitu suatu keabsahan data atau akurasi suatu alat ukur. Setelah penelitian ini dilakukan, maka selanjutnya dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data. Penelitian ini penulis menggunakan trigulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan suatu hasil wawancara dengan informasi yang lainnya, sehingga dapat diperoleh data yang akurat. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan yang dilakukan untuk keabahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Adapun di luar data itu untuk keperluan pengecekan data atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan pengguna narasumber, metode, penyelidik, dan teori.

Peneliti melakukan triangulasi dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi yang didapat selama penelitian. Apapun berbagai pertanyaan yang dilakukan peneliti untuk mewawancarai narasumber yaitu berdasarkan teori dan observasi yang dilihat dari lapangan yang telah peneliti catat.



3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis sangat diperlukan karena Analisis terdiri dari empat alur kegiatan yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Teknik analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data kedalam dengan bentuk lebih mudah dibaca. Tujuan analisis data yaitu agar lebih jelas informasi yang dihimpun. Menurut Hubberman dan Miles ada teknik analisis data mempunyai empat kegiatan (Widodo dkk. 2021), yaitu:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang terdapat pada catatan lapangan. Adapun catatan lapangan disini apa yang dilihat, dirasakan, dan didengar sendiri oleh peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelitian melakukan wawancara dengan informan.

2. Reduksi Data (*data reduction*)

Proses yang dilakukan pada pencatatan tertulis dilapangan berupa pemulihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan data kasar. Reduksi data merupakan bagian dari analisis sehingga kesimpulannya dapat ditarik dan *diverifikasikan*. Reduksi data juga dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan tranformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan kasar di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung terjadilah proses reduksi selanjutnya seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, dan menulis memo. Proses reduksi data ini terus berlanjut sampai sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

3. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data adalah hal penting yang ketiga, kegunaan dari penyajian data ini adalah untuk menemukan pola yang memiliki makna serta memberikan beberapa kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Milles dan Huberman meyakini bahwa penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.

4. Penarikan Kesimpulan (*verifikasi*)

Kegiatan penarikan kesimpulan dilakukan peneliti selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan, konfigurasi, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan ini juga *diverifikasi* selama penelitian berlangsung sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis dan disimpulkan 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Sejarah Umum Instansi

Mengacu pada “Undang-Undang No.16 Tahun 2004 yang menggantikan UU No.5 Tahun 1991 tentang Kejaksaan R.I., Kejaksaan sebagai salah satu lembaga penegak hukum dituntut untuk lebih berperan dalam menegakkan supremasi hukum, perlindungan kepentingan hukum, penegakan hak asasi manusia, serta pemberantasan Korupsi, Kolusi, Nepotisme (KKN). Di dalam UU Kejaksaan yang baru ini, Kejaksaan RI sebagai lembaga negara yang melaksanakan kekuasaan negara di bidang penuntutan harus melaksanakan fungsi, tugas, dan wewenangnya secara merdeka, terlepas dari pengaruh kekuasaan pemerintah dan pengaruh kekuasaan lainnya (Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2004)”.

Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya, “Kejaksaan dipimpin oleh Jaksa Agung yang membawahi 6 (enam) Jaksa Agung Muda, 1 (satu) Kepala Badan Diklat Kejaksaan RI serta 32 Kepala Kejaksaan Tinggi pada tiap provinsi. UU No. 16 Tahun 2004 tentang Kejaksaan Republik Indonesia” dimana lembaga Kejaksaan memiliki potensi yang digunakan sebagai pusat sekaligus filter bagi proses pemeriksaan perkara di pengadilan, yang mana kejaksaan memiliki peranan penting untuk memutuskan keputusan hakim di pengadilan. Lembaga Lembaga Kejaksaan sebagai sebagai penentu suatu perkara dapat atau tidaknya berlanjut ke persidangan, dengan memenuhi syarat seperti adanya bukti-bukti yang konkret sah menurut Hukum Acara Pidana.

Sebagai satu-satunya lembaga yang melaksanakan putusan. Kejaksaan juga berperan dalam bidang hukum Tata Usaha Negara dan Hukum Perdata, yakni sebagai perwakilan bagi Pemerintah dalam perkara-perkara yang terkait dengan permasalahan perdata dan tata usaha Negara. Jaksa sebagai pelaksana kewenangan memiliki wewenang menjadi seorang Penuntut Umum sekaligus meingimplementasikan purtusan pengadilan, serta memiliki kewenangan lainnya sesuai dengan aturan hukum yang berlaku (Kejaksaan Republik Indonesia, 2020).

