

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan proses dimana seseorang atau komunikator memberikan stimulan menggunakan lambang-lambang bahasa untuk mengubah tingkah laku orang lain. Lebih dari 75 % kehidupan manusia adalah melakukan komunikasi. Jarang disadari bahwa pada prinsipnya tidak seorangpun dapat melepaskan dirinya dari aktivitas komunikasi dan seberapa efektif komunikasi yang digunakan (Deddy Mulyana, 2005)

Komunikasi dalam pemerintahan khususnya mempunyai hubungan dengan satu atau lebih dimensi-dimensi struktur organisasi atau pemerintah seperti: peranan, status, kompleksitas teknologi, dan pola-pola otoritas, maka melalui aktivitas komunikasi yang memungkinkan terbentuknya suatu tatanan dalam sistem sosial yang disebut masyarakat (Deddy Mulyana, 2005). Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kaitannya dengan pembentukan masyarakat.

Perusahaan atau instansi pemerintah melakukan komunikasi bukan hanya untuk kegiatan bekerja dan berinteraksi dengan karyawan atau atasan, akan tetapi komunikasi digunakan sebagai alat penyampaian program atau penyuluhan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat. Keberhasilan seseorang dalam bekerja atau bersosialisasi sangat di pengaruhi dengan keberhasilannya dalam komunikasi.

Komunikasi yang berjalan dengan baik ditentukan oleh strategi komunikasi. Maka strategi komunikasi yang salah, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai suatu maksud atau tujuan yang di inginkan. Hakikatnya, strategi adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi, 2013:32).

Strategi komunikasi pada dasarnya bisa diaplikasikan untuk banyak hal dalam penyampaian informasi. Strategi komunikasi juga digunakan oleh lembaga-lembaga yang berusaha mendapatkan dukungan dari masyarakat. Salah satunya adalah penyebarluasan gagasan pembangunan, penyuluhan dan sosialisasi program yang berkaitan untuk penyadaran masyarakat.

Sosialisasi program merupakan suatu fungsi komunikasi, yaitu fungsi persuasif dimana sosialisasi berfungsi memberitahukan atau menerangkan muatan persuasif, dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang di sampaikan akurat dan layak untuk diketahui (Mulyana, 2000:30). Sosialisasi yang dilakukan oleh pendamping PKH yaitu mengenai tujuan PKH, hak dan kewajiban peserta PKH, mekanisme pengaduan, dan berdiskusi tentang pengentasan kemiskinan.

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam hidup bermasyarakat. Karena hal itu merupakan satu faktor terpenting untuk menciptakan interaksi sosial dan hubungan sosial. Komunikasi merupakan elemen

penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi diantara anggota masyarakat, proses sosialisasi tidak akan berlangsung dengan baik. Jadi, dengan adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara maksimal.

Kemiskinan keadaan dimana terjadi ketidakmampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan, dan kesehatan. Kemiskinan dapat disebabkan oleh kelangkaan alat pemenuh kebutuhan dasar, ataupun sulitnya akses terhadap pendidikan dan pekerjaan. Kemiskinan dapat juga dikatakan sebagai suatu standar tingkat hidup yang rendah. Tingkat hidup yang rendah yaitu adanya tingkat kekurangan materi pada sejumlah atau golongan orang dibandingkan dengan standar kehidupan yang umum berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan. Standar kehidupan yang rendah ini secara langsung tampak pengaruhnya terhadap tingkat keadaan kesehatan, kehidupan moral, dan rasa harga diri dari mereka yang tergolong sebagai orang miskin.

