

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS TENAGA KERJA (DINASKER)
KOTA BANDUNG**

**(Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Kota
Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah
Pengangguran Masyarakat Kota Bandung)**

Prawiratama Aldri Guna

Komunikasi Konsentrasi Humas, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur No.112-116, Indonesia 40132

ABSTRACT

Communication Strategy Department Of Labor Bandung City

*(Descriptive Study of Communication Of Labor Department Bandung City Through
Program Job Fair In Solve Problem Unemployment Community Of Bandung City)*

The purpose of this research is to know and explain the Communication Strategy of Labor Department City at Job Fair program in solve problem unemployment community of Bandung City, the researcher uses subfokus Planning, Goals, Message and Media.

The method of this research use qualitative descriptive study. The research informants were 6 (six) persons, 2 key informants and 4 supporting informants selected by using purposive sampling technique. Research data obtained through in-depth interviews, non-participant observation, literature study, searching, and documentation. The data analysis techniques by collecting data, data reduction, presenting data, draw conclusions.

The result of the research shows that the Labor Department in the city of Bandung do communication strategy by determining the planning that involves the entire Department of Labor especially in the field of labor Placement and job market Information with stages of creating a frame of reference, evaluation, coordination meetings, inviting companies that need new labor to bring together with communities that need jobs. The aim to tackle the problem of unemployed society of bandung with bring together community who is looking for a job with a company that needs new labor. The message conveyed in the form of giving of information by way of socializing to people or companies who participated on the way or the rules applicable to the Exchange program of work. Media used in the form of social media/online (Twitter), (website), print media brochures, billboards, electronic communications and media radio.

Conclusion Research based on the results of research that the Program Exchange work done the Labor Department city of Bandung was carried out in accordance with the stages that have already planned what to expect though there are some flaws in the use of the media that is used at the time of the program in progress.

Suggestions: planning already done once implemented should again be used better by adding companies that participate and also went to communities directly at events such as acupuncture car free days to provides information on program job fair.

Keywords: Communication Strategy, Planning, Goals, Message, and Media

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung

Maksud penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung pada program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat kota Bandung, peneliti menggunakan subfokus **Perencanaan, Tujuan, Pesan dan Media**.

Metode Penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan Studi deskriptif. Informan penelitian berjumlah 6 (lima) orang, 2 informan kunci dan 4 informan pendukung yang dipilih dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan, studi pustaka, *internet searching*, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, menarik simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melakukan Strategi Komunikasi dengan menentukan **Perencanaan** yang melibatkan seluruh Dinas Tenaga Kerja khususnya di bidang Penempatan Tenaga Kerja dan Informasi Pasar Kerja dengan tahapan membuat kerangka acuan, evaluasi, rapat kordinasi, mengundang perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja baru untuk di pertemukan dengan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. **Tujuan** untuk mengatasi masalah pengangguran masyarakat kota Bandung dengan mempertemukan masyarakat yang sedang mencari pekerjaan dengan perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja baru. **Pesan** yang disampaikan berupa pemberian informasi dengan cara bersosialisasi kepada masyarakat ataupun perusahaan yang ikut berpartisipasi mengenai cara atau aturan yang berlaku pada program Bursa Kerja. **Media** yang digunakan berupa media sosial/online (*Twitter*), (*website*), media cetak brosur, baliho, dan media komunikasi elektronik yaitu radio.

Simpulan Penelitian berdasarkan hasil penelitian bahwa Program Bursa Kerja yang dilakukan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung ini dilakukan sesuai dengan tahapan-tahapan yang sudah direncanakan dengan apa yang diharapkan meskipun ada beberapa kekurangan dalam penggunaan pada media yang digunakan pada saat program berlangsung.

Saran : Perencanaan yang sudah dilakukan setelah dilaksanakan sebaiknya dilakukan lagi lebih baik dengan menambah perusahaan yang berpartisipasi dan juga mendantangi masyarakat secara langsung di acara-acara tertentu seperti car free day untuk memberikan informasi mengenai program Bursa Kerja.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Perencanaan, Tujuan, Pesan, Media

1. Latar Belakang

Strategi Komunikasi merupakan langkah awal yang dilakukan dalam mencapai tujuan, baik oleh individu, kelompok, dan juga organisasi. Dalam mencapai strategi komunikasi yang efektif harus di dasari oleh adanya unsur – unsur komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan dari instansi/organisasi itu sendiri sehingga tercapai tujuan dalam strategi komunikasi tersebut.

Strategi komunikasi itu sendiri sering kali digunakan oleh individu yang tergabung dalam kelompok atau organisasi untuk mencapai sebuah tujuan ataupun target agar mendapatkan hasil yang maksimal. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi.

Strategi komunikasi sangat di butuhkan oleh organisasi atau instansi agar tercapainya tujuan yang telah di targetkan oleh organisasi atau instansi. Contohnya adalah strategi yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja

Kota Bandung ini dalam mengatasi masalah pengangguran melalui program “Bursa Kerja”.

Tujuan dari pelayanan penempatan adalah mengatasi pengangguran.

Terkait dengan peningkatan jumlah pencari kerja yang terdaftar maka perlu adanya strategi komunikasi yang tepat dari Dinas Tenaga Kerja untuk memberikan pelayanan bagi para pencari kerja.

Strategi Dinas Tenaga Kerja untuk memudahkan para pencari kerja antara lain dalam hal pembuatan kartu angkatan kerja (kartu kuning), penyediaan informasi lapangan kerja, pengurusan jamsostek bagi para tenaga kerja, pendaftaran lowongan kerja, pemberian pelatihan dan keterampilan bagi calon tenaga kerja, dan perlindungan terhadap hak-hak pekerja serta menanggapi keluhan permasalahan yang dihadapi tenaga kerja.

Adanya program Bursa Kerja, penyampaian informasi mengenai kesempatan kerja semakin mudah di peroleh dan semakin memudahkan pencari kerja untuk mengirimkan lamaran pekerjaannya. Bursa kerja ini

merupakan salah satu upaya untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan mengingat amat kompleksnya masalah ketenagakerjaan, mulai dari meningkatnya jumlah angkatan kerja, pengangguran, penempatan tenaga kerja baik di dalam maupun di luar negeri, meningkatnya mobilitas penduduk usia produktif sampai rendahnya kualitas tenaga kerja.

Bursa kerja adalah pelayanan terhadap pencari kerja melalui penyuluhan dan penempatan tenaga kerja. Dinas Tenaga Kerja berusaha menjadi jembatan untuk mempermudah penyampaian informasi mengenai lapangan pekerjaan kepada pencari kerja. Adanya Bursa Kerja memberikan kesempatan dan memudahkan pencari kerja untuk mengirimkan lamaran pekerjaannya. Permasalahan ini ternyata tidak hanya ada di tingkat nasional namun juga ada di tingkat Provinsi/Kota salah satunya di Kota Bandung. Pada saat ini kota di Indonesia yang sedang paling pesat berkembang adalah Bandung, hal ini dapat dilihat bahwa Kota Bandung dalam beberapa waktu lalu selalu mencatatkan prestasi yang diberikan oleh banyak pihak tertentu.

Strategi komunikasi merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan dari Dinas Tenaga Kerja terutama dalam mengatasi masalah pengangguran melalui program “Bursa Kerja”. Bursa Kerja dipilih karena program ini sangat efektif dengan mempertemukan kedua belah pihak tersebut.

Berdasarkan hasil Wawancara dengan Dra. Sesy Febriany selaku Kepala Seksi Informasi Pasar Kerja Dinas Tenaga Kerja sebagai berikut:

“Bursa Kerja merupakan Perluasan Kesempatan Kerja yang mempertemukan antara perusahaan pengguna tenaga kerja dengan pencari kerja, kegiatan ini diadakan seperti sebuah pameran pasar kerja.” (Wawancara 20-Maret-2018)

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan yang akan diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut :

A. Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja (DISNAKER) Kota Bandung melalui program Bur

sa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung ?

B. Rumusan Masalah Mikro

Untuk menjawab rumusan makro diatas, maka peneliti menyusun masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan** Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung ?
2. Bagaimana **Tujuan** yang diinginkan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung ?
3. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung ?
4. Bagaimana **Media** yang digunakan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi

Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung ?