Kejaksaan Tinggi Riau adalah jajaran Kejaksaan RI yang memiliki daerah tugas di wilayah Provinsi Riau. Instansi ini berkantor di Jalan Jenderal Sudirman Nomor 375 Kota Pekanbaru. Kejaksaan Tinggi ini terdiri atas satu Kejaksaan Negeri Tipe A (Kejaksaan Negeri Pekanbaru), sepuluh Kejaksaan Negeri Tipe B (Kejaksaan Negeri Rengat, Dumai, Bengkalis, Tembilahan, Bangkinang, Pasir Pangaraian, Siak Sri Indapura, Teluk Kuantan, Pangkalan Kerinci, Ujung Tanjung dan satu cabang Kejaksaan Negeri (Cabang Kejaksaan Negeri Bengkalis di Selat

Panjang). Kejaksaan Tinggi Riau dipimpin oleh Akmal Abbas, SH, MH sebagai Kepala Kejaksaan Tinggi.

4.2 Visi Misi Instansi

Adapun Visi dan Misi Kejaksaan Tinggi Riau sebagai berikut;

1. **Visi:** “Menjadi lembaga penegak hukum yang modern, berintegritas, profesional dan akuntabel dalam mewujudkan supremasi hukum di Indonesia.”
2. **Misi:**
 - a) Meningkatkan pelaksanaan fungsi Kejaksaan Tinggi Riau dalam pelaksanaan tugas dan wewenang, baik dalam segi kualitas dan kuantitas penanganan perkara seluruh tindak pidana penanganan perkara perdataan Tata Usaha Negara, serta nilai-nilai kepatuhan dalam rangka penegakan hukum.
 - b) Mewujudkan peran Kejaksaan Tinggi Riau dalam hubungan internasional, kerjasama hukum, dan penyelesaian perkara lintas negara.
 - c) Mewujudkan aparatur Kejaksaan Tinggi Riau yang modern, berintegritas, profesional dan akuntabel guna menunjang kelancaran pelaksanaan tugas pokok.
 - d) Melaksanakan pemahaman dan penataan kembali struktur organisasi Kejaksaan Tinggi Riau, pembenahan informasi manajemen terutama mengimplementasikan program quickwins agar dapat segera diakses masyarakat, penyusunan cetak biru (blue print) pembangunan aparatur Kejaksaan Tinggi Riau jangka menengah dan jangka panjang tahun 2025, menertibkan dan menata kembali manajemen keuangan, akan peningkatan sarana dan prasarana serta optimalisasi penerapan Teknologi Informasi (TI).
 - e) Meningkatkan Reformasi Birokrasi dan Tata kelola Kejaksaan Tinggi Riau yang bersih dan bebas Kkn melalui reformasi mental dalam pelaksanaan tugas dan wewenang.

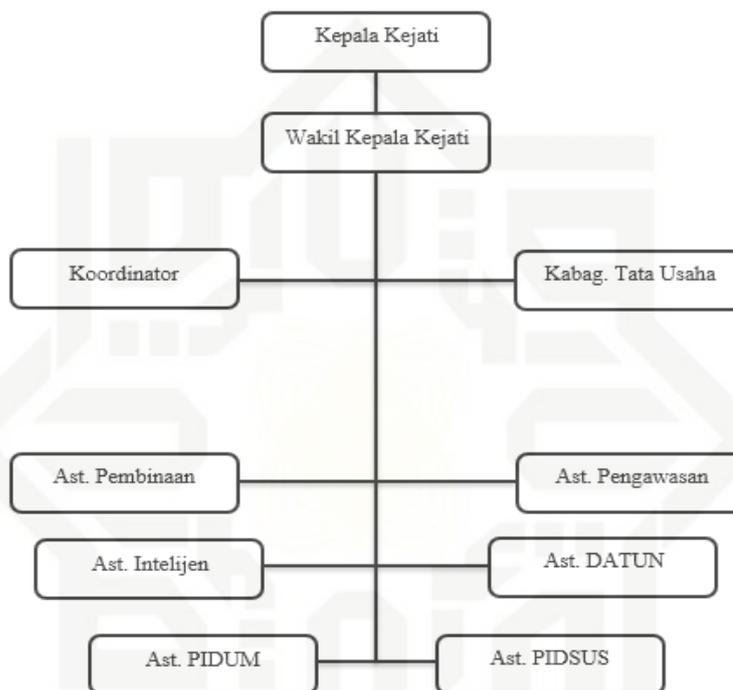
4.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di suatu perusahaan berguna untuk pedoman kerja atau tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing individu yang ada di dalam lingkup Kejaksaan Tinggi Riau. Struktur Organisasi yang baik merupakan salah satu alat untuk mempermudah koordinasi dan komunikasi, serta pengawasan atas semua aktivitas dari tenaga kerja untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

