

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Studi penelitian terdahulu merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan dan penting untuk diamati terlebih dulu sebelum melakukan sebuah penelitian. Karena studi penelitian terdahulu adalah bahan acuan yang akan membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar. Tentunya studi terdahulu tersebut harus yang relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Berdasarkan studi pustaka, berikut ini peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang memiliki konteks serupa dengan peneliti.

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

NAMA	Aprilia Lianjani	Eky Risqiana	Jofar Muliawan Putra
UNIVERSITAS	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Universitas Negeri Semarang	Universitas Komputer Indonesia
TAHUN	2018	2020	2020
JUDUL	STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TANGERANG SELATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SMART CITY	DAMPAK PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH) TERHADAP KELUARGA MISKIN DI KABUPATEN PEKALONGAN	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPIL KOTA BANDUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN APLIKASI SALAMAN KEPADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG
METODE	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

HASIL	<p>Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Pemerintah kota Tangerang Selatan melalui divisi smart city melakukan sosialisasi melewati lima tahap, yaitu penelitian, meninjau kembali program dan tahap perencanaan pemkot tangsel membuat perencanaan strategi dengan unsur-unsur komunikasi.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) bentuk-bentuk bantuan PKH yakni bantuan uang tunai PKH dan bantuan komplementaritas seperti jaminan kesehatan, jaminan pendidikan, bantuan pangan non tunai, beras sejahtera serta bantuan-bantuan lainnya baik yang dibiayai oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. (2) peran pendamping PKH yakni mendampingi peserta PKH dalam berbagai komitmen PKH seperti verifikasi pendidikan dan kesehatan, validasi calon peserta PKH, pemutakhiran data serta kegiatan pertemuan peningkatan kemampuan keluarga. (3) dampak PKH terhadap keluarga miskin di Kecamatan Wonopringgo yakni, di satu sisi bisa menyadarkan masyarakat untuk hidup mandiri tanpa bergantung pada pemerintah, sadar pendidikan dan kesehatan serta peduli terhadap lingkungan. Namun, di sisi lain masih ada masyarakat yang bermental miskin dan merasa perlu dibantu oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya padahal kondisi secara fisik dianggap mampu oleh lingkungan sekitarnya.</p>	<p>Hasil Penelitian ini menyatakan menunjukkan bahwa Disdukcapil Kota Bandung melakukan strategi komunikasi dengan menentukan Tujuan untuk menyampaikan pesan melalui sosialisasi tentang Aplikasi salaman kepada masyarakat Kota Bandung.</p>
PERBEDAAN	<p>Penelitian ini membahas tentang Strategi komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam sosialisasi smart city.</p>	<p>Penelitian Eky Risqiana ini membahas tentang Dampak Program Keluarga Harapan</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang Strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bandung dalam mensosialisasikan aplikasi salaman kepada masyarakat Kota Bandung</p>

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Peran komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah penting, karena dengan komunikasi kita dapat membangun sebuah hubungan antar individu maupun kelompok, dapat menampilkan kesan, dan dapat saling mempengaruhi. Oleh karena itu, komunikasi sangatlah mendasar dalam kehidupan kita.

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Seperti halnya makan dan minum, manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya amat penting bagi kehidupan manusia. Namun kita sering melupakan betapa besar peranannya, sejak lahir manusia telah melakukan komunikasi dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk membina komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya, dimana komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Communication* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti

“membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi juga didefinisikan secara luas sebagai “berbagi pengalaman”. (Mulyana, 2005)

Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996:4) mendefinisikan komunikasi:

“A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel”. (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber menstransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran). (Wiryanto, 2008:6)

Beberapa para ahli lainnya mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Sebagaimana menurut Gerald A Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “**Komunikasi Teori dan Praktek**” menjelaskan bahwa:

“In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmit a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latter’s behavior.” (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keprilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2003:49).

Lalu kemudian definisi menurut Everett M. Rogers & Lawrence, menyebutkan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu dengan yang lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Wiryanto, 2004:6)

Definisi-definisi sebagaimana yang dikemukakan di

atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

B. Proses Komunikasi

Sebuah komunikasi tidak terlepas dari sebuah proses. Oleh karena itu menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya, perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Proses komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “**Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi**” adalah :

1. Proses Komunikasi secara primer
2. Proses komunikasi secara sekunder
3. Proses komunikasi secara linear
4. Proses komunikasi secara sirkular (Effendy, 2003:33-40)

C. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia akan melakukan komunikasi dengan individu lainnya dalam segala situasi. Mereka berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan komunikasi tersebut, ada beberapa unsur yang patut dipahami. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya berjudul “Dinamika Komunikasi”, bahwa dari berbagai penjelasan komunikasi yang telah ada, terdapat sejumlah unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- a) **Komunikator**, adalah orang yang menyampaikan pesan.
- b) **Pesan**, adalah pernyataan yang didukung oleh lambang.
- c) **Komunikan**, adalah orang yang menerima pesan.
- d) **Media**, adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- e) **Efek**, adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2008:6).

