

**COMMUNICATION STRATEGY POPULATION AND CIVIL REGISTRY IN
SOCIALIZING CHILD IDENTITY CARD IN DISTRICT BANGKINANG
KOTA IN KAMPAR DISTRICT**

Oleh: Annisa Novita
Email: annisanovitaregiska@yahoo.com
Pembimbing: Ir. Rusmadi awza, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Child Identity Card (KIA) is a card issued by the government to collect data, provide protection, and fulfill the constitutional rights of children in Indonesia. Besides will be a valid identification or proof of self to the child, especially will make children can do public service independently, and meet their needs easily, quickly and cheap, such as education, health, and other social activities. Kampar regency being one of the current Child Identity Card program implementers is based on the largest number of birth certificates in the region.

The purpose of this research is to know how communicator strategy, audience strategy, message planning and media selection of Department of Population and Civil Registry in socializing Child Identity Card program. This research uses qualitative research method with descriptive analysis. The informant of this research is five people chosen purposively. Data collection techniques used are observation, interview, and documentation. Data validity technique used in this research is triangulation and extension of participation. The results obtained show that the strategy communicator conducted by the Department of Population and Civil Registry of Kampar Regency is by first determining the target communicator, determining how to communicate and credibility sumber who have the readiness and seriousness in disseminating the Child Identity Card to the community. Then the target audience is divided into 3 segments. Schools, hospitals / clinics, and the general public. Message planning is used directly to the message, through two format of organizing message that is topical format, spatial format and problem solving which then maximize delivery of message with actual message style. The last use of media is done by using mass media which is divided in electronic media and print media so that can reach all layers of society.

Keywords: Communication Strategy, Socializing, Child Identity Card

PENDAHULUAN

Salah satu yang menjadi permasalahan suatu negara adalah pertumbuhan penduduknya. Pertumbuhan penduduk adalah perubahan populasi sewaktu-waktu, dan dapat dihitung sebagai perubahan dalam jumlah individu dalam sebuah populasi. Penduduk adalah orang yang berdomisili atau bertempat tinggal menetap di wilayah suatu negara dan telah memiliki syarat menurut undang-undang. Sedangkan yang disebut bukan penduduk adalah orang yang berada di wilayah negara untuk sementara serta tidak bermaksud bertempat tinggal tetap di negara itu. Adanya perbedaan itu maka berbeda pula hak dan kewajibannya. Kependudukan atau demografi adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia. Meliputi di dalamnya ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan. Analisis kependudukan dapat merujuk masyarakat secara keseluruhan atau kelompok tertentu yang didasarkan kriteria seperti pendidikan, kewarganegaraan, agama, atau etnisitas tertentu. (Sudjarwo, 2004).

Tentunya seiring berjalannya waktu, jumlah individu dalam sebuah populasi semakin meningkat, tentunya teknologi informasi dan komunikasi akan juga akan membawa perubahan positif dan negatif, termasuk persepsi yang diinformasikan oleh media sebagai perantaranya. Dampak positif menunjukkan bahwa adanya

informasi dan komunikasi yang meliputi seluruh aspek kehidupan dapat menambah wawasan yang luas dan mampu membandingkan kemajuan dari suatu daerah maupun negara. Salah satu contohnya yaitu Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP). Program e-KTP merupakan informasi dan program yang dikeluarkan pemerintah kepada masyarakat di Indonesia. Program e-KTP ini bertujuan untuk mewujudkan database kependudukan yang akurat dengan mencegah dan menutup kemungkinan adanya KTP ganda maupun palsu.

Selain itu, juga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan perencanaan pembangunan, kebijakan pemerintah, dan kelancaran agenda politik dalam bentuk penyediaan data pemilih untuk pilkada, pilpres, dan pemilu.

Setelah e-KTP berhasil dilaksanakan oleh pemerintah, pemerintah mengeluarkan Kartu Identitas Anak (KIA) sesuai dengan peraturan menteri dalam negeri Republik Indonesia nomor 2 pada tahun 2016. Kartu Identitas Anak (KIA) adalah kartu yang diterbitkan pemerintah untuk melakukan pendataan, untuk memberikan perlindungan, dan pemenuhan hak konstitusional anak-anak yang ada di Indonesia.