Kemiskinan merupakan sebuah fenomena dan fakta yang terjadi di berbagai negara. Sebuah masalah yang sejak dulu hingga sekarang masih juga belum bisa teratasi baik oleh pemerintah pusat maupun oleh pemerintah daerah. Kemiskinan seakan menjadi hal yang tidak bisa di hindari. Seharusnya hal ini menjadi sebuah cerminan tersendiri bagi pemerintah untuk dapat terus berusaha dan berupaya mengatasi permasalahan tersebut. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk menanggulangi atau mengatasi masalah kemiskinan, akan tetapi tetap saja permasalahan kemiskinan belum dapat teratasi.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak. Negara yang sedang berkembang dan jumlah penduduk yang banyak, kemiskinan pun tak dapat dihindari. Upaya menurunkan tingkat kemiskinan di Indonesia telah dimulai melalui program Bimbingan Masyarakat (Bimas) dan Bantuan Desa (Bandes). Upaya tersebut mengalami tahapan yang juga berarti upaya penurunan kemiskinan tidak maksimal. Sehingga jumlah orang miskin kembali naik, disamping itu kecenderungan ketidak merataan antar wilayah (<http://www.Kemensos RI Mari Kita Mengenal Program PKH.htm> :2007). Kemiskinan merupakan masalah sosial yang sangat serius. Untuk mencari solusi yang relevan dalam pemecahan masalah kemiskinan, perlu dipahami sebab musabab dan menelusuri akar permasalahan kemiskinan itu.

Dalam mengentaskan kemiskinan pemerintah mengadakan program untuk mengurangi angka kemiskinan yaitu program keluarga harapan (PKH) untuk keluarga sangat miskin (KSM). Kedudukan PKH merupakan bagian dari program-program penanggulangan kemiskinan lainnya. PKH berada di bawah koordinasi Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan (TKPK), baik di pusat maupun di daerah. Oleh sebab itu dibentuk Tim Pendamping PKH agar terjadi koordinasi dan sinergi yang baik (<http://www.Kemensos RI Mari Kita Mengenal Program PKH.htm>, 2007).

Melalui Kementrian Sosial, program ini telah berjalan mulai tahun 2007. Dinas sosial yang merupakan salah satu instansi pemerintah yang bergerak dibidang sosial. Untuk memperkenalkan ke masyarakat dinas sosial melakukan sosialisasi kerumah tangga sangat miskin. Setiap kecamatan, memiliki

pendamping atau penanggungjawab program ini (<http://www.Kemensos RI Mari Kita Mengenal Program PKH.htm>, 2007).

Pendamping merupakan pihak kunci yang menjembatani penerima dengan pihak-pihak lain yang terlibat, yaitu di tingkat kecamatan maupun dengan program di tingkat kabupaten/kota. Jumlah pendamping setiap kecamatan yaitu berjumlah delapan orang. Tugas Pendamping termasuk didalamnya melakukan sosialisasi, pengawasan dan mendampingi para penerima manfaat dalam memenuhi komitmennya. Sosialisasi yang dilakukan pendamping PKH adalah mengenai menginformasikan tujuan, tingkat bantuan, mekanisme dan lainnya mengenai PKH. Membagikan bahan-bahan program, menjelaskan komitmen (kewajiban) yang harus dilakukan oleh calon peserta PKH untuk dapat menerima bantuan, yaitu menjelaskan hak dan kewajiban ibu peserta PKH dalam PKH, menjelaskan sanksi serta implikasi apabila peserta tidak memenuhi komitmen yang ditetapkan dalam program, menjelaskan mekanisme prosedur keluhan dan pengaduan atas pelaksanaan PKH, menjelaskan perlunya melakukan pendaftaran sekolah bagi anak-anak yang belum terdaftar di sekolah bagi setiap peserta PKH pendidikan (<http://www.Kemensos RI Mari Kita Mengenal Program PKH.htm>, 2007).

Pendamping PKH dalam melakukan sosialisasi yaitu mengadakan pertemuan dan mendatangi peserta PKH ke tempat tinggalnya ataupun mekanisme kelompok, berarti melakukan komunikasi secara interpersonal dan kelompok. Tujuannya untuk mempererat tali persaudaraan dan menggali permasalahan bersama peserta, mencari solusi pemecahan masalah yang timbul. Dalam

melakukan komunikasi tersebut pendamping PKH diharapkan mampu menciptakan suasana yang nyaman dan kondusif. Tujuan dari sosialisasi tersebut yaitu meningkatkan kualitas masyarakat dalam hal memberantas kemiskinan.