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi

Komunikasi suatu cara untuk menghasilkan sebuah pencapaian yang di dasari oleh strategi berkomunikasi yang baik dan efisien dan dalam proses penerapannya secara meluas serta sesuai dengan sudah di tentukan tahapan-tahapan proses komunikasi.

Menurut Onong Ucjana Effendy dalam bukunya *Dimensi-Dimensi Komunikasi* mengatakan sebagai berikut:

“Strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan (Effendy 1986:84)”.

Berdasarkan pengertian strategi komunikasi di atas komunikasi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga tujuan tersebut tercapai dengan tanpa adanya hambatan komunikasi.

Secara Khusus strategi merupakan sebuah tindakan yang bersifat memberikan perubahan dan meningkatkan terus menerus dilakukan di dasari sudut pandang mengenai apa yang di harapkan ke depannya.

Menurut Hafied Cangara dalam buku *Perencanaan & Strategi Komunikasi* mengatakan bahwa:

“Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang memiliki arti pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi merupakan konsep militer yang bias diartikan sebagai seni perang para Jenderal (*The Art Of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan berbagai perang” (Cangara, 2017:64)”.

Menurut pakar perencanaan komunikasi Middleton yang di kutip oleh Hafied Cangara dalam buku *Perencanaan & Strategi Komunikasi* mengatakan bahwa :

“Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (*media*), penerima sampai ke pengaruh (*efek*) yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”(Middleton dalam Cangara 2017:64)”.

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian dengan strategi komunikasi yang merupakan sebuah panduan untuk perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang telah di sepakati bersama.

Sedangkan menurut Hafied Cangara ada lima tahap strategi dalam buku perencanaan & strategi komunikasi :

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Perencanaan (*Plan*)
- c. Pelaksanaan (*execute*)
- d. Pengukuran/Evaluasi (*Measure*)
- e. Pelaporan (*report*)

Dalam pengertian di atas menjelaskan bahwa untuk mengetahui masalah yang di hadapi suatu lembaga (*research*), tindakan yang akan diambil setelah hasil penelitian di peroleh (*plan*), tindakan yang ambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah di buat (*execute*), tindakan yang dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan (*measure*), tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah di laksanakan (*report*).

Menurut Arifin mengungkapkan bahwa definisi strategi komunikasi dalam bukunya "*Strategi Komunikasi :sebuah pengantar Ringkas*" mengatakan bahwa :

"Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan guna mencapai tujuan, jadi merumuskan suatu strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang akan di hadapi dan yang akan dihadapi dimasa depan guna mencapai efektifitas"(Arifin, 1984:10)".

Dari pengertian strategi komunikasi di atas adalah strategi komunikasi ini dapat di tempuh dengan beberapa cara dengan menggunakan komunikasi langsung untuk menciptakan perubahan dengan mudah dan cepat sehingga tindakan yang di lakukan sesuai dengan apa yang di sepakati.

2.1.3.2 Perumusan Strategi Komunikasi

Khalayak memiliki kekuatan penangkal yang bersifat psikologi dan sosial bagi pengaruh yang berasal dari luar diri dan kelompoknya. Disamping itu khalayak tidak hanya dirangsang oleh adanya suatu pesan saja, melainkan banyak pesan dalam waktu bersamaan. Artinya terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan – pesan lain yang datang dari sumber (komunikator) lain dalam waktu yang sama, maupun sebelum dan sesudahnya. Dengan demikian pesan yang diharapkan menimbulkan efek atau perubahan pada khalayak bukanlah satu – satunya "kekuatan" melainkan hanya satu diantara semua kekuatan pengaruh yang bekerja dalam proses komunikasi untuk mencapai efektifitas.

Jadi efek tidak lain dari paduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam keseluruhan proses komunikasi. Justru itu, maka pesan sebagai satu – satunya kekuatan yang dimiliki oleh komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektifitas. Kekuatan pesan ini, dapat didukung oleh

metode penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri.

Suatu strategi adalah keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan ialah mengenal khalayak atau sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat “dijinakkan” juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan - pesan lain yang berasal dari sumber (Komunikator) lain.

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (Publik) menjadi efektif, Arifin (1998:50). Menawarkan strategi - strategi komunikasi sebagai berikut :

1. Menenal khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan metode dan media. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami, pola pikir (*Frame Of Reference*) dan lapangan pengalaman (*Field Of Experince*) khalayak secara tepat dan seksama meliputi :

- a. Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri atas :
 1. Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan
 2. Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan – pesan lewat media yang digunakan.