Kejelasan struktur organisasi biasanya digambarkan dalam suatu bagan organisasi berupa kotak-kotak dan disusun menurut kedudukan atau jabatan dari

masing-masing fungsi. Bagan ini juga dihubungkan oleh garis-garis yang berfungsi menghubungkan kedudukan atau jabatan yang satu dengan kedudukan atau jabatan lain yang disebut garis saluran wewenang. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi serta saluran wewenang pada Kejaksaan Tinggi Riau dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



4.4 Uraian Tugas Pokok & Fungsi

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi, Kejaksaan dituntut mampu mewujudkan kepastian hukum, ketertiban hukum, keadilan dan kebenaran berdasarkan hukum, mengindahkan norma keagamaan, kesopanan, dan kesusilaan serta wajib menggali nilai kemanusiaan, hukum dan keadilan yang hidup dalam masyarakat. Adapun tugas dan fungsi Kejaksaan Tinggi Riau sebagai berikut :

1. **Tugas** : “Melaksanakan kekuasaan negara di bidang penuntutan dan tugas lain berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan serta mengawasi jalannya penyelenggaraan tugas pemerintahan dan pembangunan di bidang hukum.”
2. **Fungsi**:
 - a) Perumusan kebijakan pelaksanaan dan kebijakan teknis, pemberian bimbingan dan pembinaan serta pemberian perizinan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebijakan umum yang ditetapkan presiden;
 - b) Penyelenggaraan pembangunan prasarana dan sarana, pembinaan

manajemen, administrasi, organisasi dan ketatalaksanaan serta pengelolaan atas kekayaan milik negara yang menjadi tanggung jawabnya;

- c) Pelaksanaan penegakan hukum baik preventif maupun represif yang berintikan keadilan di bidang pidana, penyelenggaraan intelijen yustisial di bidang ketertiban dan ketenteraman umum, pemberian bantuan, pertimbangan, pelayanan dan penegakan hukum di bidang perdata dan tata usaha negara serta tindakan hukum dan tugas lain, untuk menjamin kepastian hukum, menegakkan kewibawaan pemerintah dan penyelamatan kekayaan negara, berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebijakan umum yang ditetapkan oleh presiden;
- d) Penempatan seorang tersangka atau terdakwa di rumah sakit atau tempat perawatan jiwa atau tempat lain yang layak berdasarkan penetapan hakim karena tidak mampu berdiri sendiri atau disebabkan hal-hal yang dapat membahayakan orang lain, lingkungan atau dirinya sendiri;
- e) Pemberian pertimbangan hukum kepada lembaga, instansi pemerintah di pusat dan di daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah dalam menyusun peraturan perundang-undangan serta peningkatan kesadaran hukum masyarakat; dan
- f) Penyelenggaraan koordinasi, bimbingan dan petunjuk teknis serta pengawasan yang baik ke dalam maupun dengan instansi terkait atas pelaksanaan tugas berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang ditetapkan oleh Presiden.

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh Kejaksaan Tinggi Riau dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah. Dalam menanggapi rumusan masalah "Bagaimana Strategi Komunikasi Kejaksaan Tinggi Riau Dalam memberi edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah?", penelitian ini menemukan bahwa Kejaksaan Tinggi Riau menggunakan berbagai strategi komunikasi yang meliputi penggunaan media sosial, pameran, seminar, serta kunjungan langsung ke sekolah-sekolah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menjadi salah satu strategi utama dalam mencapai target audiens, terutama generasi muda yang aktif di platform tersebut. Selain itu, pameran dan seminar juga menjadi sarana efektif untuk memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat. Selain itu, kunjungan langsung ke sekolah-sekolah melalui program Jaksa Masuk Sekolah terbukti menjadi strategi yang sangat efektif dalam memberikan edukasi kepada siswa-siswa. Interaksi langsung antara jaksa dengan siswa memungkinkan terciptanya pemahaman yang lebih baik terkait hukum dan peran jaksa dalam masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kejaksaan Tinggi Riau telah berhasil menggunakan berbagai strategi komunikasi secara efektif dalam memberikan edukasi melalui program Jaksa Masuk Sekolah. Implementasi strategi komunikasi yang diversifikasi tersebut merupakan langkah yang tepat dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda, tentang hukum dan peran jaksa dalam menjaga keadilan dan penegakan hukum.