Sasaran atau penerima PKH adalah Rumah Tangga Sangat Miskin (KSM). Memiliki anggota keluarga yang terdiri dari anak usia 0 -15 tahun atau ibu hamil yang berada pada lokasi terpilih. Penerima bantuan ini ibu atau wanita dewasa yang mengurus anak pada rumah tangga yang bersangkutan (jika tidak ada ibu: nenek, tante/bibi, atau kakak perempuan dapat menjadi penerima bantuan). Komponen atau hal yang menjadi fokus utama dalam program ini adalah bidang kesehatan dan pendidikan. Tujuannya yaitu mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia terutama pada kelompok masyarakat miskin. Dalam menanggulangi kemiskinan yang terjadi, pemerintah memberikan bantuan PKH kepada KSM kab. Bandung dengan Jumlah KSM (Keluarga Sangat Miskin) di Kab. Bandung sampai tahun 2013 tercatat 26.111 yang tersebar di 222 desa (sumber: data Dinas Sosial Kab. Bandung).

Berdasarkan data Dinas Sosial Kabupaten Bandung, pada tahun 2015 jumlah rumah tangga sangat miskin mencapai 5.302 KSM. (data Dinas Sosial Kab. Bandung, 2015). Sejalan dengan perkembangan kabupaten Bandung menjadi sebuah daya tarik yang kuat. Menjanjikan berbagai harapan dan berbagai macam tujuan. Akibatnya muncul dampak sosial diantaranya urbanisasi, yang dapat memacu pertumbuhan populasi komunitas masyarakat yang semakin pesat. Maka kabupaten Bandung mau tidak mau akan diperhadapkan pada berbagai permasalahan kesejahteraan sosial yang semakin kompleks. Akibatnya sebagian

anggota masyarakat baik perorangan, keluarga, maupun kelompok tidak dapat melaksanakan fungsi sosialnya secara wajar.

Permasalahan kesejahteraan sosialpun cenderung meningkat dan berkembang baik kuantitas maupun kualitasnya. Yaitu meningkatnya jumlah masyarakat miskin, anak terlantar, gelandangan pengemis, tuna susila, anak nakal, anak berhadapan hukum, dan penyandang sosial lainnya. Hal ini terjadi karena kurangnya informasi serta pengetahuan yang berkaitan dengan program pengentasan kemiskinan yang dilakukan pemerintah pusat, khususnya kab. Bandung. Serta strategi komunikasi sosialisasi yang salah, sehingga informasi yang di sampaikan tidak di pahami dengan jelas. Dan sedikit orang yang meneliti masalah-masalah yang hubungan dengan strategi komunikasi dalam sosialisasi program pemerintah. Kebanyakan peneliti hanya berfokus pada politiknya.

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti Kecamatan Ibum, karena Kecamatan ibun merupakan daerah yang jauh dari jangkauan pemerintah kabupaten Bandung, dan jauh dari pusat pemerintahan yang berbatasan langsung dengan kabupaten Garut. Akibatnya kecamatan ibun kurang terpantau tingkat ekonomi, pendidikan, dan kesehatannya. Sehingga jumlah rumah sangat miskin meningkat dari tahun sebelumnya. Yaitu tahun 2014 dari 1.344 KSM sampai dengan tahun 2015 mencapai 2.231 KSM (sumber : Pendamping PKH Kec. Ibum, 2015). Dalam hal ini di perlukannya sosialisasi, peningkatan, pengembangan dan penyempurnaan komunikasi oleh pendamping PKH terhadap rumah tangga sangat miskin di kecamatan Ibum. Strategi komunikasi tersebut penting untuk diteliti. Penelitian ini sangat berkaitan dengan mata perkuliahan kehumasan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pendamping PKH Tentang Sosialisasi Program Keluarga Harapan Di Kecamatan Ibum.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana langkah mengenal khalayak yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum?
2. Bagaimana langkah menyusun pesan yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum?
3. Bagaimana langkah menetapkan metode yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum?
4. Bagaimana langkah seleksi dan penggunaan media yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan bagi penelitian dalam Strategi Komunikasi berikut antara lain:

1. Untuk mengetahui langkah mengenal khalayak yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum.
2. Untuk mengetahui langkah menyusun pesan yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum.