3. Pengetahuan khalayak terutama pembendaharaan kata yang digunakan
- b. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai – nilai dan norma – norma dalam kelompok dan masyarakat yang ada.
- c. Situasi dimana kelompok itu berada. Dalam observasi atau penelitian, publik dapat diidentifikasi dari berbagai segi, dari segi pengetahuan khalayak misalnya terdapat pesan – pesan yang disampaikan dapat ditemukan khalayak yang tidak memiliki pengetahuan, memiliki hanya sedikit, memiliki banyak, dan yang ahli tentang masalah yang disajikan. Sedang dari segi sikap khalayak terhadap isi pesan yang disampaikan dapat ditemukan khalayak yang setuju, ragu- ragu, dan yang menolak.

2. Menyusun Pesan

Syarat – syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan “ perhatian”. Hal ini sesuai dengan AA. Procedure atau From Attention To Action Procedure. Artinya membangkitkan perhatian (attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (Action) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Selain AA. Procedure, dikenal pula rumus klasik AIDDA yang juga dikenal dengan adoption process, yaitu attention, Interest, desire, decision, dan Action. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (attention), kemudian menimbulkan minat dan kepentingan (interest), sehingga banyak memiliki hasrat (desire), untuk menerima keputusan untuk mengamalkan

dalam tindakan (action). Menurut Schram (1984 : 68 – 69), syarat- syarat berhasilnya suatu pesan sebagai berikut :

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian yang ditujukan.
2. Pesan haruslah menggunakan tanda–tanda yang dirasakan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian bertemu.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pada sasaran dan menyarankan cara – cara mencapai kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

Selanjutnya Schram mengemukakan apa yang disebut availability (mudahnya diperoleh) dan kontras (perbedaan yang menyolok). Kedua hal ini ditujukan terutama dalam penggunaan tanda –tanda komunikasi (sign of communication) dan penggunaan medium.

Availability, berarti pesan itu mudah diperoleh dalam persoalan yang sama orang selalu memilih yang paling gampang, yaitu tidak terlalu banyak meminta energi atau biaya. Sedang contrast menunjukkan, bahwa pesan itu disampaikan dengan menggunakan tanda – tanda dan medium memiliki perbedaan yang tajam dengan keadaan sekitarnya, sehingga ia kelihatan atau kedengaran sangat menyolok, dan dengan demikian itu mudah ditangkap oleh panca indra.

3. Menetapkan Metode

Setelah mengidentifikasi situasi dan kondisi khalayak serta telah menyusun pesan sedemikian rupa, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya.

Arifin (1984 : 73) menawarkan metode komunikasi yang efektif yaitu :

A. Redundancy (repetition)

Adalah mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang – ulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkonsentrasi pada pesan yang diulang – ulang, sehingga ia akan lebih banyak menarik perhatian. Manfaat lainnya, bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan hal yang penting disampaikan berulang – ulang itu. Selanjutnya dengan metode repetition ini, komunikator memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan – kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian- penyampaian sebelumnya.

B. Canalizing

Untuk mempengaruhi khalayak haruslah lebih dahulu mengerti tentang kerangka referensinya dan lapangan pengalaman dari khalayak tersebut dan kemudian menyusun pesan dan metode sesuai dengan itu. Hal tersebut dimaksudkan, agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang dikehendaki. Maksudnya komunikator menyediakan saluran – saluran tertentu untuk menguasai motif – motif tertentu yang ada pada khalayak, juga termasuk dalam proses canalizing ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.

C. Informatif

Dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan. Penerangan berarti penyampaian suatu apa adanya, apa sesungguhnya. Dengan kata lain, penyampaian sesuatu sesuai dengan fakta - fakta dan data - data yang benar serta pendapat - pendapat yang benar. Jadi dengan penerangan (information) berarti pesan - pesan yang dilontarkan itu berisi tentang fakta - fakta dan pendapat - pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang- nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran - pemikiran yang sehat.

D. Persuasif

Persuasif berarti, mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, terutama perasaannya. Metode persuasif ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak diberi kesempatan untuk banyak berfikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar (suggestive). Dengan demikian, metode ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi dimana komunikan mudah terkena sugesti (suggestible). Untuk terjadinya sugesti pada individu atau khalayak dapat dipermudah dengan jalan :

- a. Menghambat (inhibition).
- b. Memecah belah (dissociation) proses berfikirnya.
- c. Hambatan dalam proses berfikir terjadi karena
 - Kelelahan
 - Perangsang - perangsang emosioni.

E. Edukatif Method (metode pendidikan)

Salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak dari suatu pertanyaan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi: pendapat - pendapat, fakta - fakta, dan pengalaman - pengalaman. Metode ini dapat juga disebut metode mendidik. Mendidik berarti memberikan ide kepada khalayak, apa adanya dari segi kebenarannya, dengan sengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

F. Cursive Method

Yang berarti mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa, tanpa perlu berfikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan - gagasan atau ide - ide yang dilontarkan, oleh karena itu pesan dari komunikator ini selain pendapat - pendapat juga berisi ancaman - ancaman. Metode kursif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan - peraturan, perintah - perintah, dan intimidasi - intimidasi dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar, biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan yang cukup tangguh.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (face to face) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya internal publik biasa digunakan pertemuan - pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana - mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.