Kementrian Dalam Negeri (Kemendagri) memprogramkan Kartu Identitas Anak (KIA) sebagai upaya untuk mendata penduduk sejak lahir sampai nantinya memiliki e-KTP. Penerbitan KIA merupakan perwujudan kehadiran negara dalam peningkatan kualitas publik, karena KIA yang akan dimiliki oleh setiap anak Indonesia disamping akan menjadi tanda pengenalan atau bukti diri yang sah bagi anak, terutama

juga akan menjadikan anak dapat melakukan pelayanan publik secara mandiri, dan memenuhi kebutuhan dirinya dengan mudah, cepat dan murah, antara lain kegiatan pendidikan, kesehatan, maupun kegiatan sosial lainnya.

KIA merupakan salah satu dokumen negara yang diberikan kepada anak, untuk menjaga agar anak terlindungi hak-hak mereka sebagai anak. Pemerintah menerbitkan KIA bertujuan untuk meningkatkan pendataan penduduk, memberikan perlindungan dan pelayanan publik serta sebagai upaya memberikan perlindungan dan pemenuhan hak konstitusional warga negara.

Program yang di kordinir oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil ini berorientasi masyarakat. Karna pada dasarnya program ini melibatkan masyarakat secara aktif sebagai pelaksana. Selain itu juga melibatkan instansi pemerintah dan swasta serta perusahaan-perusahaan yang ada di Kabupaten Kampar. Program ini memiliki tujuan agar meningkatkan pendataan penduduk, perlindungan dan pelayanan publik.

Penerapan KIA pada masyarakat Kabupaten Kampar dilaksanakan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar. Salah satu strategi yang dilakukan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten kampar dalam mensosialisasikan KIA ini adalah dengan berkunjung ke sekolah, rumah sakit, bidan, serta penitipan anak. Serta mengadakan sosialisasi penerapan KIA yang beranggotakan perwakilan Kepala Sekolah TK, SD, dan SMP Se Kabupaten Kampar, serta Pimpinan Panti Asuhan, Kepala Rumah Sakit dan Klinik Bersalin.

Hal tersebut diharapkan agar para orangtua peduli terhadap kebijakan baru pemerintahan. Dipilihnya perwakilan seluruh kepala sekolah sekabupaten Kampar serta pimpinan panti asuhan, karena sekolah dan panti asuhan berinteraksi dengan anak yang memenuhi syarat dari program KIA yakni anak yang berumur 5 tahun hingga 17 tahun dan nol tahun hingga lima tahun, alasan dipilihnya pimpinan rumah sakit dan klinik bersalin, dikarenakan program yang akan dijalankan tersebut juga ditujukan untuk anak usia dari nol tahun sampai 5 tahun, tentunya pihak rumah sakit dan klinik bersalin karena ikut membantu pemerintah untuk mensosialisasikan program KIA ke orang tua anak tersebut.

Dalam mensosialisasikan program KIA ini, pemerintah tentunya menyusun suatu perencanaan agar program yang di bentuk sebelumnya dapat di realisasikan dengan baik. Dengan menggunakan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi mengenai sosialisasi ini diperlukannya strategi komunikasi yang matang, seperti yang diterangkan bahwasannya strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut kemudian dalam mensosialisasikan progam ini strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya menyatakan bahwa startegi komunikasi yang digunakan haruslah yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal, sehingga apa yang

sebelumnya direncanakan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar dapat terlaksana dengan baik.

Untuk dapat mensosialisasikan program KIA ini tentu juga harus dilihat dengan kondisi yang ada di masyarakat dikarenakan banyaknya masyarakat yang kurang peduli akan keharusan mutlak memiliki KIA menjadi suatu tantangan bagi pemerintah, Khususnya Kabupaten Kampar. Masyarakat merasa direpotkan dengan kehadiran kebijakan baru yang dibuat pemerintah ini, padahal pemerintah sudah memberikan kemudahan dalam pengurusannya serta dengan syarat-syarat yang terjangkau. Ada sebagian besar masyarakat yang justru tidak mendukung, karena kurang peduli, atau bahkan tidak mau sama sekali mengikuti kebijakan tersebut. Dengan kurangnya animo masyarakat terhadap suatu kebijakan baru ini, pemerintah harus berperan aktif dalam meyakinkan masyarakat agar paham dan mengerti bahwa setiap peraturan baru yang dikeluarkan dan kemudian diberlakukan adalah semata-mata demi kebaikan dan kesejahteraan masyarakat.

