

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja adalah suatu fase menuju dewasa, yang dimana semua orang akan melewati fase remaja menuju dewasa. Akan terjadi perubahan – perubahan terkait dengan tingkah lakunya. Masa remaja merupakan suatu tahap antara masa kanak-kanak menuju dewasa. Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentan usia 10-19 tahun, menurut peraturan Menteri Kesehatan RI Nomer 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja yaitu 10-24 tahun dan belum melakukan pernikahan. Menurut sensus penduduk 2010 sebanyak 43,5 juta atau sekitar 18% dari jumlah penduduk di Indonesia jumlah kelompok usia remaja yaitu 10-19 tahun. Di dunia diperkirakan kelompok remaja berjumlah 1,2 milyar atau 18% dari seluruh jumlah penduduk di dunia. (WHO, 2014) <https://www.kemkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/infodatin/infodatin%20reproduksi%20remaja-ed.pdf> (diakses tanggal 8 februari 2019)

Proses pembentukan karakter dan berkembangnya seorang individu dari masa kanak – kanak sampai dewasa memiliki tugas dan tahapan masing – masing pada setiap perkembangannya. Tugas yang dimaksud pada setiap tahap terbentuknya karakteristik setiap tahapan usia. Karakteristik remaja berdasarkan umur yaitu masa (a) remaja awal (10-12 tahun) pada tahap ini remaja lebih dekat dengan teman sebaya, lebih bebas dan lebih memperhatikan keadaan tubuhnya. (b) masa remaja pertengahan (13-16 tahun) masa dimana para remaja mulai mencari identitas diri, timbulnya keinginan untuk berkencan, mulai timbul rasa cinta pada seseorang dan berhayal tentang aktivitas seks. (c) masa remaja akhir (17-21 tahun) pada masa ini remaja lebih selektif mencari teman, pengungkapan kebebasan

diri, mempunyai citra tubuh (body image) terhadap dirinya sendiri dan remaja pada masa akhir dapat mewujudkan rasa cinta. (Sebayang, 2018: 7-8).

Perkembangan hubungan sosial, pada proses ini faktor intelektual dan emosional mempunyai peranan penting. Proses ini merupakan proses sosialisasi, anak – anak sebagai insan yang secara aktif melakukan proses sosialisasi. Proses perkembangan dan pergaulan dengan orang lain menjadi lebih luas contoh: seorang anak mengenalkan teman-temannya ke anggota keluarganya. Selanjutnya, sejak anak mulai belajar sekolah, mereka mulai belajar mengembangkan interaksi sosial dengan belajar menerima pandangan masyarakat atau kelompok, dapat berinteraksi, memiliki tanggung jawab, dan berbagai pengertian dengan orang lain.

Perkembangan moral seorang anak sebagian dipengaruhi oleh lingkungannya. Seorang anak mendapat pembelajaran nilai – nilai moral tidak hanya dengan orang tuanya namun dengan lingkungan sekitar. Dalam pengembangan moral anak, peranan orang tua sangatlah penting. Beberapa sikap orang tua yang harus diperhatikan sehubungan dengan perkembangan moral anak yaitu:

1. Konsisten dalam mendidik anak

Orang tua harus memiliki sikap dan perilaku yang sama dalam melarang atau memperbolehkan tingkah laku tertentu pada anak. Suatu tingkah laku yang dilarang orang tua pada suatu waktu. Harus terulang maka orang tua harus melarangnya.

2. Sikap orang tua dalam keluarga

Secara tidak langsung, sikap orang tua terhadap anak dapat mempengaruhi moral anak, sikap ayah dan ibu atau sebaliknya, yaitu melalui proses meniru (Imitasi). Sikap orang tua yang keras (otoriter) cenderung melahirkan sikap disiplin yang semu pada anak, ataupun sikap acuh, atau masa bodoh cenderung melahirkan sikap yang kurang

bertanggung jawab dan kurang mempedulikan norma pada diri anak. Sikap yang harus dimiliki orang tua yaitu sikap yang penuh kasih sayang, memiliki sikap keterbukaan, memiliki sifat musyawarah dengan keluarga dan memiliki sikap konsisten.

3. Penghayatan dan pengamalan agama yang dianut

Orang tua merupakan panutan bagi anak – anaknya. Termasuk panutan dalam mengamalkan ajaran agama. Orang tua yang memberikan suasana yang religious dengan cara memberikan ajaran maupun bimbingan tentang nilai – nilai agama kepada anak, maka anak akan mengalami perkembangan moral yang baik.

4. Sikap orang tua dalam menerapkan norma

Orang tua tidak menghendaki anaknya berbohong, setiap orang tua ingin anaknya memiliki perilaku yang jujur, maka sebagai orang tua juga harus menjauhkan dirinya dari perilaku berbohong atau tidak jujur, agar menjadi contoh bagi anaknya. (Jhaja, 2011: 50-51).

Jhaja mengemukakan bahwa masa remaja adalah suatu fase perubahan, perubahan masa remaja terjadi baik secara fisik maupun secara psikologis. Saat remaja akan terjadi beberapa perubahan yang terjadi yang sekaligus sebagai ciri – ciri masa remaja yaitu:

- a. Pada awal masa remaja akan mengalami peningkatan emosional yang terjadi secara cepat yang dikenal sebagai masa *storm & stress*. Peningkatan emosional terjadi akibat perubahan fisik terutama hormone yang terjadi pada saat masa remaja. Pada saat peningkatan emosi ini merupakan tanda bahwa remaja berada dalam kondisi baru yang berbeda dari masa – masa sebelumnya. Pada fase ini banyak tuntutan dan tekanan yang terjadi pada remaja, misalnya mereka diharapkan untuk tidak bertingkah seperti kanak – kanak, terjadi tuntutan untuk hidup mandiri dan bertanggung jawab. Namun kemandirian dan tanggung jawab akan terbentuk seiring berjalannya waktu.

- b. Perubahan fisik secara cepat disertai dengan kematangan seksual, terkadang membuat remaja merasa tidak yakin dengan dirinya sendiri. Perubahan fisik yang terjadi secara cepat, baik perubahan internal seperti sistem sirkulasi, pencernaan, dan sistem respirasi maupun perubahan eksternal seperti tinggi badan, berat badan sangat berpengaruh terhadap konsep diri remaja.
- c. Perubahan dalam hal yang menarik bagi dirinya dan hubungannya dengan orang lain. Selama masa remaja akan ada banyak hal yang menarik bagi dirinya yang dibawa dari masa kanak – kanak. Hal ini dikarenakan adanya tanggung jawab yang lebih besar pada masa remaja, maka remaja diharapkan untuk dapat mengarahkan ketertarikan pada hal – hal yang lebih positif. Perubahan juga terjadi pada saat hubungannya dengan orang lain, pada masa remaja tidak lagi menjalin hubungan dengan individu dari jenis kelamin yang sama, tetapi juga dengan lawan jenis dan dengan orang yang lebih dewasa.
- d. Terjadi perubahan nilai, di mana apa yang di anggap penting pada masa kanak – kanak menjadi kurang penting untuk dilakukan karena telah mendekari masa dewasa.
- e. Remaja bersikap *ambivalen*, dalam hal ini banyak remaja yang mengalaminya karena di satu sisi remaja menginginkan kebebasan, tetapi di sisi lain mereka takut akan tanggung jawab, karena mereka merasa belum mampu untuk bertanggung jawab atas dirinya sendiri. (Jahja, 2011: 235)