3. Untuk mengetahui langkah menetapkan metode yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum.
4. Untuk mengetahui langkah seleksi dan penggunaan media yang dilakukan pendamping PKH dalam sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Praktis

1. Bagi Penulis, untuk mengetahui kegiatan strategi komunikasi pendamping PKH pada sosialisasi Program Keluarga Harapan di kecamatan Ibum.
2. Bagi UIN Bandung, Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat untuk memperoleh pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan arti penting strategi komunikasi dalam mensosialisasikan, atau penyuluhan program yang akan dijalankan.
3. Bagi para pendamping PKH, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dalam menghasilkan perencanaan yang lebih baik dalam penerapan strategi komunikasi.

1.5.2 Secara Teoritis

1. Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang relevan yang telah ada dan sebagai acuan kepada peneliti yang hendak melakukan penelitian yang bahannya sama di masa mendatang.
2. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi penelitian selanjutnya, khususnya mengenai strategi komunikasi.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti sebelumnya yang telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi antara lain adalah :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Skripsi Yopi Pernoando (2009)	“Strategi Komunikasi dan Aktivitas Humas Dalam Mengenalkan UIN Sunan Kalijaga Kepada Calon Mahasiswa Tahun 2009”	Metode penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan pendekatan kualitatif	Hasil penelitiannya adalah humas UIN tidak asal-asalan dalam menjalankan suatu program. Dari bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Humas UIN Sunan Kalijaga ini melakukan empat persiapan. Pertama Mengenal sasaran komunikasi, persiapan ini memiliki tujuan mengetahui atau menginginkan komunikasi melakukan tindakan tertentu. Kedua pemilihan media komunikasi, tujuannya adalah untuk optimalisasi penyampaian pesan dan

				<p>efisiensi penggunaan dana. Ketiga pengkajian tujuan pesan komunikator dalam komunikasi, persiapan ini bertujuan untuk menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Keempat peranan komunikator dalam komunikasi, di sini humas mempertimbangkan komunikator dalam mengkomunikasikan pesan.</p>
2	<p>Skripsi Maria Candraning Lintang Larasati (2011)</p>	<p>“Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kemitraan Kepada Publik Eksternal PT. Telkom Yogyakarta “</p>	<p>Penelitian Kualitatif</p>	<p>Hasil Penelitian mengenai strategi komunikasi dalam sosialisasi program kemitraan kepada publik eksternal PT. Telkom Yogyakarta menunjukkan bahwa Unit <i>Community Development Centre</i> (CDC) PT. Telkom diberi kepercayaan untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi dalam sosialisasi program kemitraan. Strategi komunikasi yang dipilih dan dijalankan adalah</p>

				<i>community relations.</i>
3	Skripsi Winda Chahaya ni (2010)	“Strategi humas Dikti Dalam Mensosialisasi kan Program Beasiswa Pendidikan Misi Untuk Pemerataan Akses Pendidikan”	metode penelitian kualitatif	Hasil Penelitian yang didapat yaitu dengan menggabungkan teori-teori yang ada serta hasil wawancara dengan nara sumber, penulis mendapatkan jawaban sebagai hasil dari tujuan masalah yang dipertanyakan sebelumnya yang di mana Humas Dikti memiliki strategi dalam pemerataan akses pendidikan dengan strategi awal mereka yaitu perencanaan, karena tanpa adanya perencanaan kita tidak tahu langkah berikutnya, perencanaan mereka diawali dengan mengadakan seminar ke beberapa sekolah menengah atas yang ada di Indonesia. Selain itu pihak Dikti juga mengadakan talk show di beberapa stasiun televisi swasta. Hal ini dilakukan Humas Dikti kepada masyarakat khususnya siswa SMA sederajat sebagai

				<p>bentuk pendekatan komunikasi dan ini merupakan salah satu strategi untuk pemerataan akses pendidikan yang dibuat Pemerintah melalui Program barunya Bidik Misi.</p>
--	--	--	--	--

Sumber : Hasil Rangkuman dari Skripsi Terdahulu, 8 Oktober 2015

1.6.2 Landasan Teoritis

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi, 2013:32).

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) (Cangara, 2009:61) membuat definisi strategi komunikasi, dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Suatu strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak.

Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi. Menurut Arifin (1994:58) 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. Kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Mengetahui Khalayak

Mengetahui 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 mengetahui khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi.