

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kartu tanda penduduk (KTP) merupakan suatu dokumen kependudukan yang wajib dimiliki oleh setiap warga Negara RI yang berumur 17 tahun keatas atau penduduk yang pernah menikah walaupun umurnya masih dibawah 17 tahun. Oleh karenanya seluruh warga Negara Indonesia harus mendaftarkan diri di instansi yang menangani masalah Administrasi Kependudukan, sehingga dengan terdaftarnya seseorang maka akan tercantumlah namanya didalam kartu keluarga yang merupakan dokumen awal bagi seseorang untuk memperoleh dokumen-dokumen kependudukan lainnya, seperti Akta kelahiran, KTP dan lain sebagainya.

Semula penerbitan KTP dilakukan oleh setiap Kecamatan yang diawali dengan menerbitkan Kartu Keluarga (KK). Setiap kepala keluarga wajib melaporkan peristiwa-peristiwa kependudukan seperti kelahiran, pindah masuk maupun keluar, perkawinan dan kematian. Dengan demikian setiap perubahan keadaan kependudukan akan dapat terpantau dan dengan demikian data kependudukan akan lebih akurat dan akan tercatat sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Seiring dengan perkembangan zaman dan dituntut oleh kondisi, institusi yang menangani Administrasi kependudukan beralih dari kecamatan kepada

instansi di tingkat Kabupaten/Kota. Umumnya instansi di Kabupaten/Kota yang mengambil alih pengelolaan Administrasi kependudukan dibentuk oleh Pemda masing-masing setingkat Dinas yang diberi nama Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dan dipimpin oleh pejabat setingkat eselon II. Penetapan atau pembentukan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil diatur melalui Undang-Undang maupun peraturan-peraturan lainnya yang keputusan menetapkan Dinas ini ditetapkan melalui Peraturan Daerah dan Surat Keputusan Bupati/Walikota setempat.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan sebagian dari Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang membantu Bupati/Walikota dibidangnya masing-masing dan bertanggung jawab langsung kepada Bupati/Walikota. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil hanya menangani bidang Administrasi Kependudukan.

Sebelum diambil alih oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil sesuai dengan amanat Peraturan Daerah (Perda) yang diterbitkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Kecamatan hanya menangani sebagian dari fungsi Administrasi kependudukan yakni hanya menerbitkan Kartu Keluarga (KK), KTP dan rekomendasi surat pindah penduduk, sementara fungsi-fungsi administrasi kependudukan lainnya yang terkait dengan pencatatan sipil seperti pencatatan perkawinan non muslim, penerbitan akta kelahiran penduduk, surat keterangan kematian dan lain sebagainya ditangani oleh instansi ditingkat kabupaten, yang kita kenal dengan Kantor Catatan Sipil dan dipimpin oleh pejabat struktural setingkat eselon III/a. Di kabupaten Bungo peralihan pengelola

administrasi kependudukan dari kecamatan dan kantor pencatatan sipil Kabupaten kepada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil baru dilakukan pada tahun 2008. Dasar hukum peralihan tersebut adalah Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2008 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Bungo Tahun 2008 Nomor 4). Terakhir Peraturan Daerah tersebut diperbaharui dan ditindak lanjuti dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bungo Nomor 2 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Administrasi Kependudukan (Lembaran Daerah Kabupaten Bungo tahun 2010 nomor 2).

Dalam perkembangannya Kartu Tanda Penduduk (KTP) konvensional yang diterbitkan secara lokal oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) masing-masing Kabupaten/Kota, terhitung sejak tahun 2011 dimana persiapan awalnya telah dimulai sejak tahun 2008, ditingkatkan menjadi KTP Elektronik (e-KTP) yang diterbitkan secara nasional dipusat, Kementerian Dalam Negeri RI tepatnya di Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil.

KTP Elektronik (e-KTP) adalah dokumen kependudukan yang memuat sistem keamanan / pengendalian baik dari sisi administrasi ataupun teknologi informasi dengan berbasis pada database kependudukan nasional.