Pergaulan bebas merupakan perilaku atau sebuah cerminan negatif yang menyimpang dari tindakan seseorang, biasanya marak dikalangan remaja yang salah dalam pergaulannya. Setiap orang yang melalukan pergaulan bebas, biasanya orang tersebut sudah tidak memegang prinsip atau norma-norma yang berlaku. Ketika seseorang tidak memegang norma, maka memungkinkan terjadinya pergaulan yang bebas. Pergaulan bebas bisa terjadi dikalangan remaja maupun orang dewasa:

1. Pergaulan bebas pada remaja sekolah

Usia remaja menjadi penentu bagi seseorang untuk mencari jati diri, pada usia inilah remaja memang rentan untuk melakukan pergaulan bebas. Sangat rentan terjadi bagi orang tua yang telah mempunyai anak dalam masa remaja, dari gangguan pergaulan yang bebas. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal ini terjadi dalam masyarakat, apalagi usia remaja ini adalah masa dimana pembentukan karakter anak dimulai.

2. Pergaulan bebas pada orang dewasa

Pergaulan bebas yang terjadi pada orang dewasa memang tidak terlalu menyita perhatian publik, akan tetapi hal ini memang penting untuk diperhatikan. Orang dewasa sudah memiliki usia yang cukup untuk melakukan pernikahan, namun saat ini masih banyak orang dewasa yang cenderung melakukan pergaulan bebas.

Terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya pergaulan bebas di kalangan remaja diantaranya, yaitu:

a. Taraf pendidikan keluarga yang rendah

Keluarga merupakan tempat untuk anak mendapat pelajaran social untuk pertama kalinya. Anak diajarkan mengenai beberapa aturan yang berlaku, dan juga aturan yang tidak boleh dilanggar. Peran orang tua sangat penting untuk memberikan pendidikan dengan lingkungan yang baik. Sehingga orang tua mudah untuk mengawasi tingkah laku anak. Maka dari itu pendidikan keluarga menjadi sangat penting, agar bisa memastikan jika anak tidak akan terjerumus atau lepas pengawasan dari orang tua.

b. Ketidak harmonisan keluarga

Secara psikologis anak yang mengalami *broken home*, akan cenderung melakukan pergaulan di luar rumah. Anak tersebut tidak merasa nyaman untuk berada di rumah, bahkan anak tidak akan merasa bahagia dengan apa yang terjadi

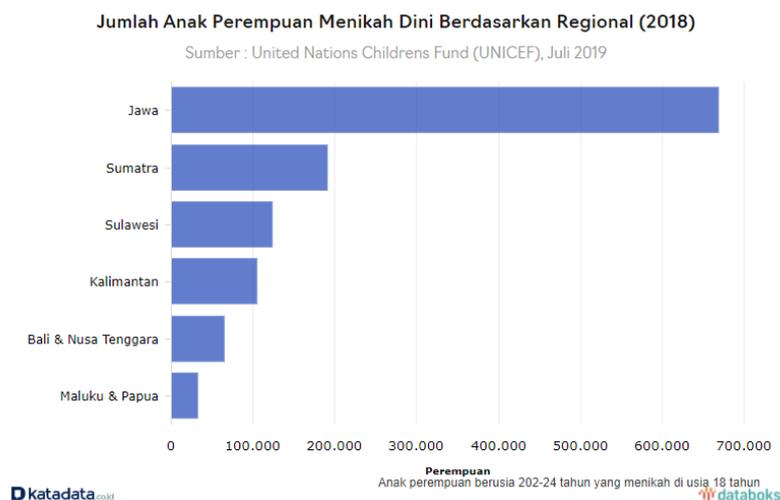
didalam rumah. Anak yang mengalami *broken home* anak berusaha mencari kebahagiaan, sehingga membuat anak merasa nyaman ketika berada diluar rumah.

c. Ekonomi keluarga yang buruk

Jika ekonomi keluarga berada dalam situasi yang buruk, anak cenderung melakukan perilaku menyimpang. Keadaa di rumah cenderung tidak harmonis, bahkan anak akan berusaha melakukan apapun demi memenuhi kebutuhan (dilansir <https://www.kabarsumbawa.com/2017/01/05/pergaulan-bebas-penyebab-akibat-cara-mengatasinya/> pada 9 februari 2019).

Gambar 1.1 Infografik Anak Perempuan Menikah dini

Lakukan Pernikahan Dini



(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/11/jutaan-anak-perempuan-indonesia-lakukan-pernikahan>)

Tabel 1.1 Data Kasus Dispensasi Perkawinan Tahun 2018

<https://rri.co.id/yogyakarta/sosial/sosial/697094/perkawinan-usia-dini-di-diy-meningkat#>
(diakses pada 28 September)

Berdasarkan wawancara dengan Bidan Ning di Puskesmas Kecamatan Sleman, pada tahun 2019 telah terjadi 32 kasus angka kehamilan tidak diinginkan (KTD, usia rata-rata remaja yang hamil yaitu 10-19 tahun. Kota besar seperti Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) banyak sekali pemberitaan mengenai perilaku remaja yang cenderung melakukan hubungan seks bebas. Perilaku seks bebas pada remaja semakin meningkat dari tahun ke tahun, hal tersebut disebabkan remaja sekarang lebih berani mengambil resiko yang dapat merusak kesehatan dan masadepannya. Saat ini banyak remaja yang menikah dini karena kehamilan

Wilayah Provinsi DIY	Kasus Dispensasi Perkawinan	tidak
Kabupaten Sleman	93 Kasus	
Kabupaten Gunung Kidul	77 Kasus	
Kabupaten Bantul	71 Kasus	
Kota Yogyakarta	40 Kasus	
Kabupaten Kulon Progo	31 Kasus	

diinginkan.

Rasa saling menyayangi satu sama lain merupakan hal yang wajar bagi manusia. Ketika seseorang jatuh cinta, akan terjadi lepasnya hormone dopamin dan oksitosin sehingga muncul perasaan yang menggebu-gebu dalam diri seseorang. Tren *pacaran* para remaja rata terjadi pada usia 15-17 tahun. Perilaku pacaran yang tidak sehat merupakan awal mula terjadi perilaku yang menyimpang, salah satunya yaitu hubungan seksual pranikah

dapat mengakibatkan konsekuensi pada masalah Kesehatan seperti Infeksi Menular Seksual (IMS).

Kasus kehamilan di luar nikah yang berujung *aborsi* dan juga pembuangan bayi terus terjadi di wilayah DIY. Dilansir dari Tribunjogja.com di Kabupaten Sleman tahun 2019 ini marak terjadi pembuangan bayi, terdapat tiga kasus penemuan bayi. Dari ketiga bayi tersebut satu diantaranya ditemukan telah meninggal dunia dan di letakkan di kaleng biskuit. Pelaku kasus pembuangan bayi dapat ancaman pidana maksimum yang tertera dalam pasal 305 KUHP (tentang menaruh anak di bawah umur tujuh tahun di suatu tempat agar dipungut orang lain dengan maksud terbebas dari pemeliharaan anak itu) adalah lima tahun enam bulan. Sedangkan ancaman pidana maksimum yang terdapat dalam pasal 306 ayat (1) KUHP (tentang melakukan perbuatan dalam pasal 305 KUHP hingga menyebabkan anak mengalami luka berat) adalah tujuh tahun enam bulan dan pasal 306 ayat (2) KUHP (tentang melakukan perbuatan dalam pasal 305 KUHP hingga menyebabkan anak mati) adalah Sembilan tahun.