3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian adalah untuk mendeskripsikan, dan menjelaskan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung, yakni dimulai dari **Perencanaan, Tujuan, Pesan** dan **Media**.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Perencanaan** Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **Pesan** yang disampaikan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui **Tujuan** yang diinginkan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja mengatasi masalah

pengangguran masyarakat Kota Bandung.

4. Untuk mengetahui **Media** yang digunakan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung.

4. Kegunaan Penelitian

A. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian adalah untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan kegunaan teoritis secara khusus tentang komunikasi organisasi yang digunakan oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung.

B. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian bagi kegunaan praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi :

- **Bagi Peneliti**

Dijadikan sebagai salah satu pengalaman dan pengetahuan khususnya mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melal

ui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung. sehingga peneliti dapat memahami proses dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi.

- **Bagi Universitas**

Penelitian ini dapat digunakan oleh para akademisi sebagai referensi dan acuan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, baik itu bagi akademisi di bidang ilmu komunikasi khususnya, atau bagi akademisi disiplin ilmu sosial pada umumnya. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi Program Studi Ilmu Komunikasi maupun bagi Universitas.

- **Bagi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung**

Penelitian ini secara praktis berguna sebagai referensi, informasi, dan evaluasi bagi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung (DISNAKER) mengenai mengatasi masalah pengangguran Kota Bandung dimana program tersebut sebagai salah satu strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung (DISNAKER).

- **Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, referensi terkait dengan Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung.

5. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama	Universitas	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini
Fitri Juliyanti	UNIKOM (2015)	Strategi Komunikasi Corporate Communication	Deskriptif, Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan	Perbedaan sendiri Fitri, lebih memfokuskan tentang strategi
		<i>Journalist</i> Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin.		PT. Bio Farma (Persero) Melalui Program <i>School Of Vaccine For Journalist</i> dalam memotivasi jurnalis untuk menulis vaksin adalah dengan membuat program dimana jurnalis diberikan pengertian yang ringan mengenai vaksin dan teknologinya.	menulis artikel vaksin. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih memfokuskan tentang bagaimana cara mengatasi masalah pengangguran DISNAKER Kota Bandung.
Raka Rahmat R.	UNIKOM (2016)	Strategi Komunikasi Kegiatan <i>Plant Tour</i> Oleh Departemen	Deskriptif, Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa rancangan tujuan adanya	Perbedaan Raka Rahmat R. lebih memfokuskan tentang strategi komunikasi

		Komunikasi Korport PT. Pindad (Persero) Bandung.		komunikator sebagai kemudahan proses komunikasi dengan pemilihan yang langsung oleh sub departemen protokoler dilakukan oleh klasifikasi seorang komunikator harus bersikap terbuka, ramah, memiliki daya tarik serta kompetensi harus menguasai bidang industri, pandai melakukan pendekatan	dalam kegiatan <i>Plant Tour</i> oleh Departemen Komunikasi Korport PT Pindad (Persero) Bandung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih memfokuskan tentang bagaimana cara mengatasi masalah pengangguran DISNAKER Kota Bandung.
--	--	--	--	---	---

				dengan mengenalkan diri serta memiliki cara penyampaian yang melakukan komunikasi dua arah.	
Ardis Tri Sulistia wati	UNPAD (2014)	Strategi Komunikasi Korporat dalam meningkatkan <i>employee engagement</i> di PT. Carrefour Indonesia.	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa divisi komunikasi korporat PT Carrefour Indonesia terutama internal komunikasi harus menunjukkan eksistensinya di dalam	Penelitian Ardis lebih kepada bagaimana strategi komunikasi internal perusahaan dapat meningkatkan ikatan antara karyawan menjadi lebih baik,

				perusahaan serta ditambah dengan banyaknya kesimpangsiuran informasi dari manajemen kepada karyawan (<i>associate</i>). Konsep strategi dengan menambah saluran komunikasi internal dan juga strategi <i>more listening</i> dari pihak manajemen kepada karyawan	dalam penelitian ini lebih mengarah kepada bagaimana strategi komunikasi dapat memotivasi jurnalis untuk menulis artikel vaksin dengan sebuah program.
--	--	--	--	--	--

				menjadi hal yang akan dilakukan dalam setiap kegiatan.	
--	--	--	--	--	--

Sumber : Data Peneliti 2018

6. Desain Penelitian

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi di lapangan secara langsung dan dengan mengumpulkan data sebanyak mungkin. Penelitian ini bukan ditentukan oleh banyaknya populasi. Apabila data yang sudah terkumpul dirasa cukup dengan kebutuhan dan sudah dapat menjelaskan fenomena yang ada, maka tidak diperlukan untuk mencari sampling lainnya.

