

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan Penelusuran pustaka yang penulis lakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian penulis tetapi berbeda subjek/objek lain yaitu :

1. **“Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta Dalam Sosialisasi “Program Besuk Kiamat”**”, Penulis : Galih Suryo Laksono (2021)

Penelitian didasarkan pada masalah kompleksnya permasalahan administrasi kependudukan yang banyak terjadi di daerah, mendorong pemerintah daerah untuk melakukan strategi komunikasi yang tepat guna mempermudah sosialisasi program pemerintah kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang diterapkan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kota Surakarta dalam Sosialisasi “Program Besuk Kiamat”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan tehnik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi sosialisasi Program “Besuk Kiamat” dilakukan dengan mengenali khalayak yaitu masyarakat Kota Surakarta, dalam penyampaian pesan Dispendukcapil Kota Surakarta menggunakan teknik persuasi, pemanfaatan media melalui teknologi digital juga menjadi pilihan yang digunakan oleh Dispendukcapil Kota Surakarta dalam mensosialisasikan dan mengkomunikasikan program “Besuk Kiamat”

2. "Analisis Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kartu Identitas Anak" Penulis : Layung Paramesti Martha¹ dan Irma Suci Adiyasa (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam menyosialisasikan program Kartu Identitas Anak (KIA). Penelitian dilaksanakan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor dan wilayah Kecamatan Cibinong. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber dan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan mewawancarai informan kunci dan informan, observasi lapangan, dokumentasi serta kegiatan kepustakaan terkait data penunjang penelitian. Adapun teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teori dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini diketahui bahwa langkah strategi komunikasi yang diterapkan memperhatikan semua komponen di dalam komunikasi.

3. "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Kutai Timur Dalam Mensosialisasikan Ktp Elektronik Pada Masyarakat" Penulis : Alia Budy Cahayana, Hairunnisa ,Ghufron (2019)

Penelitian ini didasarkan mengingat pentingnya KTP Elektronik dalam kehidupan sehari-hari, dimana terdapat nomor induk yang menjadi dasar untuk mengurus administrasi kependudukan lainnya mendasar peneliti untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kutai Timur karena masih banyaknya masyarakat yang masih belum memiliki

KTP Elektronik. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta dilapangan dengan menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kutai Timur melakukan strategi komunikasi berupa ajakan dan himbauan untuk melakukan perekaman KTP Elektronik melalui kegiatan kampanye maupun penyuluhan dengan berbagai media umum, media massa maupun *new media*, sebagai upaya mendistribusikan KTP Elektronik kepada masyarakat.

4. **“Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City”** Penulis : Aan Widodo dan Diah Ayu Permatasari (2020)

Smart City di susun walikota Bekasi sebagai konsep kota cerdas yang bisa membantu masyarakat setempat mengelola sumber daya yang secara efektif dan efisien meningkatkan kualitas hidup orang-orang yang tinggal di Wilayah Bekasi. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi dalam upaya menyukseskan Program Bekasi Smart City di Kota Bekasi. Konsep yang digunakan ialah program komunikasi dan strategi komunikasi. Metode yang digunakan yakni deskriptif kualitatif, dengan melakukan wawancara pada 5 informan, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi menyukseskan program ialah melalui sosialisasi. Secara umum sosialisasi dilakukan (1) Pihak pemerintah kepada tim pelaksana, (2) Tim pelaksana kepada

dinas terkait, (3) Dinas terkait kepada masyarakat. Meski upaya melalui strategi komunikasi sudah dilakukan, namun implementasi Program dinilai belum optimal. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman pihak terkait mengenai program Bekasi Smart City.

5. “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Kupang Dalam Program Kupang Smart City” Penulis :Yohanes K.N. Liliweri dan Henny L.L. Lada (2021)

Hasil penelitian ditemukan bahwa Pemerintah Kota Kupang harus semakin giat untuk melakukan sosialisasi program smart city dengan memaksimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki. Selain itu infrastruktur pendukung *Smart City* juga harus ikut dikembangkan serta paradigma masyarakat Kota Kupang yang sebelumnya hanya pasif dalam pelaksanaan dan pengawasan terhadap pembangunan dan pemerintahan di Kota Kupang kini menjadi lebih aktif.

Tabel 2. 1
Penelitian Sebelumnya

No.	Judul Penelitian, Nama Peneliti, Tahun	Persamaan dengan Penelitian Penulis	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
1.	“Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta Dalam Sosialisasi “Program Besuk Kiamat”. Galih Suryo Laksono (2021)	1. Menganalisis strategi komunikasi program pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif	1. Lokasi penelitian di Kota Surakarta 2. Mensosialisasikan program “Besuk Kiamat”
2.	“Analisis Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kartu	1. Menganalisis strategi komunikasi program pada Dinas Kependudukan dan	1. Lokasi penelitian di Kabupaten Bogor