Pendidikan seks dapat di edukasi sejak usia dini, orang tua harus berperan memberikan Pendidikan seks pada anak, menjalin komunikasi dengan anak merupakan kunci untuk mengedukasi anak mengenai seks. Pendidikan seks tidak tiba-tiba diajarkan Ketika anak sudah beranjak dewasa, Pendidikan diajarkan secara bertahap sesuai perkembangan usianya. Edukasi seks yang diajarkan sejak dini akan memudahkan orang tua untuk berkomunikasi pada tahap selanjutnya.

Edukasi seks dapat di kenalkan sejak lahir. Sebagai contoh meminta izin pada anak jika ingin membuka baju atau mengganti popoknya, dan biasakna mengganti baju di ruangan tertutup. Saat beranjak balita, kenalkan perbedaan laki – laki dan perempuan, misal ayah laki – laki dan ibu perempuan. Menjelang pubertas, kenalkan kepada anak tentang tanda-tanda pubertas, memberi rambu-rambu yang jelas kepada anak dalam bergaul dengan lawan

jenis. Jika anak sudah bertanya-tanya mengenai seks, berarti logikanya sudah sampai tahap tersebut. Orang tua harus menerangkan dan menjelaskan dengan Bahasa yang mudah dipahami oleh anak sesuai dengan kemampuan berpikirnya, hindari menggunakan kalimat kiasan yang justru membingungkan anak (Nugraha dan Wibisono, 2016:3)

Berdasarkan Undang- Undang Nomer 52 Tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga, dalam pasal 48 ayat (1) pada huruf b menyebutkan bahwa peningkatan kualitas remaja dengan pemberian akses informasi, Pendidikan, konseling dan pelayanan tentang kehidupan berkeluarga. Peningkatan kualitas remaja melalui pembinaan ketahanan dan kesejahteraan keluarga oleh BKKBN. Dalam hal ini diwujudkan melalui Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R). Pusat Konseling Remaja (PIK-R) adalah suatu wadah kegiatan program generasi berencana (GenRe) dalam rangka penyiapan kehidupan berkeluarga bagi remaja yang akan dikelola dari, oleh, dan untuk remaja guna memberi informasi dan arahan tentang perencanaan kehidupan berkeluarga bagi remaja. Pusat informasi konseling remaja (PIK-R) merupakan wujud dari Gerakan Generasi Berencana (GenRe) yang dibantu oleh pemerintah guna mewujudkan remaja yang terhindar dari seks pranikah, pernikahan dini, NAPZA (Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif).

Program yang ada dalam PIK-R Prayoga berkaitan dengan masalah yang ada di kalangan remaja yang sedang menjadi perbincangan karena marak terjadi di lingkungan sekitar contohnya peningkatan angka kehamilan diluar pernikahan. Program pada Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R) Prayoga *road show* menuju karang taruna desa atau dusun yang ada di Kecamatan Sleman, dengan memberi materi/ sosialisasi tentang dampak bahaya seks bebas beserta cara untuk menanggulangnya. Selain sosialisasi tentang seks bebas, PIK-R Prayoga juga melakukan sosialisasi mengenai NAPZA yang berkaitan dengan kenakalan remaja. PIK-R Prayoga tidak hanya memberi edukasi tentang seks bebas dan

NAPZA tetapi juga mengenai sosialisasi program Pendewasaan Usia Pernikahan (PUP) dan Gerakan Generasi Berencana (GenRe). Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R) Prayoga mengadakan *road show*/sosialisasi mengikuti jadwal pertemuan rutin suatu kelompok karang taruna yang akan diberikan materi.

Untuk mendukung proses penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi. penelitian yang dilakukan oleh Ika Wahyu Natalia (tahun 2016) yang berjudul Strategi Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur dalam mensosialisasikan Pemahaman Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) kepada Remaja Menuju Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera. Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa komunikasi langsung atau tatap muka melalui kegiatan di lapangan atau pada saat pelatihan kader, perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur juga menggunakan komunikasi bermedia yang merupakan komunikasi informatif dan dapat mempermudah proses sosialisasi adapun perencanaan untuk komunikasi bermedia yaitu pesan yang ingin disampaikan, sasaran yang dituju, media yang akan digunakan, dan siapa yang menjadi komunikator. Media yang digunakan dalam promosi dan sosialisasi adalah melalui televisi dengan *talk show* maupun spot BKKBN, radio, surat kabar, leaflet, dan poster.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Puji Lestari dan Eli Purwati (tahun 2018) yang berjudul Strategi Dinas Pengendalian Pendudukan dan Keluarga Berencana dalam Mengkampanyekan Pendewasaan Usia Perkawinan Terhadap Remaja Ponorogo 2017. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa dinas pengendalian penduduk dan keluarga berencana menggunakan strategi kampanye yang bervariasi yaitu dengan membentuk kelompok Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R) yang ramah remaja, membuat baliho, spanduk, serta memiliki pusat pelayanan keluarga sejahtera. Terbukanya akses di sekolah menjadi faktor pendukung untuk

mengkampanyekan program ini. Namun penelitian ini terdapat faktor penghambat yaitu masalah anggaran, kesadaran orang tua dan SDM pengelola yang masih minim.

Penelitian yang ketiga yaitu dari Herdiana Ayu Susanti (2015) yang berjudul Strategi Komunikasi Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian dari metode penelitian deskriptif kualitatif, strategi komunikasi BKKBN yang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang dituju langsung bagi remaja diantaranya pemilihan duta GenRe, *GenRe Goes To School*, *GenRe Goes To Campus*, lomba poster, dan komedi GenRe, kegiatan tersebut diharap menjadi media komunikasi yang menarik. Selain itu juga melakukan sosialisasi dengan pendekatan komunikasi interpersonal oleh BKKBN untuk membentuk Pusat Informasi dan Konseling Remaja dan Mahasiswa (PIK-R/M). hasil strategi komunikasi yang dilakukan BKKBN Provinsi DIY dalam mensosialisasikan program GenRe belum efektif, hal tersebut dilihat dari hasil survei angka pernikahan dini, seks bebas, pengguna NAPZA dan HIV/AIDS masih tinggi dan cenderung meningkat.

Persamaan ketiga penelitian diatas dengan penelitian ini adalah, ingin mengetahui strategi komunikasi dalam mengkampanyekan program Generasi Berencana (GenRe) dikalangan remaja dengan membentuk Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R). Tidak ada perbedaan yang mendasar antara tiga penelitian diatas dengan penelitian sekarang, karena sama-sama menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan kualitatif. Sedangkan perbedaan antara tiga penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah perbedaan pada objek penelitian dan lokasi penelitian, penelitian terdahulu lebih focus dalam mensosialisasi pendawasaan usia perkawinan (PUP). Berberda dengan penelitian sekarang yang berfokus pada proses edukasi pranikah dan bimbingan konseling pada remaja.