6.2 Saran

Saran penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kontribusi Akademis:

1. Pemahaman Mendalam tentang Strategi Komunikasi Institusi Hukum: Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana institusi hukum seperti Kejaksaan Tinggi Riau menggunakan strategi komunikasi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat melalui program Jaksa Masuk Sekolah. Ini akan menjadi kontribusi penting dalam memperkaya literatur akademis tentang strategi komunikasi dalam konteks lembaga hukum.
2. Pengembangan Teori dan Konsep Komunikasi Institusi: Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi yang berharga untuk pengembangan teori dan konsep dalam bidang komunikasi institusi, terutama dalam

konteks penerapan strategi komunikasi oleh lembaga publik seperti kejaksaan.

3. Peningkatan Kualitas Penelitian tentang Hukum dan Komunikasi: Dengan memadukan aspek hukum dan komunikasi, penelitian ini dapat memperkaya metodologi penelitian dan pendekatan interdisipliner dalam bidang hukum dan komunikasi.

Kontribusi Praktis:

1. Peningkatan Efektivitas Program Jaksa Masuk Sekolah: Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan yang dapat membantu Kejaksaan Tinggi Riau dalam meningkatkan efektivitas program Jaksa Masuk Sekolah mereka. Ini akan membantu mereka dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan tepat sasaran untuk mencapai tujuan edukasi mereka.
2. Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendidikan Hukum: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi komunikasi yang efektif, penelitian ini akan berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan pemahaman tentang hukum dan peraturan. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran hukum di kalangan siswa dan masyarakat umum.
3. Model bagi Institusi Hukum Lainnya: Temuan dari penelitian ini dapat menjadi model atau contoh bagi institusi hukum lainnya, baik di tingkat regional maupun nasional, dalam merancang dan mengimplementasikan program edukasi serupa. Hal ini dapat memperluas dampak positif dari penelitian ini di luar lingkup Kejaksaan Tinggi 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 mengurnikan 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 mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, dan Sauda Julia Merliyana. 2022. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6(1):974–80. doi: 10.33487/edumaspul.v6i1.3394.
- Aini, Nur. 2018. "strategi komunikasi pemimpin redaksi dalam meningkatkan motivasi kerja wartawan pekanbaru pos." thesis, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau, riau.
- Alfiyani, Nur. 2018. "Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik." *Potret Pemikiran* 22(1). doi: 10.30984/pp.v22i1.762.
- Alif Utama, Dio. 2018. "strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra pemerintah kota Palembang." Thesis, universitas islam negeri raden fatah Palembang, Palembang.
- Ambarwati, Rini, Aidinil Zetra, dan Syahrizal. 2023. "Efektivitas Sosialisasi Pemilu 2019 KPU Kabupaten Indragiri Hulu: (Studi Terhadap Banyaknya Surat Suara Tidak Sah)." *Jurnal Niara* 15(3):571–80. doi: 10.31849/niara.v15i3.9280.
- Anggraningrum, Destina Nursylva. 2014. "Strategi Komunikasi Komunitas IndoRunners." 2(3):139.
- Annisa, Aulia. 2022. "Pengenalan Konsep Manajemen Waktu Melalui Aktivitas Matematika untuk Anak Usia Dini." *Jurnal Pendidikan Islam* 1.
- Anon. 2016. "Kejaksanaan Agung Gelar Program Jaksa Masuk Sekolah (JMS)." Diambil 24 April 2024 (<https://www.kejaksanaan.go.id/berita/s/kejaksanaan-agung-gelar-program-jaksa-masuk-sekolah-jms-a588a>).
- Anon. t.t. "https://www.kejatiprogram jaksa masuk sekolah kenali hukum jauhkan hukuman." Diambil 24 April 2024 (https://www.bing.com/search?q=https%3A%2F%2Fwww.kejatiprogram+jaksa+masuk+sekolah+kenali+hukum+jauhkan+hukuman&cvid=106c418c8ed14687aeac9b7ee7209923&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBggAEEUYOzIGCAAQRrg7MgYIARBFgDrSAQc2NDVqMGo5qAIIsAIB&FORM=A NAB01&PC=U531)).
- Arifin, Anwar. 2010. *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Cet. 1. Bandung: Armico.
- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikham, Rusdy A. Sirodj, dan Muhammad Win Afgani. 2022. "Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal*

Pendidikan Sains dan Komputer 3(01):1–9. doi: 10.47709/jpsk.v3i01.1951.

Bambang Heripurwanto. 2024. “Data Wawancara.”

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Edison, Edison, dan Reski Pulpi Tambes. 2021. “Peran Editor Video Dalam Produksi Program Sembang Malam di Ceria TV Pekanbaru.” *An-Nida* 43(1):15. doi: 10.24014/an-nida.v43i1.9378.