Metode yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan *design* deskriptif.

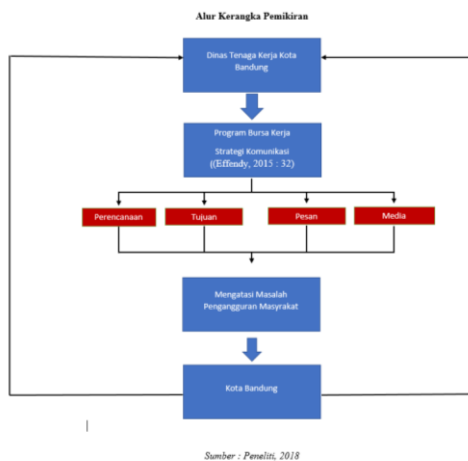
7. Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang memiliki kredibilitas yang digunakan atau diperbantukan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi mengenai penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena memilih

an informan penelitian didasari oleh kebutuhan peneliti dalam melaksanakan penelitian tersebut.

Kerangka pemikiran

Model Alur Kerangka Pemikiran



Pemilihan informan terbagi menjadi informan kunci dan informan pendukung. Pemilihan informan dalam penelitian ini, diperoleh dengan melakukan kegiatan wawancara yang dilakukan terhadap 6 informan, diantaranya yaitu Kepala Bidang Penempatan Tenaga Kerja, Kepala Seksi Informasi Pasar Kerja, kemudian 4 lainnya yakni 2 dari masyarakat dan 2 dari perusahaan yang berpartisipasi di program Bursa Kerja.

Data Informan Penelitian Kunci

No	Nama	Jabatan
----	------	---------

1	Marsana, SH. M.Hum	Kepala Bidang Penempatan Tenaga Kerja
2	Dra. Sesy Febriani	Kepala Seksi Informasi Pasar Kerja

Data Informan Penelitian Pendukung

No	Nama	Keterangan
1	Eka Priatna	Masyarakat
2	Anggriani Dwinur	Masyarakat
3	Desman Nulhakim	Perusahaan
4	Irvan Irawan	Perusahaan

8. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi penelitian

Peneliti melakukan observasi di Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung. Penelitian yang dilakukan terfokus kepada satu Instansi/Organisasi.

Alamat : Jl. R.A.A. Marta Negara No.4, Turangga, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264

Telepon : (022) 7313130

Mail:disnaker@bandung.go.id

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, terhitung Maret sampai Agustus 2018

9. Hasil dan Pembahasan

A. Perencanaan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung

Perencanaan yang ingin dicapai berguna untuk mengetahui apa yang harus dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja kota Bandung dalam program Bursa Kerja.

Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung bertanggung jawab untuk melakukan perencanaan agar program Bursa Kerja tersebut dapat berjalan dengan baik agar memberikan wawasan dan informasi seputar pekerjaan dan mempertemukan pencari kerja serta penyedia tenaga kerja, dengan perencanaan yang sudah dibuat sejak awal dari program tersebut.

Pertama perencanaan yang dibuat oleh Dinas Tenaga Kerja dimulai dengan tahap pembuatan kerangka acuan program Bursa Kerja, setelah pembuatan kerangka acuan, pihak Dinas melakukan evaluasi dengan tim Bidang Ketenagakerja dan Penempatan Tenaga Kerja, dalam evaluasi tersebut disimpulkan bahwa Dinas Tenaga Kerja akan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja baru dalam penyelenggaraan program Bursa Kerja.

Pemilihan perusahaan-perusahaan diputuskan melalui serangkaian mekanisme selama proses evaluasi berlangsung, dengan melakukan pendataan yang menyeluruh sehingga dapat menyimpulkan bahwa perusahaan tersebut dinyatakan bisa terlibat secara langsung dalam program Bursa Kerja.