Dalam proses komunikasi pada program sosialisasi dan bimbingan konseling perlu adanya strategi komunikasi yang efektif agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima dengan baik oleh remaja. Pesan dapat dimengerti oleh remaja jika penyampaiannya menggunakan strategi yang tepat. Sehingga komunikator dapat memilih dan menentukan cara untuk berkomunikasi sesuai karakteristik. Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam melakukan edukasi pada remaja dikarenakan agar informasi tentang edukasi pranikah pada remaja tersebut dapat berjalan dengan dan memberikan efek yang baik pula sehingga tujuan PIK-R Prayoga dapat dicapai dengan maksimal, maka dari latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti akan mengajukan penelitian tentang **“Strategi Komunikasi Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R) Prayoga Dalam Melakukan Edukasi Pranikah Pada Remaja Di Kecamatan Sleman Tahun 2019”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dari peneliti ini adalah:

“Bagaimana Strategi Komunikasi Anggota Pusat Informasi dan Konserling Remaja (PIK-R) Prayoga dalam Melakukan Edukasi Pranikah pada Remaja di Kecamatan Sleman?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi anggota PIK-R Prayoga dalam melakukan edukasi pranikah pada remaja di Kecamatan Sleman
2. Mengetahui hambatan dalam menginformasikan bahaya seks pranikah pada remaja dan strategi yang dilakukan oleh PIK-R Prayoga dalam upaya mengedukasi remaja di Kecamatan Sleman.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya bagi Ilmu Komunikasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran, memperkaya pengetahuan tentang ilmu komunikasi, dan mampu menambah pengetahuan peneliti selanjutnya dalam mempelajari strategi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Pusat Informasi dan Konserling Remaja (PIK-R) Prayoga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi pelaksanaan dalam meningkatkan strategi komunikasi khususnya dalam mengedukasi pranikah pada remaja di Kecamatan Sleman

- b. Remaja di Kecamatan Sleman

Penelitian ini diharap dapat menjadi pedoman atau aturan bagi para remaja agar dapat melakukan penyiapan kehidupan berkeluarga bagi remaja.

E. Kajian Teori

1. Strategi komunikasi

Dalam melakukan suatu penelitian ilmiah pada dasarnya kajian teori akan menggambarkan hasil dari penelitian yang akan dilakukan. Kajian teori bisa diartikan berupa rangkuman atau ringkasan dan teori dari sumber bacaan yang ada kaitannya dengan tema yang akan diangkat di dalam penelitian tersebut. Berdasarkan judul, penelitian ini akan menggunakan kajian teori yaitu penjelasan tentang strategi komunikasi. Penulis berharap dari kajian tersebut dapat menjadi acuan peneliti untuk menjelaskan isi dari karya ilmiah dalam penelitian ini (Suryadi, 2018: 4).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai suatu tujuan, strategi tidak berfungsi sebagai peta yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus mampu

menunjukkan bagaimana taktis operasionalnya. Demikian dengan strategi komunikasi yang merupakan perpaduan rencana komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003: 32).

Arti komunikasi sangat penting bagi setiap manusia, sebab tanpa adanya komunikasi tidak akan terjadi interaksi dan tidak akan ada manusia yang saling bertukar pengetahuan dan pengalaman. Dalam ilmu komunikasi, strategi komunikasi merupakan faktor penentu berhasil atau tidak suatu kegiatan komunikasi. Penggunaan strategi komunikasi yang tepat agar gagasan diperhatikan, dimengerti dan diikuti oleh sasaran, maka harus memiliki pengetahuan yang luas tentang apa yang akan disampaikan. Tanpa pengetahuan itu semua, penggunaan dan pemilihan strategi tidak dapat dilakukan karena dalam strategi komunikasi hanya dapat digunakan untuk pesan dan hasil tertentu. Strategi komunikasi mempunyai tujuan utama yaitu terciptanya komunikasi yang efektif agar mampu melahirkan efek dari komunikasi tersebut.

Mintzberg dalam Oliver menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

- a. Sebuah rencana, suatu arah yang diinginkan secara sadar
- b. Sebuah cara, suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor
- c. Sebuah pola, suatu cara untuk menempatkan suatu organisasi dalam lingkungan
- d. Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegritas dalam memandang dunia. (Oliver, 2006: 2).

Konsep strategi komunikasi di sini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan perencanaan strategi tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang (Cangara, 2017: 66). Strategi komunikasi yang mudah diterima pihak lain di masyarakat adalah yang didasari oleh kepentingan dari seluruh pihak yang terlibat di

dalam proses strategi komunikasi tersebut. Keinginan yang baik itulah sebagai dasar semua Tindakan dan pesan komunikator untuk memperbaiki orang lain, khususnya komunikasi, keinginan baik inilah yang menjadikan motivator komunikasi menerima perubahan, bahkan keinginan ini pula yang mendasari semua pihak yang terlibat di dalam strategi komunikasi (Bungin, 2015: 63).

Bahasa merupakan lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi, dalam proses penyampaian pesan pada umumnya disampaikan dengan menggunakan Bahasa. Bahasa verbal maupun nonverbal merupakan sarana untuk penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Tetapi Bahasa juga dapat menjadi penghalang komunikasi jika:

- a. Kata yang sama diartikan secara berbeda,
- b. Kata dan kalimat kabur,
- c. Kata terlalu khas dan merupakan istilah pada bidang khusus, atau tidak umum untuk dipakai, dan
- d. Kalimat bertele-tele dan sulit dimengerti (Agus Hardjana, 2003: 42).

Kajian dari strategi komunikasi cukup banyak, strategi komunikasi diaplikasikan dan ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada saat proses komunikasi. Proses komunikasi dilakukan oleh kelompok maupun individu bahkan oleh organisasi atau Lembaga formal maupun non formal. Strategi atau perencanaan komunikasi merupakan sebuah dokumen tertulis yaitu:

- a. Hal apa yang ingin di capai
- b. Mengapa menginginkan hasil yang diperoleh
- c. Siapa sasaran yang ingin dituju
- d. Apa yang menjadi kata kunci pada pesan yang akan dibawakan

- e. Siapa yang berperan menjadi aktor dalam penyampaian pesan dan cara bagaimana untuk memilih dan mengukur
- f. Menggunakan cara seperti apa untuk mencapai tujuan yang diinginkan
- g. tipe saluran komunikasi seperti apa yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan
- h. Kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan
- i. Bagaimana cara untuk mengukur atau mengevaluasi hasil dari program yang dijalankan (cangara, 2013: 46-47)

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy (2004:31-33) Menggunakan strategi dalam berkomunikasi merupakan hal yang sangat penting, karena hal tersebut dapat memperlancar proses komunikasi berdasarkan sifatnya yaitu:

- a. Komunikasi tatap muka (*face-to-face-communication*)

Komunikasi tatap muka digunakan apabila kita mengharapkan efek tingkah laku (*behavior change*) dari komunikan. Komunikasi tatap muka mempunyai kelebihan antara lain karena pada saat komunikator dan komunikan langsung bertemu secara pribadi dan saling bertukar informasi satu sama lain, maka komunikator akan mengetahui pada saat berkomunikasi apakah komunikan memperhatikan dan mengerti apa yang dikomunikasikan dengan saling melihat. Umpan balik langsung (*immediate feedback*) sangat diperlukan dalam berkomunikasi

- b. Komunikasi bermedia (*public media dan mass media*)

Komunikasi bermedia adalah komunikasi yang sarannya untuk menghubungkan satu pesan kepada penerima pesan jarak jauh. Komunikasi bermedia disebut sebagai komunikasi yang banyak digunakan untuk komunikasi informatif karena jenis komunikasi ini tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku komunikan.