Sebagaimana dalam penyusunan pesan kita harus selektif dalam artian menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan mediaupun harus demikian adanya.

5. Hambatan dalam Komunikasi

Dalam komunikasi, pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak.

Kreitner dalam Ruslan (2003 : 8), menerangkan empat macam hambatan yang dapat mengganggu dalam sistem komunikasi tersebut, yakni :

a. Hambatan dalam proses penyampaian (*Process Barrier*)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*Sender Barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan – pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*Receiver Barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor- faktor, feed backnya (hasil tidak tercapai), medium barrier (media atau alat

dipergunakan kurang tepat) dan decoding barrier (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

b. Hambatan secara fisik (*Physical Barrier*) Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem penguat suara (*Sound System*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah /seminar/pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan - pesan tidak efektif samapi dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantik (*Semantik Barrier*)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan Psiko - Sosial (*Psychosocial Barrier*)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai - nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan - harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata “momok“ yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi karang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

2.1.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R Wayne pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam Buku *techniques for effective communication* menyatakan bahwa tujuan sentral Strategi komunikasi adalah:

- 1) *To secure understanding*
- 2) *To establish acceptance*
- 3) *To Motivate Action*

Berdasarkan pengertian di atas adalah memastikan bahwa pesan di sampaikan oleh Komunikator dapat tersampaikan baik oleh komunikan (*to secure understanding*), komunikan di bina agar komunikan lebih memahami (*to establish acceptance*). Pada akhirnya didukung pelaksanaanya atau kegiatan di motivasikan (*to motivate action*). Dalam hal ini peran komunikan merupakan bagian penting dalam menggerakkan kemampuan untuk menyusun strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang sudah di tetapkan (Effendy, 2019:32).

Strategi komunikasi bukan hanya proses pemikiran dalam merumuskan,mengevaluasi, tetapi ada hal-hal yang menjadi perhatian dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mendukung tujuan strategi komunikasi.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Kelangsungan hidup suatu organisasi bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan. Manusia dilihat sebagai pemroses informasi yang memberi respon terhadap informasi yang ditemukannya dalam lingkungan. Istilah suatu organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan.

Analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan diantara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama, yang memiliki jenis-jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka; yang pikiran kepurusan, dan perilakunya diatur oleh kebijakan-kebijakan, regulasi dan aturan-aturan; yang mempunyai gaya berlainan dalam berkomunikasi, mengelola, dan memimpin; yang di motivasi oleh kemungkinan-kemungkinan yang berbeda; yang berada pada tahap perkembangan berlainan dalam berbagai kelompok; yang memperepi iklim komunikasi yang berbeda; yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dan tingkat kecukupan informasi yang berbeda; yang mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan; dan yang membutuhkan penggunaan tingkat materi dan energi yang berbeda untuk berkomunikasi efektif “*Interaksi di antara semua*

faktor tersebut dan mungkin lebih banyak lagi di sebut sistem komunikasi organisasi” (Pace dan Faules dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014:204)

Goldhabert berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Goldhabert dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014: 204).

2.1.4.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

Terdapat empat fungsi komunikasi organisasi menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi yaitu :

1. Fungsi Informatif

Komunikasi Organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi. memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas baik dari anggota organisasi di harapkan menjadi peluang besar dan mempermudah organisasi mencapai tujuan yang telah di tetapkan bersama.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif merupakan fungsi yang berhubungan dengan peraturan yang berlaku di dalam organisasi hal yang berperan dalam fungsi ini adalah atasan atau puncak pimpinan yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan

informasi dan bawahan membutuhkan kepastian tugas dalam batasan atas pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif dalam hal ini berkaitan dengan pimpinan mempengaruhi bawahannya dalam organisasi sehingga bawahan dapat bekerja dengan sukarela dan mengedepankan kepentingan organisasi.

4. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014:207).

2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi pada dasarnya memiliki tujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada dalam organisasi agar terwujudnya tujuan organisasi yang ditetapkan sebelumnya. Komunikasi Organisasi adalah suatu Disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat (Pace dan Faules dalam Rismawaty, Surya, Juliano 2014:203).

Komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit

komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dalam suatu lingkungan.

2.1.5 Tinjauan Sosialisasi

2.1.5.1 Definisi Sosialisasi

Sosialisasi itu sendiri sangat penting keberadaannya , karena bila tidak ada sosialisasi maka dari itu dapat dipastikan apapun tujuan yang kita rencanakan untuk diri kita sendiri ataupun untuk orang lain tidak akan tercapai. Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan itu. Kemudian, Dalam kaitannya dengan kegiatan sosialisasi yang dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk selalu memanfaatkan apa yang sudah sosialisasi.