Fadli, Muhammad Rijal. 2021. “Memahami desain metode penelitian kualitatif.” 21(1).

Fahmawati, Lydia, Cheerli Cheerli, dan Idham Imarshan. 2021. “Fungsi Komunikasi Organisasi Internal Selama Pandemi Covid-19 : Studi Kasus di Organisasi Pendidikan.” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 5(2):414–23. doi: 10.33487/edumaspul.v5i2.2119.

Fahmi, Rizal Fahmi. 2022. “Strategi Komunikasi Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Digitalisasi Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil.” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 5(1):63. doi: 10.22373/jp.v5i1.12733.

Fairuza, Khairun Naila, Nirwana Aisyahri, Rangga Permana, Albihar Alamsyah, dan Erwan Efendi. 2023. “Sejarah Perkembangan Ilmu Komunikasi.” 7.

Faisal, Dede Faisal, Malki Ahmad Nasir, dan Nia Kurniati. 2023. “Strategi Komunikasi Dakwah Syaikh Khanova Maulana dalam Pembinaan Al-Qur’an di Indonesian Al-Qur’an Center.” *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 3(1). doi: 10.29313/bcsibc.v3i1.5498.

Fatoni, Uwes. 2019. “Strategi Dakwah dan Pencitraan Diri Jemaat Ahmadiyah.” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 18(2):141–58. doi: 10.15575/anida.v18i2.5073.

Gan, Gan Giantika. 2020. “Strategi Komunikasi Guru Dalam Upaya Meningkatkan Proses Pembelajaran Siswa.” 11.

Gozali, Alzahwa Fadhilah, dan Aska Leonardi. 2023. “Analisis Instagram @Munasprok Sebagai Media Informasi Sejarah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia Bagi Followers.”

Gusrianto, Danil, dan Muhammad Syaifudin. 2023. “Tinjauan terhadap Konsep Dasar Manajemen Strategis dalam Lembaga Pendidikan.” 7.

Hafied, Cangara. 2013. “Perencanaan dan Strategi Komunikasi.” *Rajawali Pers*.

- Hafied Cangara. t.t. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Handayani, Winarni, Dedi Kuswandi, Sa'dun Akbar, dan Imron Arifin. 2023. "Pembelajaran Berbasis STEAM untuk Perkembangan Kognitif pada Anak." *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 4(2):770–78. doi: 10.37985/murhum.v4i2.390.
- Haryono, Eko. 2023. "Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online."
- Herdiana, Dian. 2018. "Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar."
- Hidayat, Ikhsan. 2017. "Hubungan Kerjasama Pariwisata Indonesia-Korea Selatan Tahun 2015-2016." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univers*.
- Humam Ramadhan, Fatih, Nabila Faizatuz Zuhriyah, Nina Siti Marlina, dan Isma Elan Maulani. 2023. "Menggali Potensi Komunikasi Nonverbal dalam Interaksi Manusia pada Pola Komunikasi Lingkaran." *Edunity Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan* 2(2):308–15. doi: 10.57096/edunity.v2i2.64.
- Hutagalung, Trisnawati, Annisa Fitri, Nazwa Rizka Susanto, dan Putri Aprilia. 2024. "Analisis Pengaruh Komunikasi Verbal terhadap Kemampuan Siswa Kelas X SMAN 16 Medan dalam Menyelesaikan Soal Cerita dengan Pembentukan Model Matematika pada Materi SPLDV." 8.
- Indrariansi, Eva Ardiana. 2011. "Strategi Komunikasi Mahasiswa Asing Dalam Interaksi Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Program Darmasiswa Undip Tahun 2010/2011)." *Parole: Journal of Linguistics and Education* 2(1 April):77–82.
- Iskandar, Yusuf, dan Tiara Sarastika. 2023. "Study of Socio-Economic Aspect and Community Perception on The Development of The Agricultural Area Shrimp Ponds in Pasir Mendit and Pasir Kadilangu." 1(01).
- Iswanto, Juni, Dewi Fitrtotus SaDiyah, dan Agus Tohawi. 2023. "Strategi Pemasaran yang Efektif: Meningkatkan Omzet Penjualan Roti dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam di Mawaddah Bakery Bandar Lor Kediri." 05(04).
- Jumrad, Oviva Tidal, dan Ira Dwi Mayang Sari. 2019. "Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame." *Jurnal Common* 3(1):104–14. doi: 10.34010/common.v3i1.1953.
- Kaharuddin, Kaharuddin. 2020. "Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi." *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 9(1):1–8. doi: 10.26618/equilibrium.v9i1.4489.