Ada beberapa perbedaan antara komunikasi tatap muka dengan komunikasi bermedia, walaupun demikian tetap ada untung-ruginya. Dalam komunikasi bermedia ialah tidak persuasif dan dalam komunikasi bermedia, seorang komunikator tidak dapat menerima *feedback* dengan cepat karena proses pengiriman pesan berbeda dengan komunikasi tatap muka tetapi komunikasi bermedia dapat mencapai komunikan dalam jumlah yang besar atau luas. Dalam komunikasi tatap muka, komunikator langsung mendapat *feedback* dari komunikannya. Komunikasi tatap muka lebih efektif daripada komunikasi bermedia. Namun dalam hal efisiensi komunikasi bermedia lebih efektif daripada komunikasi tatap muka, karena adanya factor kecepatan dan keluasan informasi tersebut di sampaikan kepada komunikan. (Effendy, 2004: 31-33).

Seperti halnya strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, sebab teori merupakan dasar pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold Lasswell dalam Effendy (2004) yang berjudul *Dinamika Komunikasi* mengatakkn bahwa yang terbaik untuk menerangkan suatu kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who say what in which channel to whom with what effect?*”

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatu harus dipertaruhkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pernyataan dalam rumusan Lasswell tersebut.

a. Who? (Siapa Komunikatornya?)

Dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa individu, kelompok, organisasi.

b. Say what? (Pesan Apa Yang Ditanyakan?)

Say what menjelaskan apa yang akan dikomunikasikan kepada komunikan dari komunikator.

c. In Which Channel? (Media Apa Yang Digunakan?)

Saluran/media merupakan suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara tatap muka maupun tidak langsung.

d. To Whom? (Siapa komunikannya?)

Merupakan seseorang yang menerima pesan bisa berupa suatu kelompok, organisasi, dan individu.

e. With what effect? (Efek apa yang diharapkan?)

Efek yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dan seperti apa perubahan sikapnya.

Rumusan Lasswell tersebut secara implisit mengandung pertanyaan yang lain perlu dijawab dengan saksama, pertanyaan tersebut adalah:

- a. When (Kapan Dilaksanakan)
- b. How (Bagaimana Pelaksanaannya)
- c. Why (Mengapa Dilaksanakan Demikian)

Tambahan pertanyaan tersebut dalam strategi komunikasi sangat penting karena pendekatan (*approach*) terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi bisa berjenis-jenis, yakni:

- a. Information (informasi)
- b. Persuasion (persuasi)
- c. Instruction (instruksi)

Dalam buku (Liliweri, 2011: 239) mejelasan bahwa keberadaan strategi tidak terlepas dari tujuan yang di capai. Hal ini ditujukan oleh suatu jaringan kerja yang

membimbing Tindakan yang adakan dilakukan, pada waktu yang sama strategi akan mempengaruhi Tindakan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa persyaratan yang diperlukan untuk merumuskan strategi adalah meningkat pemahaman tentang tujuan. Hal ini bermaksud, setelah kita bersama-sama memahami hakikat dan makna dari suatu tujuan, maka strategi di buat untuk mencapai tujuan. Tanpa adanya tujuan, maka tindakan yang dibuat untuk sekedar membuat suatu taktik yang dapat meningkat secara cepat namun sebaliknya dapat merosot ke dalam masalah lain. Sehingga tujuan komunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting karena meliputi:

a. Memberitahu (*announcing*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, artinya pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communications strategy is to announce the availability of information on quality*). Maka dari itu, informasi yang akan dipromosikan berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

b. Memotivasi (*Motivating*)

Jika kita sedang mempersiapkan penyebaran informasi tentang layanan operasi mata katarak bagi masyarakat yang membutuhkan. Kita berfikir bahwa audiens belum tentu mengetahui segala tentang penyakit katarak ini hanya dari sumber semata-mata, tetapi mereka dapat mengaksdes informasi ini dari berbagai macam media massa cetak maupun elektronik, dari cerita keluarga, maupun dari informasi yang mereka peroleh dari sekolah. Penyebaran informasi yang disebarkan ini harus dapat mengusahakan agar informasi yang diterima masyarakat harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat agar dapat mencari dan mendapatkan kesempatan untuk operasi katarak.

c. Mendidik (*educating*)

Tujuan strategi komunikasi berikutnya adalah *educating*. Tiap informasi mengenai rekrutmen pegawai baru dari suatu perusahaan, atau tentang pendaftaran pasien harus diinformasikan dalam kemasan *educating* atau bersifat mendidik. Contoh, bagaimana perananan dan keterlibatan masyarakat dalam memelihara Kesehatan agar tidak tertular virus HIV/ AIDS, dan bagaimana memcuci tangan dengan benar dan masih banyak lagi. Inilah yang disebut dengan *strategy of educating*.

d. Menyebarkan informasi (*informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens yang akan disasar. Diusahakan agar semua informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang akurat dan actual, sehingga dapat diterima oleh konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-mata tetapi juga mengandung unsur Pendidikan. Ini yang disebut dengan *strategy of informing*.

e. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*)

Tujuan strategi komunikasi yang terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi yang utama bagi pembuat keputusan. Contoh, Ketika seseorang hendak meyakinkan kepala daerah untuk mendapatkan dana bagi penanganan bencana alam, maka informasi yang kita berikan harus lengkap dan jelas tentang segala hal yang berkaitan dengan penanganan bencana alam. yang utama informasi ini harus bersifat kuantitatif. (Liliweri, 2011: 248-249).

2. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam menjalani kehidupannya tidak boleh menyerah dengan keadaan sesulit apapun. Keinginan manusia untuk mengubah kehidupannya ini menjadi suatu filosofi perencanaan, bahwa suatu perubahan merupakan untuk memperoleh kepuasan hasil yang optimal, serta adanya upaya penyesuaian jika terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Perencanaan merupakan tugas penting bagi suatu organisasi. Perencanaan merupakan suatu langsung paling utama dan penting dalam keseluruhan manajemen agar faktor produksi yang biasanya sangat terbatas dapat diarahkan semaksimal mungkin agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan merupakan suatu pernyataan tertulis mengenai segala sesuatu yang akan atau yang harus dilakukan. Sedangkan perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai yang diinginkan. Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari tahap identifikasi masalah komunikasi, tahapan perumusan tujuan komunikasi, tahap penetapan rencana strategi, tahapan penetapan rencana operasional, tahap penyusunan rencana evaluasi, dan tahap rencana rekomendasi

Menurut Waterston (1965) dalam Cangara (2017) perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna untuk memilih alternatif yang terbaik dalam mencapai tujuan. Perencanaan (planning) adalah seluruh proses pemikiran dan penentuan secara matang terkait dengan hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. (Cangara 2017: 24).