Setiap Penduduk hanya diperbolehkan memiliki 1 (satu) KTP yang tercantum Nomor Induk Kependudukan (NIK). NIK merupakan identitas tunggal setiap penduduk dan berlaku seumur hidup.

Adapun tujuan dan manfaat e-KTP dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Identitas jati diri tunggal
2. Tidak dapat dipalsukan.
3. Tidak dapat digandakan.
4. Dapat dipakai sebagai kartu suara dalam pemilu atau pilkada.

Sebagaimana kita ketahui bahwa pada tahun 2008, pemerintah pusat melalui Kementerian Dalam Negeri RI mencanangkan program strategis yang dikenal dengan Program Strategis Nasional Bidang Kependudukan . Ada 3 (tiga) program Strategis Nasional Bidang Kependudukan yakni:

1. Pemutakhiran data penduduk
2. Penerbitan Nomor Induk Kependudukan (NIK)
3. Penerapan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP)

Salah satu program strategis nasional tersebut adalah penerapan e-KTP. Program penerapan e-KTP diawali dengan 2 program lainnya yakni pemutakhiran data penduduk dan penerbitan Nomor Induk Kependudukan . Tiga program tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

Semua penduduk Indonesia harus terdaftar pada database kependudukan yang untuk kemudian diberi Nomor Induk Kependudukan.

Sebagaimana disebutkan diatas bahwa setiap penduduk yang sudah berumur 17 tahun keatas atau penduduk yang pernah menikah sekalipun umurnya masih dibawah 17 tahun diwajibkan memiliki KTP, kelompok ini disebut dengan kelompok wajib KTP.

Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional Tahun 2007 Kabupaten Bungo, jumlah penduduk Kabupaten Bungo berjumlah 257.087 jiwa. Dari jumlah tersebut yang wajib KTP berjumlah 192.815 jiwa. Sementara yang memiliki KTP hanya lebih kurang berjumlah 106.048 jiwa atau hanya 55% saja. (sumber buku laporan tahunan Dinas kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo)

Dengan demikian dapat dikatakan pada saat itu pelaksanaan program pelayanan penerbitan KTP belum memberikan hasil yang optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala antara lain rendahnya tingkat kesadaran masyarakat, karena program sosialisasi tidak dilakukan secara menyebar, terutama bagi kecamatan-kecamatan yang jangkauannya terasa jauh. (Wawancara langsung dengan Bapak Drs. H. Abd. Wahab Kabid pengelolaan informasi Dinas kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo 11 desember 2012)

Oleh karena itulah, terkait dengan pelaksanaan penerapan e-KTP yang diterapkan secara nasional diseluruh wilayah Republik Indonesia dan harus sudah selesai perekaman data penduduknya pada akhir tahun 2012, berdasarkan pengalaman masa lalu maka Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo benar-benar mempersiapkan diri dengan merancang dan menyusun program kerjanya untuk menyosialisasikan program e-KTP diseluruh kecamatan bahkan

sampai kedusun-dusun (desa). Hal ini penting untuk menyampaikan informasi dan menyadarkan masyarakat, khususnya bagi masyarakat kelompok wajib KTP.

Kabupaten Bungo yang terdiri dari 17 (tujuh belas) wilayah kecamatan dengan 124 dusun/kelurahan memang terasa berat untuk melakukan program, namun dengan prinsip kesungguhan hal tersebut tidak merupakan kendala yang berarti bagi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo didalam melaksanakan programnya, terutama yang banyak berkaitan dengan program menyosialisasikan pelaksanaan e-KTP, penyuluhan kepada masyarakat khususnya kelompok wajib KTP.