Menurut Charlotte Buhler dalam buku *sosiologi memahami dan mengkaji masyarakat* mengatakan bahwa sosialisasi merupakan :

“Sosialisasi adalah proses membantu individu untuk belajar menyesuaikan diri tentang bagaimana cara hidup dan cara berfikir kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya” (Buhler dalam Murdiyatomoko, 2007:101).”

Dari pengertian sosialisasi di atas menjelaskan bahwa sosialisasi proses individu belajar untuk bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar, sosialisasi sangat di perlukan sedak dini hingga dewasa karena menjadi hal mendasar yang di butuhkan dan memiliki kemungkinan individu senantiasa berpartisipasi secara maksimal dalam berkehidupan sosial bermasyarakat sosialisasi sendiri merupakan alasan utama

dalam menyampaikan norma, nilai-nilai, dan peran yang dimiliki manusia.

2.1.5.2 Tujuan Sosialisasi

Menurut Brunce J. Coben, dalam buku sosiologi memahami dan mengkaji masyarakat mengatakan bahwa empat tujuan pokok sosialisasi merupakan:

1. Individu harus diberi keterampilan yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
2. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuan untuk membaca, menulis, dan berbicara.
3. Pengendalian fungsi-fungsi organik harus dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
4. Setiap individu harus dibiasakan dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat (Cohen dalam Murdiyatomoko, 2007:102).

A. Program Keluarga Harapan

1. Program Keluarga Harapan (PKH) adalah program pemberian bantuan tunai bersyarat kepada Keluarga Miskin (KM) yang ditetapkan sebagai peserta PKH. Kriteria peserta PKH adalah keluarga miskin yang memenuhi minimal salah satu syarat berikut :
 - a. Memiliki komponen kesehatan yakni anak dengan usia dibawah 6 tahun, ibu hamil/ menyusui, termasuk anak penyandang disabilitas ringan/ sedang.

- b. Memiliki komponen pendidikan anak sekolah 6 hingga 21 tahun untuk peserta pendidikan SD/MI sederajat, SMP/MTs sederajat dan/atau SMA/MA sederajat, termasuk anak penyandang disabilitas ringan/ sedang.
- c. Memiliki komponen kesejahteraan sosial untuk penyandang disabilitas berat adalah mereka yang memiliki keterbatasan fisik, mental, intelektual atau sensorik dalam jangka waktu lama kedisabilitasinya sudah tidak dapat direhabilitasi, tidak dapat melakukan aktivitas kehidupannya sehari-hari dan/atau sepanjang hidupnya bergantung pada bantuan/pertolongan orang lain, tidak mampu menghidupi diri sendiri, serta tidak dapat berpartisipasi penuh dan efektif dalam masyarakat berdasarkan kesetaraan dengan yang lainnya (Sumber : Pedoman Pelaksanaan Pemberian Asistensi Sosial Bagi Penyandang Disabilitas Berat, 2015).
- d. Memiliki komponen kesejahteraan sosial untuk lanjut usia 70 tahun ke atas di dalam keluarga peserta PKH dengan kriteria:
 - 1) Lanjut usia berusia 70 tahun ke atas per 1 Januari pada tahun validasi.
 - 2) Lanjut usia berusia 70 tahun ke atas yang menjadi orang tua yang mengurus PKH.

2. Tujuan Program Keluarga Harapan

Dalam jangka pendek dana bantuan ini diharapkan mampu mengurangi beban pengeluaran rumah tangga (dampak konsumsi langsung), dan dalam jangka panjang merupakan investasi generasi masa depan yang lebih baik melalui peningkatan kesehatan dan pendidikan (dampak pengembangan modal manusia). Artinya, PKH diharapkan sebagai program yang mampu memutus rantai kemiskinan antar generasi. Adapun tujuan PKH dijelaskan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan taraf hidup Keluarga Penerima Manfaat melalui akses layanan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan social.
- b. Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan.
- c. Menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian Keluarga Penerima Manfaat dalam mengakses layanan kesehatan dan pendidikan serta kesejahteraan sosial.
- d. Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan.
- e. Mengenalkan manfaat produk dan jasa keuangan formal kepada Keluarga Penerima Manfaat.

3. Sasaran Program Keluarga Harapan

Sasaran PKH merupakan keluarga miskin dan rentan terdaftar dalam data terpadu program penanganan fakir miskin,

memiliki komponen kesehatan, pendidikan, dan/atau kesejahteraan social

Program Keluarga Harapan terdiri atas tiga komponen, yaitu:

- a. Komponen Kesehatan : Ibu hamil/ menyusui; dan anak berusia 0 (nol) sampai dengan 6 (enam) tahun.
- b. Komponen Pendidikan : anak SD/MI atau sederajat; anak SMP/MTs atau sederajat; anak SMA/MA atau sederajat; dan anak usia 6 sampai dengan 21 (dua puluh satu) tahun yang belum menyelesaikan wajib belajar 12 (dua belas) tahun.
- c. Komponen kesejahteraan sosial : lanjut usia 60 (enam puluh) tahun dan penyandang disabilitas berat.