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja Kembali kepada elemen dari komunikasi tersebut, yakni *who say what, to who through what channel, and what effects*. Karena itu merupakan pelaksanaan strategi yang dijalankan dalam

perencanaan komunikasi harus diawali dengan Langkah-langkah sebagai berikut (Cangara 2017:133-175):

a. Memilih dan menetapkan komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator merupakan sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berjalan dengan baik, maka kesalahan utama narasumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan mendekati khalayak dengan menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator yang akan memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seseorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program, harus terampil, kaya ide dan penuh dengan daya kreativitas.

b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisi Kebutuhan Khalayak

Memahami masyarakat, hal ini akan menjadi hal utama sebagai target sasaran program komunikasi, sebab semua aktifitas komunikasi diarahkan kepada masyarakat. Masyarakatlah yang akan menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi masyarakat, tetapi jika mereka tidak tertarik pada suatu program yang di tawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

c. Teknik Menyusun Pesan

Pesan sangat tergantung pada program yang akan disampaikan. Jika program tersebut bersifat komersial untuk mengajak orang membeli barang yang akan dipasarkan, maka pesan yang disampaikan harus bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan produk yang bentuknya program penyuluhan untuk menyadarkan masyarakat maka pesan harus bersifat persuasif dan edukatif. Tetapi jika program

yang disampaikan bersifat hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka pesan tersebut bersifat informatif.

d. Penetapan rencana anggaran

Suatu hal yang tidak boleh diabaikan yaitu pentingnya memberi dana khusus bagi saluran-saluran komunikasi antarpribadi (*door to door*). Memang kelihatannya pengguna saluran komunikasi antarpribadi tidak seterbuka apa yang dibuat melalui media massa seperti media cetak dan TV, tetapi memiliki pengaruh pesan yang persuasif dalam mempengaruhi orang lain, terutama dari lingkungan keluarga, kolektivitas, tetangga dan sahabat.

e. Penyusunan jadwal kegiatan (*Time Schedule*),

Program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung yang lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan dilakukan. Seperti kegiatan kampanye atau sosialisasi yang dilakukan dengan memperhitungkan waktu yang tepat, sehingga sasaran kampanye atau sosialisasi dapat mengena.

f. Penetapan tim kerja

Untuk melaksanakan suatu program komunikasi, perlu adanya personil yang handal dan menguasai tugas-tugas komunikasi yang akan dilaksanakan. Sebenarnya urusan personil kampanye atau sosialisasi merupakan bagian dari Tim Sukses dari partai tersebut. Mengenai besarnya tim, dapat ditambah atau dikurangi menurut besar kecilnya ruang lingkup kegiatan.

g. Evaluasi dan Audit Komunikasi

Evaluasi merupakan metode pengajuan dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, hal ini bertujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai. Evaluasi dilakukan untuk mengukur

sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Evaluasi dapat dilakukan dengan kesepakatan dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah.

Efektivitas suatu program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi. Evaluasi dapat dilakukan dengan dua acara, yaitu:

a. Evaluasi program

Evaluasi program dapat disebut dengan evaluasi sumatif yaitu evaluasi yang dilakukan untuk melihat seberapa jauh tujuan akhir yang ingin dicapai (*goal*) dari suatu kegiatan, apakah terpenuhi atau tidak serta untuk melakukan modifikasi tujuan program dan strategi program.

b. Evaluasi manajemen

Evaluasi manajemen bisa disebut juga dengan evaluasi formatif yaitu evaluasi yang dilakukan untuk melihat pencapaian operasional kegiatan. Seperti apakah hal-hal yang dilakukan masih dalam tataran rencana yang telah ditetapkan semula, melihat apakah kegiatan berjalan lancar atau tidak, apakah usaha yang dilakukan mengalami kemajuan atau tidak, dan untuk mengetahui ada tidaknya hambatan yang ditemui, serta untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut.

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan manusia di dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik dalam lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia terlahir untuk menjawab tantangan (*challenge and response*) yang di hadapi. Dalam kehidupan. manusia memiliki peluang untuk mengubah kehidupannya dari cara yang tradisional menjadi cara yang modern. Keinginan manusia untuk mengubah hidupnya ini menjadi landasan filosofi perencanaan, bahwa perubahan dilakukan untuk mencapai kepuasan dengan hasil yang optimal serta adanya upaya penyesuaian jika terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam buku perencanaan dan strategi komunikasi (Hafied Cangara, 2013) menyebutkan ada beberapa pakar yang memberi pengertian atau definisi tentang perencanaan, berikut defisininya:

- a. Keufman 1972 dalam Cangara 2013 menjelaskan bahwa Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang efisien atau efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.
- b. *Planning is s process for determining appropriate future action through a sequence of choices* (perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan Tindakan yang akan diambil secara tepat melalui serangkaian pilihan)
- c. Planning (perencanaan) merupakan keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari sebuah hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- d. Waterston 1965 berkata bahwa perencanaan adalah sebuah usaha sadar, terorga nisasi, dan terus-menerus untuk memilih alternatif yang baik guna mencapai sebuah tujuan tertentu.

Meskipun pengertian yang dikemukakan oleh para ahli berbeda satu sama lain, namun para ahli menyetujui bahwa perencanaan pada hakikatnya adalah sebuah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan. Maka dari itu, dalam perencanaan ada dua belas pokok pikiran yang terkandung didalamnya, yaitu: (a) perencanaan sebagai usaha yang disengaja, dan dilakukan secara sadar, (b) perencanaan menempatkan manusia sebagai modal dasar dalam menggerakkan setiap usaha, (c) perencanaan menggunakan hasil riset, data, dan informasi, (d) ada tujuan yang ingin

dicapai, sehingga memerlukan keputusan dan tindakan yang akan diambil, (e) adanya sebuah keinginan untuk merubah keadaan, (f) berorientasi masa depan (optimis), (g) pemecahan masalah, (h) pemilihan alternatif, (i) pengalokasian sumber daya *socio-technical*, (j) menjadi dasar acuan pelaksanaan, (k) menjadi pengendali dan *monitoring* pelaksanaan, (l) perencanaan sebagai proses yang berkelanjutan. Dari ke dua belas pokok pikiran di atas dapat disimpulkan bahwa kapan seseorang membuat perencanaan berarti ia menetapkan hal apa yang harus dikerjakan, siapa yang akan mengerjakannya, dan bagaimana cara untuk mengerjakannya (Cangara, 2013: 22-23).

Perencanaan dapat dilihat dari berbagai perspektif serta ruang lingkup yang dicakup, oleh karena itu perencanaan digolongkan dalam beberapa tipe, yaitu sebagai berikut:

a. Perencanaan menurut substantive

1) Perencanaan ekonomi (*economic planning*)

Perencanaan ekonomi adalah perencanaan yang focus pada pembangunan ekonomi. Contohnya perencanaan peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional, perencanaan pembangunan jalan bebas hambatan, dan perencanaan perluasan usaha serta peningkatan daya serap tenaga kerja.