Sosialisasi ini juga merupakan bagian dari proses komunikasi yang di dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar yang mana didalamnya terdapat unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Dimana komunikator ialah orang yang menyampaikan atau mencoba mengubah perilaku seseorang atau kelompok melalui pesan. Pesan informasi atau gagasan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Media ialah alat untuk

menyampaikan pesan, informasi atau gagasan (Danim, 2010). Komunikan sebagai orang yang menerima pesan atau informasi. Sedangkan efek ialah timbal balik dari komunikan sebagai penerima pesan, timbal balik itu sendiri tergantung kepada komunikator yang menyampaikan pesan. Apabila pesan itu sampai dan juga dipahami oleh komunikan, maka komunikator akan mendapatkan respon. Dalam hal ini Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar dalam memprogramkan Kartu Identitas Anak (KIA) menyampaikan iklan-iklan terlebih dahulu dengan memasang iklan di radio, kemudian spanduk atau baliho yang ada di jalan-jalan Kecamatan Bangkinang Kota untuk terlebih dahulu memperkenalkan mengenai Kartu Identitas Anak (KIA).

Kebijakan memberi KTP bagi anak itu sendiri akan mulai diterapkan pada 2016. Yakni pada anak yang sudah memiliki akte kelahiran. Dan ini adalah merupakan bagian dari cara syarat ketentuan untuk membuat KTP anak. Dalam proses pembuatan KIA dalam dua tahap. Tahap pertama, untuk anak yang berumur nol tahun hingga lima tahun diberikan KIA yang tidak disertai foto. Tahap kedua, setelah anak berumur lima tahun hingga 17 tahun (kurang sehari) diberikan KIA dengan menampilkan foto pemilik kartu.

Program KIA ini juga terdapat dalam undang-undang peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016 tentang Kartu Identitas Anak yang mana di sebutkan bahwa anak yang berusia kurang dari 17 tahun dan belum menikah tidak memiliki identitas penduduk yang berlaku secara na-

sional dan terintegrasi dengan system informasi dan administrasi kependudukan, kemudian pemerintah berkewajiban untuk memberikan identitas kependudukan kepada seluruh penduduk warga negara Indonesia yang berlaku secara nasional sebagai upaya perlindungan dan pemenuhan hak konstitusional warga negara dan pemberian identitas anak akan mendorong peningkatan pendapatan, perlindungan dan pelayanan public untuk mewujudkan hak terbaik bagi anak.

Dalam penerbitan KIA ini sekaligus diterbitkan akta kelahiran anak dan juga kartu keluarga (KK) orang tua. Karena penerbitan KIA dilakukans setelah penerbitan NIK (Nomor Induk Kependudukan) sebagai dasar penerbitn akta kelahiran dan kartu keluarga (KK). Proses pembuatan kartu tersebut sudah bisa dimulai seiring dengan keluarnya peraturan Menteri Dalam Negeri yang sudah mewajibkan semua anak memiliki identitas diri.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui penentuan komunikator Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam mensosialisasikan program Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar (2) Untuk mengetahui penentuan khalayak oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam mensosialisasikan program Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar (3) Untuk mengetahui perencanaan pesan oleh Dinas Kependudukan dan Pencaatatan Sipil dalam mensosialisasikan program Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar (4) Untuk mengetahui media yang digunakan Dinas Kependudukan dan

Catatan Sipil dalam mensosialisasikan program Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Menurut Salusu ada empat tingkatan-tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut *master strategy* yaitu (a) *Enterprise Strategy*, Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada diluar organisasi yang tidak dapat dikontrol. (b) *Corporate Strategy* Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. (c) *Business Strategy* Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat, bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para anggota legislatif, para politisi dan lain sebagainya. (d) *Funcstional Strategy* Strategi ini merupakan startegi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain.

Ada dua alasan, mengapa kegiatan komunikasi memerlukan startegi. Pertama, karena pesan yang

kita sampaikan harus diterima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted*. Kedua, agar kita bisa mendapatkan respon yang diharapkan. Dalam hal ini, strategi tidak bisa dipisahkan dari proses komunikasi yang melibatkan komponen-komponen penting seperti komunikator, pesan, saluran, komunikan dan efek. Strategi adalah langkah-langkah atau jalan-jalan penunjuk yang meyakinkan yang harus ditempuh dalam mencapai tujuan, strategi sifatnya jangka panjang, sedangkan taktik sifatnya jangka pendek. Strategi dan taktik adalah cara untuk melaksanakan perencanaan.