4. Jumlah Yang Diterima

Penyaluran bantuan social PKH diberikan kepada KPM yang ditetapkan oleh Direktur Jendral Perlindungan dan Jaminan Sosial. Penyaluran bantuan diberikan empat tahap dalam 1 tahun, bantuan di berikan dengan ketentuan. Nilai bantuan merujuk Surat Keputusan Direktur Jendral Perlindungan dan Jaminan Sosial Nomor 26/LJS/12/2016 tanggal 27 Desember 2016 tentang Indeks dan Jaminan Sosial Nomor 26/LJS/12/2016 tanggal 27 Desember 2016 tentang indeks Bantuan Sosial Program Keluarga Harapan Tahun 2017. Komponen bantuan dan indeks bantuan PKH pada tahun 2017, sebagai berikut:

- Bantuan Sosial PKH Rp. 1.890.000,00/tahun
- Bantuan Lanjut Usia Rp. 2.000.000,00/tahun

- Bantuan Disabilitas Rp. 2.000.000,00/tahun

5. Mekanisme Penyaluran PKH

- a. Pembuatan rekening penerima bantuan.
- b. Sosialisasi dan edukasi.
- c. Distribusi Kartu Keluarga Sejahtera (KKS).
- d. Proses penyaluran bantuan sosial.
- e. Penarikan dana bantuan sosial.
- f. Rekonsiliasi hasil penyaluran bantuan.
- g. Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan penyaluran bantuan sosial.

6. Hak dan Kewajiban Peserta PKH

a. Hak Peserta PKH

- 1. Menerima bantuan sosial,
- 2. Pendampingan social
- 3. Pelayanan di fasilitas kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial; dan
- 4. Program bantuan komplementer di bidang pangan, kesehatan, pendidikan, subsidi energi, ekonomi, perumahan, aset kepemilikan tanah dan bangunan, dan pemenuhan kebutuhan dasar lainnya

b. Kewajiban Peserta PKH

Kewajiban Peserta PKH terdiri dari 4 hal yaitu :

- 1. Anggota keluarga memeriksakan kesehatan pada fasilitas pelayanan kesehatan sesuai dengan protokol

kesehatan bagi ibu hamil/ menyusui dan anak berusia 0 (nol) sampai dengan 6 (enam) tahun.

2. Anggota keluarga mengikuti kegiatan belajar dengan tingkat kehadiran paling sedikit 85% (delapan puluh lima persen) dari hari belajar efektif bagi anak usia sekolah wajib belajar 12 (dua belas) tahun; dan
3. Anggota keluarga mengikuti kegiatan di bidang kesejahteraan sosial sesuai kebutuhan bagi keluarga yang memiliki komponen lanjut usia mulai dari 60 (enam puluh) tahun dan/atau penyandang disabilitas berat.
4. KPM hadir dalam pertemuan kelompok atau Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2) setiap bulan. Berdasarkan kriteria komponen kewajiban peserta PKH adalah sebagai berikut:

- a. Komponen kesehatan:

Pada ibu hamil/ nifas, pemeriksaan kehamilan di faskes sebanyak minimal 4 kali selama masa kehamilan, melahirkan di fasilitas pelayanan kesehatan, pemeriksaan kesehatan ibu nifas 4 kali selama 42 hari setelah melahirkan; pada bayi usia 0-11 bulan: pemeriksaan kesehatan 3 kali dalam 1 bulan pertama, ASI Eksklusif selama 6 bulan pertama, imunisasi lengkap, penimbangan berat badan dan

pengukuran tinggi badan setiap bulan, mendapat suplemen vit. A satu kali pada usia 6-11 bulan, pemantauan perkembangan minimal 2 kali dalam setahun; Bayi usia 1-5 tahun: imunisasi tambahan, penimbangan berat badan setiap bulan, pengukuran tinggi badan minimal 2 kali dalam setahun, pemberian kapsul vit A 2 kali dalam setahun; usia 5-6 tahun: penimbangan berat badan, berat badan, dan pemantauan perkembangan minimal 2 kali dalam setahun.