2) Perencanaan sosial

Perencanaan yang berfokus pada kehidupan sosial masyarakat. Contohnya perencanaan di bidang Kesehatan untuk mencegah stunting pada 1000 hari pertama kehidupan (*life expectation*), perencanaan untuk peningkatan melek huruf dalam rangka mendukung indeks pembangunan manusia (*human development index*), perencanaan pengendalian penduduk.

3) Perencanaan fisik (*physical planning*)

Perencanaan yang berorientasi pada aspek fisik. Misalnya perencanaan tata kota, perencanaan pembangunan Gedung, perencanaan untuk peningkatan kapasitas daya tahan jalan raya.

b. Perencanaan menurut tingkatan

1) Perencanaan Makro

Perencanaan makro adalah perencanaan yang dijabarkan pada tingkat yang sifatnya umum., dan memerlukan penjabaran lebih lanjut. Contohnya tujuan pembangunan jalan nasional untuk meningkatkan perekonomian. Perencanaan yang disusun secara makro perlu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul, misalnya:

- a) Apakah tujuan nasional itu?
- b) Pendekatan seperti apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut?
- c) Lembaga apa yang diperlukan untuk itu?
- d) Bagaimana seharusnya Lembaga tersebut berperan?
- e) Sumber daya seperti apa yang digunakan untuk menunjang tercapainya tujuan?
- f) Program-program seperti apa yang digunakan untuk menunjang tercapainya tujuan?
- g) Apa kriteria atau standar yang ditetapkan untuk menyatakan pencapaian suatu tujuan?

2) Perencanaan Meso

Perencanaan meso adalah perencanaan yang berdasarkan pada kebijakan yang telah ditetapkan pada tingkat makro, lalu dijabarkan secara rinci ke dalam program-program yang lebih kecil. Pada tingkatan ini, perencanaan meso bersifat

operasional dan disesuaikan dengan kondisi department, daerah atau unit pelaksanaan,

3) Perencanaan Mikro

Ialah perencanaan yang dijabarkan secara rinci pada sub- sector. Misalnya perencanaan pemerintah kabupaten menurut sektor ekonomi, sosial, fisik yang akan dijalankan oleh dinas terkait (Cangara, 2013: 24-25).

3. Manajemen Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Komunikasi dikatakan berhasil jika penyampaian pesan dapat diterima dengan jelas oleh audiens dan tidak terlepas dari pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Strategi pada dasarnya merupakan sebuah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan.

Konsep manajemen merupakan suatu proses menunjukkan bahwa aktivitas harus dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Manajemen sebagai seni bahwa aktivitas manajemen tidak bisa terstruktur dengan pasti karena berbagai keadaan yang tidak pasti dan secara terus menerus mempengaruhi jalannya satu organisasi. Manajemen komunikasi bertujuan untuk mengelola kegiatan komunikasi supaya dapat berjalan dan mencapai hasil secara efektif.

Definisi manajemen menurut Malayu S.P Hasibuan (2006) bahwa manajemen sebagai ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lain secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan. Menurut oey Liang Lee (1975) mengatakan bahwa manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pengarahan, dan pengontrolan dari *human and natural resources*. Pada prinsipnya, manajemen tidak hanya berupa ilmu dan seni, tetapi merupakan kombinasi keduanya. Kombinasi tersebut tidak hanya dalam proporsi yang

tetap, tetapi dalam proporsi yang bermacam- macam. Pada umumnya seorang manajer mempergunakan pendekatan ilmiah dalam pembuatan keputusan agar efektif (Abidin, 2015: 51-52).

Karakteristik manajemen yaitu sebagai berikut:

- a. Manajemen merupakan perpaduan antara ilmu dan seni untuk mencapai suatu tujuan organisasi.
- b. Manajemen merupakan suatu proses yang sistematis, terkoordinasi, dan kooperatif dalam memanfaatkan sumberdaya manusia dan sumber lainnya.
- c. Manajemen mempunyai suatu tujuan yaitu, berhasil dan tidaknya suatu tujuan itu tergantung pada kemampuan seseorang dalam menggunakan potensi yang ada,
- d. Manajemen merupakan suatu sistem kerja sama yang kooperatif dan rasional.
- e. Manajemen didasarkan pada pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab yang teratur (Abidin 2015: 52-53).

Sikula dalam Yusuf Zainal A (2015) menjelaskan bahwa manajemen dikaitkan dengan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi yang bertujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga menghasilkan produk atau jasa secara efisien. Berikut ini merupakan fungsi-fungsi manajemen:

a. *Planning* (Perencanaan)

Melalui perencanaan terdapat kesamaan pandangan, sikap, dan Tindakan dalam pelaksanaan di lapangan. Perencanaan dilakukan sebelum suatu kegiatan dilaksanakan dengan menimbang beberapa unsur, seperti komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan suatu proses penyusunan struktur yang sesuai dengan tujuan, sumber daya yang ada, dan lingkungan yang melingkupi. Penyusunan struktur organisasi, merupakan suatu pengelompokan kegiatan kerja yang tegas dan sesuai dengan pembagian tugas. struktur organisasi diatur dari berbagai hubungan baik antara ketua organisasi dan anggota.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan berfungsi untuk membangkitkan dan mendorong anggota organisasi agar tetap solid untuk mencapai suatu tujuan, sesuai dengan perencanaan pengorganisasian dari ketua.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan adalah suatu proses untuk memantau kinerja dan pengambilan Tindakan untuk mendukung tercapainya tujuan suatu organisasi. Har ini bertujuan untuk menghindari penyimpangan atas tujuan yang ingin dicapai. (Abidin, 2015: 54-55)

Dalam membuat perencanaan anggota harus menjadi bagian dari harapan manajemen dan harus berpikir strategis. Konsep perencanaan ini berfokus pada penentuan tujuan jangka panjang, mengadopsi tindakan, dan alokasi sumber daya yang tepat untuk melaksanakan tujuan, terdapat berbagai indikasi dalam perencanaan komunikasi yaitu, tujuan komunikasi, identifikasi target publik, perencanaan pesan, strategi tindakan dan komunikasi, pertimbangan strategi dan taktik, jadwal dan anggaran

Terdapat dua tipe perencanaan menurut cultip, center, dan broom dalam Yusuf Zainal A (2015), yaitu *planning mode* dan *evolusionary mode*. *Planning mode* yaitu renana sistematis dan panduan untuk mencapai tujuan suatu organisasi. *Evolusionary*

mode yaitu strategi yang diterapkan dan mempunyai pola keputusan yang mampu menyesuaikan peluang atau ancaman organisasi.