Tahapan-tahapan Strategi

1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, konseptor harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.

2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang diterapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. Dalam tahapan pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi. Hal ini sesuai dengan

David (2002) bahwa menurutnya dalam pelaksanaan startegi yang tidak menerapkan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis startegi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditampilkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

3. Evaluasi Startegi

Tahap akhir dari menyusun strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi startegi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk menentukan sasaran yang dinyatakan telah tercapai. Ada tiga kegiatan mendasar untuk mengevaluasi strategi, yakni : (a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi suatu hambatan dalam mencapai tujuan. Begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk bagi hasil yang akan dicapai. (b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Proses ini dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpanan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk

mengevaluasi strategi harus mudah diukur dan mudah dibuktikan. Kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi. (c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti yang ada ditinggalkan atau merumuskan strategi baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan hasil yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Ada dua alasan mengapa kegiatan komunikasi memerlukan strategi. Pertama, karena pesan yang kita sampaikan harus diterima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted*. Kedua, agar kita bisa mendapatkan respon yang diharapkan. Dalam hal ini, strategi tidak bisa dipisahkan dari proses komunikasi yang melibatkan komponen-komponen seperti komunikator, pesan, saluran, komunikan dan efek. Strategi adalah langkah-langkah atau jalan-jalan penunjuk yang meyakinkan yang harus ditempuh dalam mencapai tujuan, strategi sifatnya jangka panjang, sedangkan taktik sifatnya

jangka pendek. Strategi dan taktik adalah cara untuk melaksanakan perencanaan.

Sosialisasi

Paul B. Horton dan Chester (dalam Suryono, 2005: 28) mengatakan, bahwa sosialisasi adalah suatu proses dimana seorang menghayati (*Mendarah dagingkan/Internalize*) Norma-norma kelompok dimana dia hidup sehingga timbullah diri yang unik. Jadi dapat dilihat bahwa sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan dari kelompoknya dan menjadikan milik bersama sebuah norma sosial yang ada, sehingga membawa orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain.

Memperhatikan proses sosialisasi secara agak lebih dekat, tampaklah bahwa sesungguhnya proses ini bukan suatu aktivitas yang bersifat sepihak. Bagaimanapun juga, sosialisasi adalah suatu proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak: pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasikan dan pihak kedua yang disosialisasikan (Harwoko, 2004:56).

Setiap masyarakat manusia (yang betipe sosio-kultur) dimana tertib sosial tidak terwujud dengan sendirinya (secara kodrati) itu selalu akan kita jumpai adanya dua usaha yang diperlukan untuk berlangsungnya keadaan tertib sosial. Pertama, melakukan proses transfer nilai dan norma sosial melalui proses sosialisasi kepada individu warga masyarakat, karena hanya lewat proses sosialisasi ini sajalah norma-norma sosial yang oleh masyarakat telah dinilai sebagai norma-norma yang benar dapat tanamkan kedalam keyakinan tiap-tiap individu

masyarakat. Kedua, melakukan control sosial, yakni sarana-sarana pemaksa (sangsi) yang akan segera dilaksanakan dengan menggunakan kekuatan fisik ataupun psikis khususnya bila proses sosialisasi yang dilakukan ternyata pada peristiwa-peristiwa tertentu kurang menghasilkan efek ketertiban sebagaimana diharapkan, sosialisasi harus dilaksanakan bukan hanya untuk kepentingan masyarakat saja, tetapi sekaligus dirasakan pula sebagai kepentingan warga masyarakat sendiri secara individual (Harwoko, 2004:56).

Bentuk-bentuk media yang digunakan dalam sosialisasi mempunyai dua macam sesuai dengan fungsinya yaitu: media kelompok dan media massa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian. (Suyanto dan Sutinah, 2010:172). Menurut Jane Richie, ada beberapa keuntungan dalam penggunaan penelitian kualitatif. Keuntungan tersebut dapat dirasakan melihat realitas sosial, dan prespektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, tentang manusia yang diteliti (Moleong, 2005:6).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam mensosialisasikan program Kartu Identitas Anak di Kecamatan

Bangkinang Kota Kabupaten Kampar

Dari hasil analisa penulis, penulis mendapati strategi yang digunakan dalam mensosialisasikan Kartu Identitas Anak yaitu strategi komunikator, strategi khalayak, strategi perencanaan pesan, dan strategi pemilihan media.