- Khomsahrial Romli, Khomsahrial. 2022. “Komunikasi Massa.” Diambil 24 April 2024
 (https://play.google.com/store/books/details?id=DsRGDwAAQBAJ&source=gbs_api).
- Kurniawan, Iwan, dan Riki Afrizal. 2021. “Gugatan Keperdataan Oleh Jaksa Pengacara Negara Sebagai Upaya Pengembalian Kerugian Keuangan Negara Karena Korupsi.” *Nagari Law Review* 5(1):103. doi: 10.25077/nalrev.v.5.i.1.p.103-115.2021.
- Kusumasari, R. Nuruliah, dan Annissa Afrilia. 2020. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan.” 2(1).
- Lahamit, Sadriah. 2021. “Sosialisasi Peraturan Daerah Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Legislasi Anggota Dprd Provinsi Riau (Studi Pelaksanaan Sosialisasi Peraturan Daerah di Masa Pandemi Covid 19).” *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 7(1):32–45. doi: 10.25299/jiap.2021.vol7(1).6766.
- Lova, Alfis Satria. 2018. “Strategi Komunikasi Pimpinan Dinas Perhubungan Provinsi Riau Dalam Meningkatkan KINERJA PEGAWAI.” Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru.
- Maitimu, Ferell Clief, Agnes Carlita Yulia Lubis, dan Ghani Agraprana. 2024. “Penerapan Komunikasi Akomodasi Dalam Membina Hubungan Interpersonal Dari Berbagai Budaya Pada Mahasiswa.” *Open Access* 03(05).
- Marzawati. 2024. “Data Wawancara.”
- Marzuki, Marzuki. 2023. “Pelaksanaan Fungsi Komunikasi Administrasi Di Dinas Pendidikan Kabupaten Melawi.” *Journal of Educational Review and Research* 6(1):1. doi: 10.26737/jerr.v6i1.4158.
- Meilisa, Veni Fitra. 2018. “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop.” 5(1).
- Miftah, M. 2019. “Strategi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran.” *Jurnal Teknodik* 084–094. doi: 10.32550/teknodik.v12i2.473.
- Muhammad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad Rizki. 2024. “Data Wawancara.”

- Mulitawati, Iga Mauliga, dan Maya Retnasary. 2020. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag)." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 4(1):23. doi: 10.30829/komunikologi.v4i1.7616.
- Prabudi Darus, Irene Silviani. 2021. "Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing ... - Dr. Irene Silviani, MSP, Prabudi Darus, S.sos, M.Ikom - Google Books." Diambil 24 April 2024 (https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CTFAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA84&dq=irene+silviani+dan+prabudi+darus+strategi+komunikasi+pemasaran+menggunakan+teknik+intergrated+marketing+communication+imc+surabaya+scopindo+media+pustaka+2021++hal+17&ots=UoicnOvhNn&sig=XMbjliheV3mSIyOe3wyE7beHcgM&redir_esc=y).
- Pranawukir, Iswahyu. 2021. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumberdaya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif Lembaga." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 4(2):247–59. doi: 10.32509/pustakom.v4i2.1635.
- Pratiwi, Soraya Ratna, Susanne Dida, dan Nuryah Asri Sjafirah. 2018. "Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6(1):78. doi: 10.24198/jkk.v6i1.12985.
- Purwahida, Rahmah. 2017. "Interaksi Sosial Pada Kumpulan Cerpen Potongan Cerita Di Kartu Pos Karangan Agus Noor Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Sastra Di SMA." *AKSIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1(1):118–34. doi: 10.21009/10.21009/AKSIS.010107.
- Putra. 2024. "Data Wawancara."
- Rais, Muhammad, Dwi Agustyawati, dan Dewi Mahmuda. 2024. "Strategi Promosi Pemasaran Wisata Kolam Renang Desa Walando guna Meningkatkan Potensi Desa Wisata (PkM pada Bumdes Desa Walando Buton Tengah)." *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 6(2):240–45. doi: 10.31334/jks.v6i2.3589.
- Ria Kristiana, Kusjuniati Kusjuniati, dan Iswahyuni Iswahyuni. 2022. "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan Partisipasi Muzakki Berzakat Di Kota Denpasar." *Jurnal Nirta: Studi Inovasi* 2(1):01–17. doi: 10.61412/jnsi.v2i1.19.
- riaupower.com. 2023. "Jaksa Masuk Sekolah: Kejati Riau Lakukan Penyuluhan Hukum di SMA 4 Kandis." Diambil 24 April 2024

(<https://riaupower.com/news/cetak/1620/jaksa-masuk-sekolah-kejati-riau-lakukan-penyuluhan-hukum-di-sma-4-kandis>).