Perencanaan strategi dalam manajemen komunikasi meliputi pengambilan keputusan tentang objektif dan tujuan program, mengidentifikasi publik, membuat kebijakan dalam menyeleksi strategi dan memantapkan strategi. James Grunig dalam Yusuf Zainal A (2015) untuk menentukan target publik dibagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

- a. *Latent Public*, yaitu orang-orang yang kurang peduli dalam permasalahan yang ada dalam suatu organisasi.
- b. *Non- Public*, orang atau kelompok yang tidak berdampak secara langsung
- c. *Awere Public*, yaitu orang yang peduli dengan masalah yang ada di suatu organisasi
- d. *Active Public*, yaitu orang yang tidak hanya terpengaruh dan peduli terhadap organisasi, tetapi mereka juga mengikuti organisasi tersebut secara progresif. (Abidin. 2015: 59-60)

Fungsi manajemen dalam komunikasi:

- a. Memahami dan sewajarnya menggunakan jaringan organisasi formal
- b. Menentukan penyesuaian bentuk komunikasi atau menggabungkan dari berbagai bentuk untuk mendistribusikan secara optimal informasi dalam jenjang organisasi.
- c. Menyediakan komunikasi tertulis yang jelas dan menggunakan bahasa yang tepat untuk pemesan dan penerima
- d. Mengkonsultasikan dengan departemen atau disiplin lain dalam mengkoordinasikan peran yang tumpang tindih usaha- usaha kelompok
- e. Membedakan antara “informasi” dan “komunikasi” dan sewajarnya menilai kebutuhan untuk bawahan agar memiliki keduanya
- f. Pandai dalam keterampilan komunikasi menggunakan telepon (Kamalia, 2020: 132).

Strategi komunikasi sejatinya menempati dua ruang besar yaitu perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. Dari pemahaman ini menyebutkan bahwa komunikasi membutuhkan perencanaan, lalu membutuhkan manajemen sebagai *rules* dalam melaksanakan rencana yang telah dibuat. Melalui strategi diharapkan lebih efektif dan efisien serta menemukan jalan tercepat dan tepat dalam mencapai tujuan pesan. Manajemen merupakan bagian kedua dari strategi komunikasi, manajemen komunikasi merupakan pengatur komunikasi dalam melaksanakan perencanaan yang sudah dibuat. Pengaturan dilakukan agar rencana yang telah disusun dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan harapan yang di inginkan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Nasir dalam Ajat Rukajat (2018: 1) mengatakan bahwa penelitian ini menggunakan jenis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah metode dalam penelitian masyarakat, penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta antar fenomena yang diselidiki. Dengan kata lain, penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan objek dan subjek yang akan diteliti.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, data primer disebut juga dengan data asli (Siyoto dan Sodik, 2015: 67-68). Data ini akan di dapat dari hasil observasi dan wawancara dengan konselor PIK-R Prayoga dan remaja yang pernah mengikuti konseling.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti data-data dari berbagai instansi (Siyoto dan Sodik, 2015: 68). Data ini dapat diperoleh dari arsip Pusat Informasi dan Konseling Remaja Prayoga.

3. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R). Organisasi ini berlokasi di Jl. Magelang Km No. 14, Temulawak Triharjo, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, wawancara adalah suatu proses interaksi antara pewawancara dan narasumber atau seseorang di diwawancarai melalui komunikasi langsung atau dapat dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka dengan alat yang bernama *interview guide* Nazir dalam buku Fandi (2016: 03). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, karena alur pembicaraan lebih diarahkan oleh narasumber, daripada pertanyaan yang sudah disusun oleh peneliti. Keuntungan dari wawancara ini bisa mengembangkan atau memperluas informasi dan lebih spontan dalam pembicaraan (Ahmadi. 2016: 122-123).

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang akan di teliti, observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan di lapangan (Afiyanti dan Rachmawati, 2014: 121). Dalam melakukan suatu pengamatan, seorang peneliti terlibat secara pasif, yang

artinya peneliti tidak terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang subjek lakukan dan tidak melakukan interaksi dengan subjek secara langsung (Ghony dan almanshur, 2016: 165). Observasi yang dilakukan peneliti saat terjun kelapangan yaitu dengan mengamati dan mencatat pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang dilakukan PIK-R Prayoga kepada remaja.

c. Studi Dokumen

Menurut Hammersley dan Atkinson perlunya pengumpulan data menggunakan metode studi dokumen dikarenakan dokumen dapat memberikan informasi tentang studi yang tidak dapat diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara, yang merupakan dokumen adalah buku-buku dan data-data yang berkaitan dengan peneliti (Afiyanti dan Rachmawati, 2014: 133)

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari kegiatan Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R) Prayoga. Selain itu peneliti juga melakukan dokumentasi berupa gambar/foto saat wawancara, agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan.

5. Teknik Pengambilan Informa

Teknik yang digunakan dalam pengambilan informan ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dilandasi tujuan atau pertimbangan terlebih dahulu, oleh karena itu, pengambilan informasi didasarkan pada maksud yang sudah ditetapkan sebelumnya (Yusuf, 2014: 369). Informan dalam penelitian ini adalah konselor PIK-R Prayoga dan remaja yang telah mengikuti penyuluhan. Berikut kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu:

a. Karakteristik konselor:

- 1) Konselor yang terjun langsung di lapangan
- 2) Pengalaman menjadi konselor di PIK-R Prayoga minimal 1 tahun

b. Karakteristik remaja:

1) Remaja yang mengikuti minimal 2 kali penyuluhan

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengelompokkan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satu uraian dasar yang bertujuan menemukan tema dan dapat diperoleh hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substantive (Moleong, 2001: 103).

Analisis data pada penelitian kualitatif adalah proses mencari dan Menyusun data secara logis dan sistematis, analisis data dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lapangan untuk berinteraksi dengan subjek hingga pada akhir pengumpulan data (Ahmadi, 2016: 229).

Adapun proses analisis data kualitatif sebagai berikut:

- a. Mencatat hasil pengamatan dilapangan, dengan memberi kode agar sumber data mudah untuk ditelusuri
- b. Mengumpulkan dan memilih, mengklasifikasikan, menyelaraskan, membuat kesimpulan dan membuat indeksnya
- c. Membuat agar kategori data mempunyai makna, mencari, menemukan pola dan hubungan Seiddel dalam buku Ghony dan Almanshur. Dalam melakukan proses analisis data, peneliti harus memperhatikan transkrip wawancara, transkrip diskusi kelompok, catatan lapangan dari pengamatan, catatan harian peneliti, catatan kejadian penting saat di lapangan, dan rekaman video (Ghony dan Almanshur 2016: 248).

7. Uji Validitas Data

Validitas adalah menunjukkan sejauh suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka harus menggunakan timbangan. Timbangan adalah alat pengukur yang valid bila dipakai mengukur berat. Bila ingin mengukur suatu panjang benda maka harus menggunakan meteran. Meteran adalah suatu alat pengukur yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang. Bilamana

peneliti menggunakan kuisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Singiarimbun dalam Endra, 2017: 132)

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi menurut Lexy j. Moleong (2016: 178), teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Triangulasi sumber, mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi, artinya peneliti tidak hanya mendapat informasi dari satu informan, tetapi peneliti juga mendapat informasi lebih dari satu sumber, jadi dalam penelitian ini, peneliti mendapat informasi tidak hanya dari satu informan (konselor), namun dari dua konselor.
- b. Triangulasi metode, adalah menggunakan lebih dari satu metode untuk mengontrol. Jika pada awalnya peneliti menggunakan metode wawancara, maka selanjutnya peneliti melakukan pengamatan atau obsevasi (Wijaya, 2019: 22).