Strategi komunikator merupakan salah satu faktor penting dalam komunikasi, karena mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik. Sehingga dalam melakukan suatu even berupa sosialisasi dibutuhkan komunikator yang memiliki kredibilitas yang baik serta kesungguhan dalam menyampaikan pesan-pesannya. Penulis melihat strategi ini berhasil karena Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dapat memilih informan yang dapat memberikan informasi sekaligus dapat mewakili setiap bidang dalam menjangkau masyarakat berdasarkan segmennya masing-masing. Melalui informan yang memiliki kredibilitas akan membantu dalam proses penyampaian pesan guna mempengaruhi sasaran sehingga dapat mempermudah sosialisasi.

Kemudian strategi sosialisasi yang lain yaitu strategi khalayak. Setiap komunikator harus terlebih dahulu mengenali dan mempelajari sasaran yang akan menjadi sasaran komunikasi untuk mensosialisasikan kegiatannya. Dalam melakukan sosialisasi KIA, yang menjadi sasaran adalah masyarakat yang ada di Kecamatan Bangkinang Kota. Menurut Syam, strategi penentuan khalayak berarti analisis situasi komunikasi dari sudut pandang khalayak. yang mencakup didalamnya, yaitu identifikasi khalayak, latar belakang

pengetahuan khalayak, dan perasaan khalayak. Disini penulis melihat bahwa Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil terlebih dahulu mengenali atau menentukan sasaran komunikasi sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Sasaran nya dibagi ke dalam 3 segmen yaitu, Sekolah, Rumah Sakit/ Klinik Bersalin, dan Masyarakat Umum.

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian. Dengan demikian, awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Pesan sangat penting untuk mempersuasi masyarakat agar mengikuti programa KIA ini untuk anak-anaknya.

Penulis melihat sosialisasi ini juga dibantu oleh medi komunikasi sebagai sarana penyampain pesan. Pemilihan media komunikasi bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat Bangkinang Kota di gunakan media-media yang menunjang kelancaran sosialisasi dalam programa KIA. Adapun media-media yang digunakan yakni media elektronik seperti radio, dan media cetak seperti koran dan baliho. Penggunaan media tersebut sudah termasuk efektif dalam melakukan sosialisasi.

Pembahasan mengenai Strategi Komunikator Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dalam mensosialisasikan Program Kartu Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar

Dari hasil analisa penulis mengenai strategi komunikator ialah strategi adalah langkah-langkah atau jalan-jalan penunjuk yang meyakinkan yang harus ditempuh dalam mencapai tujuan, strategi sifatnya jangka panjang, sedangkan taktik sifatnya jangka pendek. Strategi dan taktik adalah cara untuk melaksanakan perencanaan (Yasir, 2011:11). Dalam penelitian ini penulis mengelompokkan dalam beberapa strategi komunikator yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil yakni : 1) Penentuan Sasaran Komunikasi, hal ini sangat penting dalam strategi komunikator. Seorang komunikator tentunya mempersiapkan segala sesuatu untuk menyampaikan sebuah pesan, apa pesan yang disampaikan, dan siapa sasaran yang akan dihadapi. Dari hasil wawancara yang penulis analisis, dapat disimpulkan bahwa Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar melakukan strategi komunikator dalam menentukan sasaran-sasaran yang akan ditujukan dalam program KIA, dengan memilih sasaran komunikasi yang tepat untuk memudahkan tersampainya program ini diperlukan sasaran yang tepat. 2) Penentuan cara berkomunikasi, yaitu mennetukan komunikasi yang baik kepada sasaran yang dituju, kepada siapa dan dimana komunikasi atau pesan itu dilaksanakan. Dari wawancara yang disimpulkan penulis, bahwa cara berkomunikasi sangat berpengaruh dalam merubah sikap

atau opini masyarakat, dengan cara komunikasi yang baik dapat meyakini dan memudahkan pesan dapat diterima ditengah-tengah masyarakat. 3) Kredibilitas sumber, yaitu suatu kondisi dimana komunikator dinilai memiliki kemampuan, pengetahuan, keahlian atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikan, sehingga komunikasi menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan tersebut bersifat objektif.