B. Tujuan yang diinginkan oleh Dinas Tenaga Kerja melalui Program Bursa Kerja dalam Mengatasi Masalah Pengangguran Masyarakat Kota Bandung

Tujuan program Bursa Kerja memberikan informasi terkait pasar kerja haruslah di buat secara operasional sehingga tujuan dapat diukur tingkat keberhasilannya.

Pada saat observasi peneliti mengamati bahwa program Bursa Kerja di latar belakang dengan pengangguran masyarakat semakin banyak, lalu cara mengatasinya salah satunya melalui program ini, yang bermaksud untuk membantu penyerapan tenaga kerja secara langsung kepada masyarakat.

Dalam menjalankan tugasnya pihak Dinas Tenaga Kerja tentu memiliki cara-cara untuk mencapai tujuan keberhasilan. Salah satu diantaranya dengan melakukan sosialisasi, dengan adanya sosialisasi pihak Dinas Tenaga Kerja memberikan kemudahan kepada masyarakat khususnya para pencari kerja yang hadir ke program bursa kerja tersebut, contohnya dengan memberikan informasi mengenai maksud dan tujuan penyelenggaraan Bursa Kerja, sehingga pencari kerja memahami arti penting Bursa Kerja dan diharapkan dapat mempersiapkan diri, baik

dalam hal administrasi lamaran maupun penampilan diri dan siap untuk bekerja.

Adanya alasan dalam membuat tujuan, tentunya akan menjadi salah satu bagian dalam tujuan yang kuat untuk mendukung program bursa kerja ini. Hal tersebut dilakukan dengan melihat dari berbagai sudut pandang agar program berjalan dengan apa yang diharapkan.

Tujuan yang ada dalam program Bursa Kerja yang diselenggarakan oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung ini dapat dinilai cukup baik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, dengan cara pencapaian tujuan itu sendiri.

C. Pesan yang disampaikan Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung melalui Program Bursa Kerja dalam mengatasi masalah pengangguran masyarakat Kota Bandung

Pesan yang disampaikan adapun menurut analisa peneliti pesan disampaikan secara langsung terutama pada program bursa kerja, dimana pesan tersebut berfungsi untuk penyerapan tenaga kerja ke

pada masyarakat yang membutuhkan pekerjaan dan perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja, pada program bursa kerja tersebut. Akan tetapi perusahaan juga wajib mengikuti prosedur yang ditetapkan, seperti program dari pemerintah, setiap perusahaan wajib menerima 1% penyandang disabilitas. Hal ini sebelumnya telah disampaikan pada saat acara ini belum berlangsung, pesan yang disampaikan agar acara program bursa kerja ini terkesan lebih menarik dan terbuka untuk siapa saja.

Tujuan pesan sendiri sudah sangat jelas dibuat dengan matang dan tertuju sesuai dengan rencannya, sehingga mereka saat nantinya menyampaikan tidak akan ada rasa ragu dan dijelaskan dengan sangat baik sehingga para masyarakat khususnya para pencari kerja dan perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja bisa menangkap informasi-informasi penting sesuai dari yang peneliti lihat di lapangan.

Isi pesan tentunya menjadi tanggung jawab dari pada yang dilakukan Dinas Tenaga Kerja

Kota Bandung itu sendiri harus konsisten dan tidak melenceng terus menekankan mengenai pesan-pesan yang harus disampaikan yaitu pada program bursa kerja, isi pesan itu dibuat oleh pihak Dinas Tenaga Kerja demi kelancaran acara program tersebut dan memberitahukan kepada perusahaan-perusahaan yang terlibat bahwa setiap perusahaan wajib menerima setiap 1% nya penyandang disabilitas.

D. Penggunaan Media Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung Melalui Program Bursa Kerja Dalam Mengatasi Masalah Pengangguran masyarakat Kota Bandung

Dalam hal ini tentunya ada alasan memilih media yang digunakan dalam program Bursa Kerja karena dalam pemilihan media harus diperhitungkan dengan tepat disesuaikan berkaitan dengan target sasarannya dan tujuan yang diinginkan.