- b. Komponen pendidikan(pada usia 6-21 tahun yang belum menyelesaikan pendidikan dasar (SD, SMP, SLTA) : terdaftar di sekolah/pendidikan kesetaraan, minimal 85% kehadiran di kelas.
- c. Komponen kesejahteraan sosial, meliputi penyandang disabilitas berat: pihak keluarga atau pengurus melayani, merawat, dan memastikan pemeriksaan kesehatan bagi penyandang disabilitas berat minimal 1 tahun sekali dengan menggunakan layanan home visit (tenaga kesehatan datang ke rumah KPM penyandang disabilitas berat) dan layanan home care (pengurus, memandikan, mengurus, dan merawat KPM PKH); pada lanjut usia

60 tahun ke atas: memastikan pemeriksaan kesehatan serta penggunaan layanan Puskesmas Santun Lanjut Usia, layana home care (pengurus mewarat, memandikan, dan mengurus KPM lanjut usia), dan day care (mengikuti kegiatan sosial di lingkungan tempat tinggal, lari pagi, senam sehat, dan lain sebagainya) bagi lanjut usia tersebut minimal 1 tahun sekali.

7. Sanksi-Sanksi

a. Bagi peserta PKH

Sanksi dalam hal penangguhan dan pembatalan diberlakukan apabila peserta PKH tidak memenuhi komitmen dengan ketentuan:

1. Tidak memenuhi komitmen kehadiran pada fasilitas layanan kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial sesuai dengan protokol yang berlaku di setiap fasilitas layanan secara rutin setiap bulannya berupa pengurangan nominal bantuan sebesar 10% pada setiap tahap penyaluran bantuan.
2. Jika tiga bulan berturut-turut seluruh anggota PKH tidak memenuhi komitmen kehadiran pada fasilitas layanan kesehatan dan/ atau pendidikan sesuai dengan protokol yang berlaku di setiap fasilitas layanan maka pengurangan

nominal bantuan sebesar 100% atau tidak mendapatkan bantuan akan tetapi masih menjadi peserta PKH.

3. Jika enam bulan berturut-turut seluruh anggota keluarga peserta PKH tidak memenuhi komitmen kehadiran pada fasilitas layanan kesehatan dan pendidikan sesuai dengan protokol yang berlaku di setiap fasilitas layanan, maka akan dikeluarkan dari kepesertaan PKH secara permanen meskipun masih memenuhi kriteria PKH.
 4. Khusus bagi daerah pengembangan yang infrastruktur pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial belum memadai maka penerapan sanksi akan dilakukan secara bertahap.
 5. Jika dalam tiga kali siklus penyaluran berturut-turut atau selama sembilan bulan peserta PKH tidak mengambil bantuan, maka dikeluarkan dari kepesertaan PKH.
 6. KM terbukti tidak memenuhi kriteria sebagai peserta PKH, maka dikeluarkan dari kepesertaan PKH.
 7. Peserta yang telah dikeluarkan kepesertaannya, tidak dapat diajukan kembali sebagai peserta PKH.
- b. Bagi Pendamping PKH
- Bagi pendamping yang KM didampinginya tidak memenuhi kondisionalitas akan diberikan sanksi dapat berupa:
1. Teguran secara lisan maupun tertulis.

2. Penundaan pembayaran honorarium.
3. Penghentian kontrak kerja.

B. Masyarakat

Pengertian Masyarakat adalah sejumlah besar orang yang tinggal dalam wilayah yang sama, relatif independent dan orang-orang diluar wilayah itu, dan memiliki budaya yang relatif sama.

Masyarakat desa akan menjadi masyarakat yang teratur bila semua kepentingan dipelihara dengan baik, dan bila semua kepentingan, baik umum maupun individual, diperhatikan secara seimbang oleh aparat desa. Dengan kata lain keadilan dalam kehidupan masyarakat dipraktekkan. Untuk mewujudkan kebutuhan dan tuntutan di massa yang akan datang, maka dalam pembangunan kesejahteraan rakyat, pemerintah dapat menempuh strategi bidang yang didasarkan pada perumusan kebijakan kependudukan yang diarahkan untuk pengendalian kualitas, peningkatan kualitas.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pemikiran peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Dalam kerangka penelitian ini peneliti menjelaskan masalah pokok penelitian yang bermaksud mengetahui Strategi Komunikasi Pendamping Kantor Desa Cukanggenteng dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan di Kecamatan Pasirjambu.

Kantor Desa merupakan suatu tempat dimana masyarakat dapat mengaspirasikan keperluan penduduk, maksud dari keperluan penduduk adalah pelayanan publik dan desa merupakan bagian organisasi terkecil dalam suatu Negara. Selanjutnya kantor desa tidak terlepas dari adanya Jenis-jenis Sosialisasi, dalam judul skripsi yang peneliti teliti adalah jenis Strategi Komunikasi Pendamping Kantor Desa Cukanggenteng Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan di Kecamatan Pasirjambu, Sasaran PKH merupakan keluarga miskin dan rentan terdaftar dalam data terpadu program penanganan fakir miskin, memiliki komponen kesehatan, pendidikan, dan/atau kesejahteraan sosial.

Maka dalam penelitian ingin mengetahui Strategi Komunikasi Pendamping Kantor Desa Cukanggenteng Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan di Kecamatan Pasirjambu kepada masyarakat untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi tersebut.