Strategi Khalayak Sasaran Dalam Mensosialisasikan Program Kartu Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar

Khalayak (audience) merupakan factor penentu keberhasilan komunikasi. Ukuran keberhasilan upaya komunikator yang ia lakukan adalah apabila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran/medium yang diterima sampai pada khalayak sasaran, dipahami, dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan harapan komunikator. seorang perancang komunikasi yang baik tidak akan memulai upayanya dari apa yang harus dikatakan, saluran apa yang akan dipergunakan, atau bagaimana cara mengatakannya, melainkan terlebih dahulu mempertanyakan siapa yang akan menjadi sasaran penyampaian pesan (Effendy, 2007 : 39). Strategi khalayak menurut analisis penulis dari situasi komunikasi dari sudut pandang khalayak. Yang tercakup didalamnya adalah pertimbangan: 1) Identifikasi khalayak, 2) Latar belakang khalayak 3) Perasaan khalayak. Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar membagi dan mengelompokkan khalayak menjadi

3 segmen, yaitu sekolah-sekolah, rumah sakit/ klinik bersalin, dan masyarakat umum.

Strategi Perencanaan Pesan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil dalam mensosialisasikan Program Kartu Identitas Anak (KIA) di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar

Suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Menurut Wilbur Schram mengemukakan apa yang disebut dengan availability (mudahnya diperoleh) dan contrast (kontras) kedua hal ini adalah menyangkut dengan penggunaan tanda-tanda komunikasi (sign of Communication) dan penggunaan medium (Arifin, 1994 :69). Dalam hal ini penulis juga membagi beberapa bagian yakni : 1) Inti Pokok Pesan dan 2) Pengorganisasian Pesan. Dengan menggunakan strategi perencanaan pesan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kampar diharapkan bisa memaksimalkan penyampaian pesan dengan mengangkat topic utama dari pesan yang akan disampaikan dengan situasi yang actual, serta mengelompokkan pesan dengan berbagai bentuk yang pertama masalah yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang program KIA, kemudian mengenalkan apa itu KIA dan bagaimana penggunaan Kartu Identitas Anak (KIA) ini bagi anak, untuk kebutuhan anak dalam kehidupannya.

Strategi Pemilihan Media oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Dalam Melakukan Sosialisasi Program Kartu Identitas Anak di Kecamatan Bangkinang Kota

Media sangat penting dalam melakukan sosialisasi, salah satu yang berperan dalam hal ini adalah media massa. Media massa merupakan sarana yang terorganisasi dan terlembaga, karenanya komunikator terlembaga yang dalam tugas pekerjaannya terbelenggu oleh larangan-larangan tertentu, yang berhubungan dengan keamanan dan ketertiban. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak yang tersebar di banyak tempat dengan menggunakan alat-alat komunikasi yang memiliki karakteristik sebagai berikut; bersifat lembaga, bersifat satu arah, meluas dan serempak, memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya bersifat terbuka (Syam, 2001:1,23-1,24). Bentuk-bentuk media yang digunakan dalam publikasi mempunyai dua macam sesuai dengan fungsinya, yaitu media internal dan media eksternal. Media yang digunakan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar yaitu radio lokal dan media cetak lokal, selain itu juga melalui website dan baliho.

PENUTUP

Kesimpulan

Simpulan dari hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi perenanan komunikator yang dilakukan oleh Dinas

Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar yaitu memilih informan yang memiliki kredibilitas komunikator dengan kesiapan dan kesungguhan sekaligus mewakili setiap kelompok yang akan memudahkan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar dalam menjangkau masyarakat berdasarkan segmennya masing-masing.

2. Didalam pengenalan sasaran Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar memiliki sasaran dalam mensosialisasikan Kartu Identitas Anak yaitu seluruh masyarakat Kabupaten Kampar yang memiliki anak, baik yang baru lahir maupun yang masih kecil. Penempatan sasaran dibagi ke dalam 3 segmentasi, yaitu sekolah-sekolah, rumah sakit/klinik bersalin, dan masyarakat umum.
3. Dengan adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar yang ditujukan kepada seluruh masyarakat kabupaten Kampar yang memiliki anak, atau bayi. Dan hendaknya inti pokok pesan komunikasi kita sampaikan/tekankan pada awal dan di ulangi lagi pada akhir kegiatan komunikasi, inti pokok pesan, pengorganisasian pesan, format topikal, format spasial dan pemecahan

masalah dan gaya pesan yang mengolah kata-kata, dalam arti memilih dan menggunakan kata-kata secara tepat, adalah masalah pokok dalam merancang pesan komunikasi karena pada hakikatnya porsi terbesar kita dalam berkomunikasi adalah melalui bahasa.