Memaksimalkan rancangan media dilakukan sesuai dengan apa yang menjadi sasarannya. Media yang digunakan pada saat program

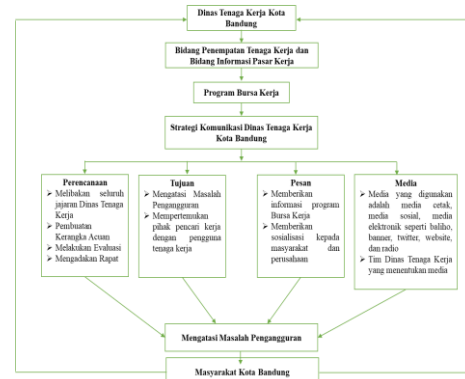
Bursa Kerja kepada pihak masyarakat dan pihak perusahaan tentu untuk menghubungkan pada saat program kegiatan Bursa Kerja berlangsung. Seperti Banner dibelakang MC, lalu disekitar pintu masuk.

Pemilihan media tambahan seperti media lainnya yaitu baliho, radio, *twitter*, *website* terpampang pada saat sebelum program Bursa Kerja diselenggarakan yang tujuannya memberikan informasi seputar program Bursa Kerja yang akan diselenggarakan.

10. Model Hasil Penelitian

Dari apa yang peneliti lihat di lapangan perencanaan tersebut dilakukan dengan baik walaupun belum sepenuhnya berjalan dengan lancar menyesuaikan kondisi yang ada dilapangan, Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung memiliki tahapan perencanaan yang baik dalam pembentukan strategi Komunikasi, terlebih dari proses penyampaian pesan yang dilakukan dengan memberikan informasi secara efektif dan penyampaian informasi.

Dalam hasil pandangan peneliti berdasarkan empat rancangan komponen dalam strategi komunikasi tersebut yang masing-masing memiliki model tentunya bermuara pada model akhir yaitu sebuah model keseluruhan strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Tenaga Kerja sebagai berikut :



11. Saran Bagi Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung

A. Perencanaan yang sudah dilakukan setelah dilaksanakan sebaiknya dilakukan lagi lebih baik dengan menambah perusahaan-perusahaan yang berpartisipasi dan mendatangi masyarakat secara langsung pada acara-acara tertentu seperti *car free day* untuk memberikan informasi tentang program bursa kerja.

- B. Perlu ditingkatkan banyaknya Media pada saat Bursa Kerja seperti *digital big screen*, papan informasi dan yang lainnya agar dapat mempermudah masyarakat dalam mencari pekerjaan.
- C. Dalam menentukan tempat harus dapat memhandle seluruh masyarakat yang datang, tidak terjadi lagi antrian panjang yang berdesak-desakan.

12. Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2004.
Strategi Komunikasi. Bandung : Armindo.
- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya Lukiati Komala. 2005.
Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan H.M, 2007;
Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu social, Jakarta
- Cangra, Hafied. 2014.
Perencanaan Dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Effendi, Onong Uchjana. 2003.
Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2008.
Dinamika Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2015.
Ilmu, Teori Komunikasi dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rodaskarya
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana
- Prenada Media Group, 2008.
- Moleong, Lexy J. 2007;
Metodologi Penelitian Kualitatif . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Moss, Sylvia dan Tubbs, L. Stewart. (2000).
Human Communication : Prinsip – Prinsip Dasar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Pace, R. Wayne & Don F. Faules. 1993.
Komunikasi Organisasi:

*Strategi Meningkatkan Kinerja
Perusahaan.* Bandung

Analisis dan Aplikasi. Jakarta :
Salemba Humanika

Rakhmat, Jalaludin. 2012.
Metode Penelitian Komunikasi.
Bandung : PT.
Remaja Rosdakarya

_____ 2012.
Psikologi Komunikasi. Bandung
: PT. Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode
Penelitian PR dan Komunikasi.*
Jakarta : PT. Raja Grafindo
Persada.

Solihat, Manap, Melly Maulin,
Olih solihin. 2014. *Interpersonal
Skill.* Bandung : Mujahid Press

Sadono, Sukirno. 2010.
Makroekonomi.
Teori Pengantar. Edisi Ketiga.
PT. Raja Grafindo Persada.
Jakarta.

Sugiyono, 2010. *Memahami
Penelitian Kuantitatif dan Kual
itatif.* Bandung : Alfabeta

West Richard, Turner, Lynn H.
2008.
Pengantar Teori Komunikasi