Untuk dapat memberi informasi yang lebih rinci mengenai jumlah penduduk Kabupaten Bungo dan jumlah wajib KTP Kabupaten Bungo dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1. Sebaran jumlah Penduduk Kabupaten Bungo dan jumlah wajib KTP

Kabupaten Bungo

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Wajib KTP
1	Tanah Tumbuh	16.634	11.625
2	Rantau Pandan	9.937	6.645
3	Pasar Muara Bungo	26.436	18.445
4	Jujuhan	18.041	11.955
5	Tanah Sepenggal	22.604	15.137
6	Pelepat	29.228	19.514
7	Limbur Lubuk Lengkuang	15.315	10.344
8	Muko-muko Bathin VII	13.157	8.733
9	Pelepat Ilir	47.504	33.219
10	Bathin II Bebeko	12.973	8.803
11	Bathin III	22.140	15.119
12	Bungo Dani	26.962	18.595
13	Rimbo Tengah	26.859	18.415
14	Bathin III Ulu	8.746	5.682
15	Bathin II Pelayang	8.062	5.396
16	Tanah Sepenggal Lintas	23.237	16.027
17	Jujuhan Ilir	10.797	7.802
J u m l a h		338.632	231.456

Sumber : Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo.

Data di atas memperlihatkan jumlah penduduk dan wajib KTP di setiap Kecamatan. Berdasarkan data terakhir, Oktober 2012 penduduk Kabupaten Bungo berjumlah 338.632 jiwa dengan jumlah wajib KTP sebanyak 231.456 jiwa atau sebesar 68,35 % dari jumlah penduduk. Ini menjadi tugas pokok Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil untuk melaksanakan strategi komunikasi dalam Program Pemerintahan berupa e-KTP. Tujuan strategi komunikasi tersebut seperti Mengedukate masyarakat tentang e-KTP, mengenal karakter audien, awareness, promosi e-KTP dan menjelaskan manfaat e-KTP kepada masyarakat.

Strategi komunikasi ini sangat penting dilakukan agar program yang dikerjakan Dinas kependudukan dan Pencatatan Sipil berjalan sesuai rencana mengingat pada tahun 2007 yang lalu, masyarakat wajib KTP yang benar-benar mengurus kewajibannya untuk memiliki KTP hanya 55% saja. Artinya tingkat kesadaran masyarakat saat itu sangatlah rendah. Hal ini dipacu oleh rendahnya upaya yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo didalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Hal ini lah yang mendorong Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil gencar melakukan sosialisasi untuk mensukseskan program Administrasi Kependudukan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam Menyosialisasikan “e-KTP”, untuk mendukung Program Strategis Nasional dibidang kependudukan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bungo Nomor 2 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Administrasi Kependudukan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam menyosialisasikan program e-KTP.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menyosialisasikan program e-KTP yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kajian kehumasan.
- b) Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi atau rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama.

### **2. Manfaat Praktis**

- a) Bagi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dapat menjadikan bahan evaluasi sekaligus koreksi mengenai strategi komunikasi yang seharusnya dilakukan dalam menyosialisasikan program-program kerja dimasa-masa yang akan datang.
- b) Bagi Peneliti  
Secara teoritis dapat menambah pengetahuan dan bahan pembelajaran tentang strategi komunikasi khususnya dalam menyosialisasikan program e-KTP yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo.

## **E. Kajian Teori**

Dalam melakukan suatu penelitian ilmiah pada dasarnya kajian teori akan menggambarkan hasil dari penelitian yang akan dilakukan. Dimana kajian teori disusun berdasarkan latar belakang permasalahan. Berdasarkan judul yang sudah penulis sebutkan di atas penelitian ini akan menggunakan kajian teori, yakni suatu penjelasan tentang Strategi Komunikasi. Dari kajian tersebut diharapkan acuan peneliti untuk menjelaskan isi dari karya ilmiah dalam penelitian ini.

### **E.1. Strategi Komunikasi**

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku “Dinamika Komunikasi” bahwa para ahli komunikasi terutama di Negara-negara yang sedang berkembang dalam tahun-tahun terakhir ini menumpahkan perhatiannya yang besar terhadap *strategi komunikasi* (communication strategy), dalam hubungannya dengan penggiatan pembangunan nasional di Negara masing-masing.

Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting untuk ditujukan kepada strategi komunikasi ini, karena berhasil-tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi, media massa yang semakin modern, yang kini banyak dipergunakan di Negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudahnya dioperasionalkan, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Dengan demikian, strategi komunikasi, baik *secara makro* (planned multi media strategy) maupun *secara mikro* (single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda (Onong , 2004:28):

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

Selanjutnya Masih menurut Onong Uchjana dalam bukunya yang berjudul “ilmu komunikasi: Teori, dan Praktek” menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis haru dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi”. (Onong, 1984:32)

Sedangkan menurut Menurut Anwar Arifin dalam bukunya “Strategi Komunikasi” menyatakan bahwa: sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektifitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk

menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat (Anwar Arifin, 1984:10)

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Untuk mewujudkan strategi yang sesuai dan tepat haruslah dilakukan dengan pemikiran yang diambil berdasarkan keputusan bersama dalam sebuah instansi. Hal ini sangat berguna mengingat suatu strategi merupakan suatu yang akan dicapai atas kesepakatan bersama dalam pencapaian hasil yang maksimal. Dalam membuat suatu program kegiatan ataupun melakukan suatu hal yang merujuk pada ketentuan kebijakan, penggunaan strategi merupakan hal yang sangat tepat sebelum melaksanakan kegiatan ataupun hal yang berguna bagi kegiatan tersebut.

Agar dapat mencapai sesuatu yang diinginkan, setiap manusia harus mempunyai cara dan melewati langkah-langkah tertentu untuk dapat mencapainya. Cara dan langkah-langkah inilah yang sering kita sebut dengan strategi .

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan perencanaan yang dibuat secara mendetail sebagai rencana jangka panjang yang nantinya akan dijalankan oleh sebuah perusahaan atau organisasi, yang didalamnya terdapat rencana teknis dan langkah apa saja yang akan dijalankan didalam suatu perusahaan atau organisasi, sehingga dapat menjadi acuan institusi dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Setiap Lembaga/Badan atau instansi membutuhkan strategi, untuk mendukung berjalannya suatu program atau suatu kegiatan. Dalam menggunakan strategi haruslah sesuai dengan program yang akan di jalankan, agar nantinya lebih efektif dalam pelaksanaan program. Penetapan strategi yang digunakan dalam suatu program atau suatu kegiatan didalam sebuah Lembaga/Badan atau instansi tertentu haruslah di mantapkan dan sesuai dengan kapasitas, agar nantinya tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan program atau kegiatan tersebut.

Strategi akan berjalan efektif jika ada proses komunikasi yang efektif. Komunikasi menurut Dunham, Davis & Newstroms, dalam buku perilaku organisasi (Muchlas,2008:27):

“Komunikasi merupakan pemindahan informasi yang bisa dimegerti dari suatu orang atau kelompok kepada orang atau kelompok lain”.

Berdasarkan pengertian diatas komunikasi tidak akan pernah terjadi apabila tidak ada orang yang menyampaikan informasi dan ada penerima informasi yang disampaikan oleh penyampai informasi. Siapapun yang terlibat dalam jalur komunikasi ini dapat meningkatkan ataupun menggagu proses terjadinya komunikasi, hal tersebut dapat di lihat dari sudut ketepatan dan efisiensi secara keseluruhan. Bagian tersebut akan fokus pada fungsi-fungsi komunikasi secara umum dan isu-isu besar yang kritis untuk komunikasi efektif seperti pada hambatan yang terjadi dalam komunikasi, saluran fisik yang diperlukan untuk menyampaikan pesan, dan dampak komunikasi pada kepuasan.

Pentingnya komunikasi dalam organisai atau perusahaan dapat di lihat dari beberapa elemen yang mndukung terjadinya proses komunikasi, hal tersebut seperti yang ada di buku *Effective Public Relations* (cutlip.dkk, 2006:227-233) antara lain:

1. Pengirim (sender): Orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan: Sesuatu yang di sampaikan pengirim kepada penerima.
3. Medium atau saluran: Sarana yang digunakan untuk menghubungkan pesan yang disampaikan dari pengirim ke penerima.
4. Penerima: Orang yang menjadi sasaran dari pengirim pesan.
5. Konteks hubungan (Efek): Perilaku yang mempengaruhi proses terjadinya komunikasi.
6. Lingkungan sosial: Sistem sosial yang mencakup semua masyarakat.