4. Penggunaan media yang tepat tentunya memberikan pengaruh kepada tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan. Ada beberapa media yang penulis amati sangat membantu dalam proses mensosialisasikan Kartu Identitas Anak, seperti : Media massa, media elektronik, dan media cetak. Hal ini akan mempermudah Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar dalam menyentuh langsung khalayaknya sesuai dengan segmentasi atau kelompok-kelompoknya.

Saran

Berikut adalah saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasannya dalam penelitian ini:

1. Bagi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar agar menaruh perhatian yang lebih serius dalam hal sosialisasi kepada masyarakat Kabupaten Kampar khususnya masyarakat Kecamatan Bangkinang Kota, dikarenakan Program Kartu Identitas Anak ini baru tahun ini dilaksanakan di Kabupaten Kampar, dan juga

2. Untuk pesan yang disampaikan kepada khalayak, hendaknya harus lebih dimudahkan lagi dalam penyampaian, baik dalam kata-kata maupun sikap dalam melakukan sosialisasi sehingga masyarakat bisa mengerti dan memahami apa yang disampaikan.
3. Diharapkan kepada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar saling bekerja sama dalam menyebarluaskan informasi mengenai Kartu Identitas Anak (KIA), agar terciptanya program yang sangat baik ini untuk generasi kita selanjutnya, baik dikalangan masyarakat maupun pemerintahan.
4. Dalam pemilihan media hendaknya harus lebih diperhatikan lagi, mana media yang banyak dilihat dan diakses oleh banyak orang. Sehingga pesan yang disampaikan dapat diketahui dan diterima oleh masyarakat, khususnya masyarakat Kecamatan Bangkinang Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan, 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafield, 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Cutlip Scott M, et al, 2006. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana.

- David, Fred R, 2002. *Manajemen Startegis Edisi ke 7*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Effendy, Onong Uchjana, 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : Grasindo.Rosdakarya.
- _____. 2003.*Hubungan Masyarakat Study Komunikasi Bandung*: Remaja Rosda Karya.
- _____. 2005.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Gravindo Persada.
- Hamidi.2005. *Metode Penelitian Kualitatif*.Malang : UMM Pers.
- Iriantara, Yosol. 2004.*Manajemen Strategi Public Relation*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana.
- Moleong J, Lexy.2005.*Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, M.A, Ph. . 2010. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rosda.
- Nur Kholifah, 2004. *Strategi Promosi Media*, Lembar Asri, Yogyakarta.
- Rumidi, S, 2004. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: UGM Press.
- Ruslan, Rosady, 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah.2010.*Metode Penelitian Sosial*.Jakarta Kencana.
- Sudjarwo Singowidjojo. 2004. *Kependudukan*. Jakarta.
- Sudarwan Danim, 2010 *Media Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Tamburka, Apriyadi, 2012. *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Rosda.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta. PT Garamedi Pustaka Utama.
- _____.2003 *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT GramediaPustaka Utama.
- _____. 2005.*Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yasir, 2009.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- _____. 2011.*Teori Komunikasi*. Pekanbaru. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sumber lain:

Direktorat Pendaftaran Penduduk.
Direktorat Jendral Kependudukan
dan Pencatatan Sipil Kementrian
Dalam Negeri 2017.

Proposal

Startegi Komunikasi Yayasan Utama
Dalam Pencegahan Hiv Dan Aids
Pada Mayarakat Pekanbaru oleh
Danty Octavianty Roza Nim :
0901155752 Universitas Riau 2016.

Skripsi

Strategi Komunikasi Dinas
Komunikasi dan Informatika Kota
Bandung Dalam Mensosialisasikan
Program Gerakan Sejuta Biopori Di
kalangan Masyarakat Di kota Bandung
oleh : Gan-gan Abdul Ghani Unikom
2014.

Strategi Komunikasi Badan Penanaman
Modal dan Promosi Daerah (Bpmpd)
Provinsi Riau Dalam Menarik Investor
Asing. Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau oleh : Novelda Riyanti
2014.

Strategi Komunikasi Dinas Pasar Dalam
Pengelolaan Pasar Tradisional di Keca-
matan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru
Provinsi Riau. Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Uni-
versitas Riau oleh : Lola Maizalni 2014.