Untuk menganalisis permasalahan peneliti menggunakan teori dari Arifin keberhasilan Strategi Komunikasi ditentukan oleh karakteristik komunikator Sebagai berikut:

1. Menenal Khalayak
2. Menyusun Pesan
3. Menetapkan Metode
4. Seleksi Penggunaan media

Menurut Arifin (1994:58) dalam Buku Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas. Sebagai berikut :

“Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak dan sasaran.”

Melihat dari definisi diatas untuk melihat Strategi Komunikasi Kantor Desa Cukanggenteng Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan, peneliti memiliki fokus pada empat indikator yaitu:

- 1. Menenal Khalayak :** Menenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan. Berarti komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi khalayak secara tepat dan saksama.

2. **Menyusun Pesan** : Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian.

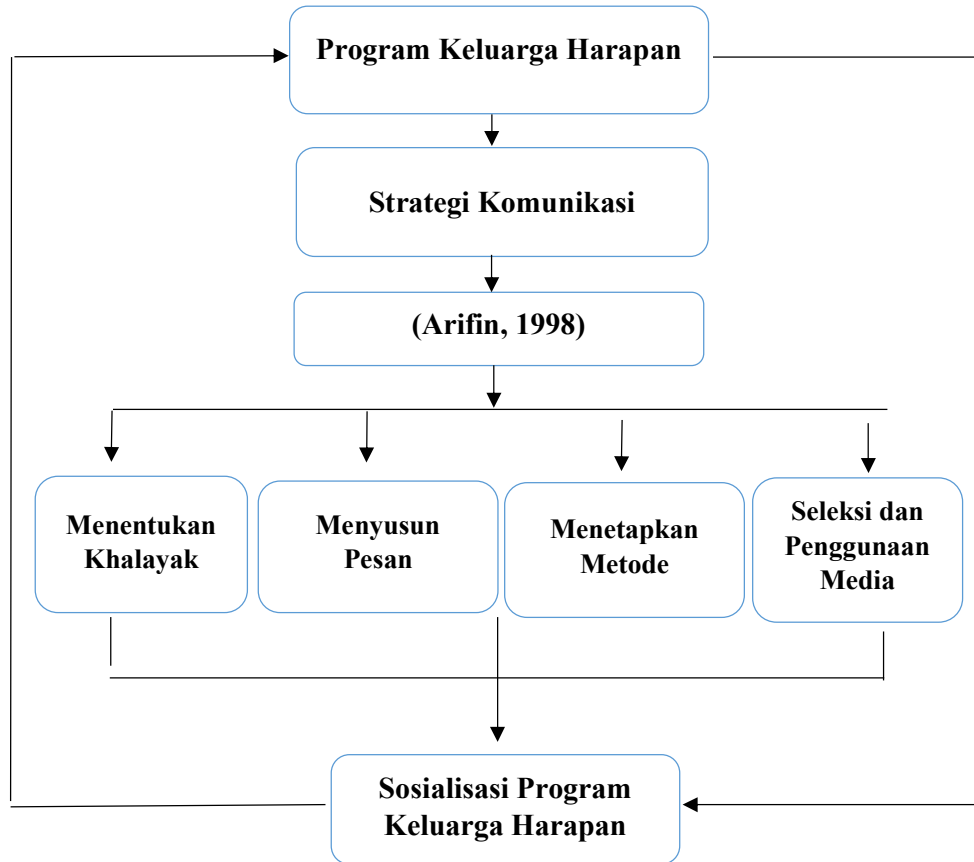
3. **Menetapkan Metode** : Seperti telah disinggung bahwa mencapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemampuan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka akan turut dipengaruhi oleh metode - metode penyampaiannya kepada sasaran. Dalam dunia komunikasi metode penyampaian/mempengaruhi 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 ini dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedang yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karena itu yang pertama (menurut cara pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode pengulangan dan metode penyediaan saluran. Sedang yang kedua (menurut bentuk isinya) dikenal metode informatif, persuasif, edukatif dan koersif.

4. **Seleksi Penggunaan Media** : Penggunaan medium sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat, dalam awal abad 21 adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Sebab selain media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak, juga dewasa ini rasanya kita tak dapat lagi hidup tanpa surat, radio, film, dan televisi. Semua alat itu telah menjadi alat komunikasi massa yang sejati selain berfungsi sebagai alat penyalur, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks. Selain kita harus berpikir

dalam jalinan faktor - faktor komunikasi juga hubungannya dengan situasi sosial- psikologis, harus diperhitungkan dikarenakan masing - masing medium tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan - kelemahan tersendiri sebagai alat.

Dari pemaparan yang telah dicantumkan diatas dapat digambarkan bahwa tahapan-tahapan model penelitian yang urutannya saling berkaitan sehingga menjadikan suatu informasi yang lebih efektif dan terstruktur seperti gambar dibawah ini :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber, Peneliti 2021