Dalam komunikasi, elemen-elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain. Antara elemen satu dengan yang lainnya saling bergantung, artinya tanpa keikutsertaan satu elemen akan mempengaruhi jalannya komunikasi. Apabila pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima mendapatkan tanggapan yang positif berarti proses komunikasi dapat dikatakan berhasil.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rancangan yang dibuat secara detail untuk perencanaan jangka panjang dari hal-hal yang sifatnya umum hingga khusus yang akan dijalankan oleh suatu Lembaga/ Badan atau Instansi, dari hal semuanya mencakup rencana manajemen institusi yang akan dijalankan dan tahapan-tahapan proses komunikasi yang akan dijalankan suatu Lembaga/ Badan institusi lainnya. Sehingga nanti dapat mempermudah institusi atau sebuah Lembaga dalam mencapai tujuan yang diinginkan karena telah terencana dan terstruktur dengan baik.

Perencanaan adalah suatu proses kegiatan persiapan yang sadar dan sistematis untuk penyusunan kebijakan yang konsisten menuju tercapainya suatu tujuan. Perencanaan adalah kegiatan yang sistematis yaitu kegiatan yang direncanakan yang mengandung serangkaian pertahapan-tahapan yang saling berkaitan satu dengan yang lain. Proses perencanaan untuk menghasilkan suatu rencana atau rencana-rencana dapat dilihat dari beberapa sisi penting, yaitu dari sisi jangka waktu, manfaat rencana serta dari sisi fungsinya, yaitu dari sisi strategis dan operasionalnya. Sedangkan perencanaan komunikasi adalah penggunaan secara terencana dan terkondisi dari berbagai metode komunikasi dalam upaya pemecahan suatu masalah. (Husein, 2002: 16)

Beberapa tahapan dalam penyusunan strategi komunikasi berdasarkan teori-teori yang disebutkan antara lain:

### 1. Pengenalan Situasi

Dalam penyusunan program, suatu organisasi atau instansi haruslah melakukan analisis situasi untuk memperoleh informasi, guna untuk mengetahui situasi yang akan menjadi sasaran program. Setelah informasi diperoleh langkah selanjutnya adalah pengelompokan informasi-informasi yang telah di peroleh. Pengelompokan tersebut akan menjadi patokan untuk tahapan selanjutnya. Metode yang sering digunakan oleh para praktisi humas salah satunya adalah pengumuman pendapat atau sikap dari satu responden yang merupakan sampel yang dianggap cukup untuk mewakili suatu khalayak yang menjadi target sasaran, kemudian pendapat tersebut di kelompokkan menurut kategori tertentu. Apabila situasi dapat dikenali dengan baik maka kemungkinan munculnya sebuah masalah dapat kita kenali secara baik, serta dapat mencari cara untuk memecahkan masalah tersebut.

Cara-cara yang dapat dilakukan dalam mengenali situasi antara lain (Effendy, 2007 : 36):

- a. Survei-survei yang khusus diadakan untuk mengungkapkan pendapat, sikap, respon, atau citra organisasi/perusahaan dimata khalayaknya.
- b. Pemantauan berita-berita di media massa, baik media massa cetak maupun elektronik.

- c. Sikap para tokoh masyarakat yang merupakan pencipta atau pendapat umum.
- d. Tinjauan terhadap kondisi-kondisi persaingan pada umumnya.

Suatu organisasi dapat melakukan riset khusus secara interen dengan cara mengunjungi lokasi-lokasi dan mewawancarai orang yang terlibat dalam suatu kegiatan yang di laksanakan, Apabila semua informasi yang di perlukan masih belum cukup ataupun tidak ada. Kekurangan informasi, penyimpangan dan manipulasi data sering mengakibatkan munculnya masalah-masalah komunikasi. Karena hal tersebut, maka dalam proses analisis situasi harus benar-benar di perhatikan secara mendetail dari permasalahan yang besar sampai masalah yang paling kecil, karena analisis situasi merupakan tahap awal perencanaan dan merupakan acuan pada tahap selanjutnya.