Rosady Ruslan. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Saleh, Arifin, Mislan Sihite, dan Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia. 2020. "Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1):98–105. doi: 10.30596/interaksi.v4i1.4134.

Sandy, Adika Heri. 2022. "strategi komunikasi pariwisata oleh dinas pariwisata kabupaten langkat dalam mengembangkan destinasi wisata mancanegara tangkahan skripsi oleh: adika heri sandy npm 170311007 medan 2021." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan ...* 2(3):1–15.

Saputri, Ravita Mega, Alil Rinenggo, dan Suharno Suharno. 2021. "EKSISTENSI tradisi nyadran sebagai penguatan identitas nasional di tengah modernisasi." *Civics education and social science journal (CESSJ)* 3(2):99. doi: 10.32585/cessj.v3i2.2080.

Sari, Mutia, Habibur Rachman, Noni Juli Astuti, Muhammad Win Afgani, dan Rusdy Abdullah Siroj. 2022. "Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer* 3(01):10–16. doi: 10.47709/jpsk.v3i01.1953.

Su'aidi, Anil Hakim, dan Saripuddin. 2018. "Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif (Studi di PT Chairul Umam Addauli Kota Jambi)." *semantic scholar*.

Suci, Rahayu Puji. 2015. "Esensi Manajemen Strategi."

Sugito, Rendi. 2023. "Pengaruh Manajemen Dakwah Terhadap Perkembangan Era 5.0." *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 4(2):186–93. doi: 10.20414/mudabbir.v4i2.8021.

Sukma, Agus Hitopa, dan Iswahyu Pranawukir. 2020. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Jaringan Franchise Warung Tegal Kharisma Bahari Dalam Meningkatkan Segmentasi Konsumen." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19(2). doi: 10.32509/.v19i2.1159.

Sumarni, Syukri. 2020. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah MakassaR." *Jurnal Komunikasi dan Organisasi J-KO* 2(1). doi: <https://doi.org/10.26644/jko.v2i1.6064>.

Surahmi, Andi, dan H. Muhammad Farid. 2018. "DUAMPANUA KABUPATEN PINRANG Communication Strategy in Encouraging People ' s

Participation toward Development in Duampanua Subdistrict , Pinrang Regency Pembangunan merupakan suatu proses pembaharuan yang kontinyu dan terus Usaha pembaharuan untuk mendapa.” *Jurnal Komunikasi KAREBA* 7(2):232–39.

Suryani, Elvira. 2020. “Sosialisasi Kesetaraan Gender Pada Pegawai Kantor Kesejahteraan Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Bekasi.”

Susriyanti, dan Rio Nardo. 2019. “Pengaruh Fungsi Komunikasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Pemberian Pelayanan Nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato.” doi: 10.5281/Zenodo.3258086.

Telnoni, Benyamin. 2020. “Peran Komunikasi Dalam Keluarga Kristen Berdasarkan Ulangan 6:7.” *REAL DIDACHE: Journal of Christian Education* 1(1):18–24. doi: 10.53547/realdidache.v1i1.72.

Thalib, Mohamad Anwar. 2022. “Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya.” *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2(1). doi: 10.23960/seandanan.v2i1.29.

Timbowo, Deify. 2016. “MANFAAT PENGGUNAAN SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi).”

Umasugi, M. Taufan. 2021. “Sosialisasi dan Edukasi Pemberian Vaksin Sebagai Upaya Trust Pada Masyarakat Kota Ambon.” 1.

Viany, Irena, Elisabet Ilvania Babaro, Angelina Jessika, dan Yusta Maisa Shella. 2023. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Objek Wisata di Desa Saham Kecamatan Sengah Temila Kabupataen Landak.” *Journal of Community Service and Society Empowerment* 2(01):74–85. doi: 10.59653/jcsse.v2i01.430.

Weles, Ocsa Rabella, Adil Fadillah, dan Pinto Jaya. 2021. “Pengaruh Periklanan Media Elektronik dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Dalam Transaksi Berulang Menggunakan Dompot Digital Dana.” *Jurnal Informatika Kesatuan* 1(2):167–76. doi: 10.37641/jikes.v1i2.1365.

Widianto, Lutfi Alvian. 2018. “STRATEGI KOMUNIKASI PADA KEGIATAN MENTORING JEMAAH MASJID MANARUL ILMI (JMMI) ITS SURABAYA.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8(1):163–82. doi: 10.55372/inteleksiapid.v8i1.133.