## 2. Penetapan tujuan

Dalam penetapan tujuan ini dilakukan karena untuk mempermudah dalam pembuatan program komunikasi yang akan dijalankan. Tujuan komunikasi yang bersifat umum hendaknya di persempit, hal tersebut dilakukan agar mudah dalam membuat program komunikasi, semakin sempit tujuan yang di tentukan maka akan besar peluang untuk mencapai tujuan tersebut. Penetapan tujuan dilakukan karena dapat menjadi tolak ukur hasil yang ingin dicapai.

### 3. Definisi Khalayak

Khalayak dalam proses komunikasi dapat meliputi: kelompok, masyarakat atau individu. Penentuan khalayak yang jelas akan mempermudah dalam pemilihan media sebagai sarana penyampaian pesan dan menentukan teknik-teknik yang sesuai dengan khalayak sasaran. Dalam proses ini khalayak dapat dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, gaya hidup, pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi.

### 4. Memilih Media

Pada tahapan ini dimulai dengan menyeleksi dan menentukan fakta, keterangan yang akan disampaikan dalam kegiatan komunikasi. Berdasarkan materi dan fakta yang ada maka akan dapat ditentukan penggunaan media yang sesuai dalam kegiatan komunikasi. Media merupakan alat penyampai pesan atau informasi dan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu kegiatan sosialisasi.

Pemilihan media harus disesuaikan dengan masyarakat yang telah diidentifikasi berdasarkan kelompok tertentu, karena jenis media bermacam-macam dan menarik sehingga dalam pemilihannya harus dilakukan dengan cara yang hati-hati. Dengan mengetahui khalayak yang menjadi target sasaran kegiatan komunikasi maka akan mempermudah dalam hal pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan khalayak. Dalam penyebaran informasi dalam proses komunikasi

tidak akan berjalan dengan baik jika hanya menggunakan satu media saja. Karena penyebaran informasi dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh berbagai macam media yang ada akan mencapai hasil yang maksimal.

#### 5. Mengatur Anggaran

Penentuan biaya atau anggaran dapat mengetahui berapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai program komunikasi yang akan di jalankan dan sebagai batas agar tidak terjadi pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan. Penyusunan anggaran sangat diperlukan, guna untuk mengetahui seberapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai program tersebut, sebagai suatu pedoman atau daftar kerja harus dipenuhi, anggaran disini dibuat agar disiplin dalam pengeluaran tidak terjadi pembengkakan biaya.

Dalam penyusunan anggaran biaya harus memuat beberapa kemungkinan yang tidak terduga, sebab kemungkinan kurangnya biaya dapat membawa perubahan pada pelaksanaan program komunikasi. Anggaran yang di butuhkan dalam program komunikasi antara lain : biaya untuk periklanan, dan penyebaran, informasinya, tenaga kerja, perlengkapan dan biaya-biaya lain yang berkaitan dengan hal tersebut.

## 6. Evaluasi Hasil Kegiatan

Setelah semua program disusun dengan baik maka kemudian program tersebut dapat dijalankan. Setelah program tersebut berjalan maka harus ada evaluasi untuk mengetahui apakah program yang telah dijalankan mengalami kegagalan atau mengalami keberhasilan. Evaluasi program dilakukan berdasarkan masukan atau saran dari publik yang terlibat dalam proses komunikasi dan laporan kerja dari para petugas yang melaksanakan program tersebut.

Dari Uraian di atas, strategi dapat diartikan seluruh keputusan memiliki langkah-langkah dan tahapan-tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam pencapaian tujuan. Suatu organisasi atau perusahaan telah merencanakan program atau kegiatan sebelumnya dan melihat kemampuan perusahaan serta kelemahannya, faktor lingkungan dan hal-hal lain merupakan ancaman suatu perusahaan atau organisasi, karena berhasil atau tidaknya suatu program dapat dilihat dan dirasakan sebagai dampak dari masyarakat yang merasakannya. Sedangkan dalam strategi komunikasi diartikan seluruh keputusan dalam bidang komunikasi yaitu perencanaan dan manajemen komunikasi agar berjalan dengan efektif haruslah mempertimbangkan kondisi lingkungan.