Widodo, Ulfa Puspa Wanti, Christina Menuk Sri Handayani, Siti Istikhroh, Mohamad Afrizal Miradji, dan Suharyanto Suharyanto. 2021. “Optimasi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-



19.” *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2):74–79. doi: 10.36456/ekobisabdimas.2.2.4855.

Wijaya, Ida Suryani. 2015. “PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN.” (1).

Yusuf Zaenal, Abidin. 2015. *Manajemen komunikasi: Filosofi, konsep, dan aplikasi*. CV Pustaka Setia, Bandung.

**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

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan

A. Program jaksma masuk sekolah (Secara umum)

1. Sejak kapan program dibentuk?
2. Apa tujuan membentuk program?
3. Manfaat apa yang diperoleh dari jalannya program?
4. Apa saja kegiatan yang penting dalam program jaksma masuk sekolah?
5. Bagaimana progress dari tahapan program dari awal terbentuk hingga saat ini?
6. Target yang ingin dicapai dengan mengadakan program jaksma masuk sekolah?
7. Bagaimana sosialisasi program dilakukan?
8. Apa tujuan program tersebut di sosialisasikan?
9. Sejauh ini sudah berapa kali program disosialisasikan?
10. Apakah ada jadwal/waktu yang telah ditentukan dalam sosialisasi program?

B. Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program JMS (Kegiatan Sosialisasi)

a. Menganalisis Khalayak

1. Bagaimana mengelompokkan khalayak dalam sosialisasi program JMS?
2. siapa khalayak tertentu yang diprioritaskan dalam sosialisasi program?
3. Mengapa khalayak diprioritaskan dalam sosialisasi program?
4. Bagaimana Kejaksma mengetahui kondisi khalayak yang diprioritaskan pada sosialisasi program?
5. Bagaimana upaya dan pendekatan yang dilakukan agar khalayak menerima, mendukung dan mengikuti sosialisasi program?
6. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam menentukan khalayak pada sosialisasi program?
7. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
8. Apakah ada strategi khusus dalam menganalisis khalayak pada sosialisasi program?

b. Menyusun dan menyampaikan Pesan

1. Apa inti pesan yang disampaikan dalam sosialisasi program jaksma masuk sekolah?
2. Apakah terdapat perbedaan pesan sesuai dengan perbedaan khalayak dalam sosialisasi program?
3. Bagaimana penyusunan pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi program?
4. Siapa yang menyusun pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi?

5. Bagaimana penyampaian pesan dalam sosialisasi program?
6. Siapa yang menyampaikan pesan dalam sosialisasi?
7. Bagaimana upaya agar pesan efektif sehingga dapat diterima oleh khalayak dalam sosialisasi program?
8. Bagaimana kendala dalam proses penyusunan dan penyampaian pesan dalam sosialisasi program?
9. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
10. Apakah ada strategi khusus dalam distribusi pesan pada sosialisasi program?

c. Menentukan Metode

1. Metode apa yang paling sering digunakan dalam sosialisasi program jaksma masuk sekolah?
2. Apakah ada metode khusus dalam komunikasi program jaksma masuk sekolah?
3. Mengapa metode tersebut dianggap tepat dalam sosialisasi tersebut?
4. Bagaimana metode tersebut diterapkan dalam program sosialisasi?
5. Bagaimana menekankan pesan bersifat informatif dalam program sosialisasi?
6. Bagaimana menekankan pesan bersifat mempengaruhi dalam program sosialisasi?
7. Bagaimana menekankan pesan bersifat mendidik dalam program sosialisasi?
8. Bagaimana menekankan pesan bersifat arahan bahkan wajib dilakukan dalam program sosialisasi?

d. Memilih Media (foto medianya, seperti spanduk, baliho, brosur, dll)

1. Apa saja media yang dipilih dan digunakan dalam melakukan sosialisasi program?
2. Mengapa memilih media tersebut?
3. Bagaimana peran media tersebut dalam sosialisasi program?
4. Apakah kejaksaan memanfaatkan media digital atau media berbasis internet lainnya seperti sosmed?
5. Mengapa memilih menggunakan media tersebut dalam sosialisasi jaksma masuk sekolah?
6. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media pada sosialisasi program?
7. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
8. Apakah ada strategi khusus dalam memilih media yang dibutuhkan pada program jaksma masuk sekolah?

Lampiran 2 : Hasil Dokumentasi

1. Wawancara bersama ibu Sukatmini, SH.,MH. selaku Jaksa dan salah satu pemateri Program Jaksa Masuk Sekolah di Kejaksaan Tinggi 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 mengurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.