Adapun tujuan dari strategi komunikasi tersebut antara lain : untuk memastikan bahwa telah terjadi suatu pengertian di dalam proses komunikasi, mengetahui bagaimana cara penerimaan dari proses komunikasi tersebut terus di

bina dengan baik, Sebagai pengingat dalam memotivasi, dan mengetahui bagaimana cara mencapai tujuan yang hendak di capai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi yang telah berlangsung. Dari tujuan strategi komunikasi tersebut dapat di artikan bahwa strategi komunikasi perlu di gunakan dalam proses perencanaan program sampai dengan evaluasinya (Ruslan, 2005 : 37).

Dari penjelasan diatas, strategi dapat di artikan seluruh keputusan memiliki langkah-langkah dan tahapan-tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap pelaksanaan suatu kegiatan dalam pencapaian tujuan. Suatu organisasi atau perusahaan telah merencanakan program atau kegiatan sebelumnya dan melihat kemampuan perusahaan serta kelemahannya, faktor lingkunganlah dan hal-hal lain merupakan ancaman suatu perusahaan atau organisasi, karena berhasil atau tidaknya suatu program atau kegiatan dapat di lihat dan di rasakan sebagai dampak dari masyarakat yang merasakannya. Sedangkan dalam strategi komunikasi di artikan seluruh keputusan dalam bidang komunikasi yaitu perencanaan dan manajemen komunikasi agar berjalan dengan efektif haruslah mempertimbangkan kondisi lingkungan.

## **E.2. Media Sosialisasi**

Pada hakekatnya sosialisasi merupakan penyampaian informasi dengan melibatkan pihak-pihak penerima pesan (*receiver*) yang dalam hal ini adalah publik, dimana publik yang terdiri dari banyak individu yang memiliki skala intelektualitas yang berbeda. Sebagai contoh, seseorang yang berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan universitas tentu saja berbeda dalam menanggapi sosialisasi tentang informasi. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi dibedakan dari kegiatan komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) dimana komunikasi antar personal merupakan proses penyampaian informasi, gagasan dan sikap dari seseorang kepada orang lain. Kegiatan sosialisasi lebih cenderung pada proses komunikasi yang bersifat massal (*mass communication*).

Sarana penyampai informasi untuk mendukung sosialisasi kepada masyarakat salah satunya adalah dengan menggunakan media. Media komunikasi mempunyai banyak media mulai dari tradisional sampai yang modern, dari yang tradisional seperti pagelaran kesenian, sampai media yang moderen antara lain, surat kabar, radio dan televisi. Pemilihan media tergantung pada tujuan yang akan di capai. Keberhasilan suatu strategi komunikasi dapat di lihat dari efektifitas media komunikasi yang di gunakan.

Media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampai informasi antara lain, ( Ruslan, 2000 : 29 - 31 ) :

- a. Media umum: telepon, facsimile, telegraf dan surat.
- b. Media massa. Media cetak : surat kabar, tabloid, bulletin. Sedangkan media elektronik : televisi, radio dan film.
- c. Media khusus : iklan, logo dan nama perusahaan atau produk yang merupakan sarana untuk tujuan promosi.
- d. Media Internal : media yang di gunakan untuk kepentingan kalangan tertentu / terbatas media ini di bagi menjadi beberapa macam antara lain:
  1. *House journal* : majalah bulanan, profil organisasi, buletin dan tabloid.
  2. *Printed materials*: booklet, pamflet, kop surat, memo dan kalender.
  3. *Spoken and visual word* : audio visual, radio dan televisi.
  4. Media pertemuan: seminar, rapat diskusi, dan penyuluhan.

## **F.METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai prosedur suatu pemecahan permasalahan yang di teliti dengan cara menggambarkan keadaan obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dll) yang berdasarkan fakta – fakta yang tampak dan sebagaimana adanya ( Nawawi, 1995:6). Hasil yang di peroleh berasal dari survei langsung, wawancara, dan mencari wacana yang memiliki relevansi dengan obyek penelitian yang di teliti.

Ada tiga hal alasan penggunaan jenis penelitian ini yaitu :

- Pertanyaan yang akan di ajukan pada penelitian ini berupa pertanyaan “how” (bagaimana) dan dapat di kembangkan dengan pertanyaan “why” (mengapa)
- Obyek penelitian akan di lakukan di Dinas Pendudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dan masyarakat kabupaten Bungo yang terlibat pada penggunaan KTP Elektronik, sehingga kontrol penelitian sangatlah terbatas.
- Fenomena yang di teliti dapat di katakan spesifik karena obyek penelitian hanya di batasi pada Dina Pendudukan dan Pencatatan Sipil, dan fokus pada Strategi komunikasi Dina Pendudukan dan Pencatatan Sipil dalam Menyosialisasikan KTP Elektronik.

## 2.Lokasi Penelitian.

Peneliti melihat bahwa didalam penelitian ini peneliti akan memfokuskan masalah terhadap “Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kabupaten Bungo dalam menyosialisasikan program e-KTP”. Peneliti akan mendeskripsikan strategi Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo dalam menyosialisasikan program tersebut dan ingin mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dari Strategi Komunikasi yang ditempuh.

Tempat penelitian merupakan lokasi peneliti didalam memperoleh data, sehingga lokasi penelitiandilakukan didina Dukcapil Kabupaten Bungo sebagai pengelola sekaligus pelaksana program e-KTP diKabupaten Bungo. Selain itu peneliti juga akan melengkapi data-data yang dibutuhkan dari wilayah kerja Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo, baik data tingkat Kecamatan maupun tingkat Desa/Dusun yang merupakan obyek sosialisasi program.

## 3.Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini di gunakan dua macam teknik pengumpulan data dimana masing-masing teknik yang di gunakan saling melengkapi satu sama lainnya.

Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang yang keduanya melibatkan proses interaksi, dan saling melibatkan tanya jawab antara keduanya, sehingga seseorang yang ingin memperoleh informasi mendapatkan jawaban dari informan. Dalam metode ini terdapat proses interaksi sosial dan komunikasi untuk mendapatkan informasi yang mendetail dan mendalam yang berhubungan dari permasalahan penelitian. Pengumpulan data ini dengan cara pihak pencari data atau informasi melakukan wawancara langsung dengan menggunakan serangkaian tanya jawab kepada narasumber, sehingga narasumber dapat memberikan informasi dan dapat membantu peneliti dalam pengumpulan data informasi (Mulyana, 2004:188–190). Adapun informan yang dipilih oleh peneliti untuk di wawancarai adalah staf/karyawan Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo Hj. Erlinawati, S.AP Kabid Administrasi Kependudukan Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo, Drs. H. Abd. Wahab Kabid Pengelolaan Informasi Kependudukan Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo dan Drs. H. Firson Ediwarta Kabid Dokumentasi dan Pengembangan Kependudukan Dinas Dukcapil Kabupaten Bungo.

4. Bpk. Muhammad Ali Ahmad, wiraswasta Pengguna e-KTP  
alamat Dusun Candi Kecamatan Tanah Sepenggal.
5. Ibu Latifa Rahmi S.Pd, PNS Pengguna e-KTP alamat Dusun  
Rantau Embacang Kecamatan Tanah Sepenggal Lintas.

## 5. Analisis Data

Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, lisan atau perilaku yang di lakukan dari orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini (Moleong,2007:103).

Alur analisis ini akan mengacu pada judul yang akan di teliti oleh penulis yaitu strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam menyosialisasikan program e-KTP. Penelitian ini mengacu pada proposi teoritis, menginterpretasikan dengan melakukan korelasi dan menggunakan teori yang ada, apakah strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam Menyosialisasikan program e-KTP sudah sesuai, mencapai target dan tepat sasaran.