	Identitas Anak”. Layung Paramesti Martha¹ dan Irma Suci Adiyasa (2022)	Pencatatan Sipil. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif	2. Mensosialisasikan program Kartu Identitas Anak”
3.	“Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Kutai Timur Dalam Mensosialisasikan Ktp Elektronik Pada Masyarakat” Alia Budy Cahayana, Hairunnisa ,Ghufron (2019)	1. Menganalisis strategi komunikasi pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif.	1. Lokasi Penelitian Kabupaten Kutai Timur 2. Mensosialisasikan Program KTP-El”
4.	Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi Dalam Program Bekasi Smart City” Aan Widodo, Diah Ayu Permatasari (2020)	1. Perencanaan Strategi komunikasi pada program Pemerintah Kota 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif.	1. Mensosialisasikan Program Bekasi Smart City 2. Lokasi Pemerintah Kota Bekasi
5.	”Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Kupang Dalam Program Kupang Smart City” Yohanes K.N. Liliweri dan Henny L.L. Lada (2021)	1. Perencanaan strategi komunikasi program Pemerintah Kota 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif.	1. Mensosialisasikan Program Kupang Smart City 2. Lokasi Pemerintah Kota Kupang

Berdasarkan tabel 2.1, Kelebihan penelitian yang penulis lakukan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian penulis secara empiris berbeda *locus* atau lokasinya yaitu di Kabupaten Majalengka.
2. Penelitian terdahulu tentang strategi komunikasi program pada Dinas kependudukan dan Pencatatan Sipil sudah banyak dilakukan tetapi sepanjang pengetahuan penulis belum ada penelitian tentang program Aplikasi Identitas Kependudukan Digital (IKD) seperti penelitian penulis.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian penulis berbeda dengan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti-peneliti lain sebelumnya. Dengan demikian, penelitian penulis ini memiliki orisinalitas yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik dan yuridis.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Pengertian Strategi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia strategi adalah rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus. Strategi menurut (Middleton 1980) didalam buku Cagara Perencanaan dan Strategi komunikasi adalah kombinasi 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.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. (Effendy, 2003: 301) menurut George di dalam buku Rosady Ruslan strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan perencanaan program kampanye dalam kurun waktu tertentu, mengkoordinasikan tim kerja, memiliki tim kerja memiliki tema, faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip untuk melaksanakan gagasan strategi secara rasional dan dapat dilaksanakan melalui suatu taktik program Humas atau Public Relation secara efektif dan efisien.

Berdasarkan definisi para ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pada hakikatnya adalah taktik atau rencana yang disusun untuk mencapai sasaran dan tujuan yang sebelumnya telah ditentukan. Namun untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan, tetapi harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

2.2.2 Pengertian Komunikasi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin “communicare” yang artinya “menyampaikan” Menurut asal katanya tersebut, arti komunikasi adalah proses penyampaian makna dari satu entitas atau

kelompok ke kelompok lainnya melalui penggunaan tanda, simbol, dan aturan semiotika yang dipahami bersama.

Komunikasi menurut Everett M. Rogers seorang pakar Psikologi Pedesaan Amerika, membuat definisi bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

Brent D. Ruben (1988) Memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komperasif sebagai berikut:

“Komunikasi manusia adalah suatu proses malalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain”.

Kemudian, Menurut Rogers dan Kincaid pada 1981 dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain – nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006 : 19)

Pada definisi komunikasi juga dikatakan dengan suatu proses yaitu suatu aktivitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan. Istilah menciptakan informasi yang dimaksudkan Ruben disini adalah tindakan menyandikan (encoding) pesan yang berarti, kumpulan data dari suatu isyarat.

Menurut Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, Komunikasi terdiri dari beberapa unsur, yaitu:

1. Komunikator : atau sering disebut sumber, pengirim, pembicara atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.
2. Pesan : apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan/atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen : makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa) yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya) ataupun tulisan. Kata-kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapam mata, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan, patung , tarian, dan sebagainya.
3. Komunikan : orang yang menerima atau menterjemahkan pesan. Sering juga disebut sasaran/tujuan, penyandi balik, khalayak, pendengar, penafsir.
4. Media : atau saluran, yakni alat atau sarana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah

saluran verbal atau saluran nonverbal. Meskipun kita bias juga menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan, apakah langsung atau lewat media cetak atau media elektronik.

5. Efek: apa yang terjadi pada penerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi sedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu, dan sebagainya.

Dari definisi diatas membuktikan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang mengandung makna yang sama oleh seseorang kepada orang lain, baik dalam maksud mengerti maupun agar berubah tingkah laku.

2.2.3 Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara fungsi komunikasi ditujukan untuk:

a. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi tentang suatu peristiwa, gagasan, atau tingkah laku kepada orang lain.

b. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana pendidikan yang memberikan pengetahuan dan informasi melalui ide atau pemikiran.

c. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi berfungsi untuk menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi juga berfungsi untuk mempengaruhi orang lain, baik merubah jalan pikiran ataupun tungkah lakunya (Effendy, 2008: 8).

Komunikasi tidak hanya sebagai penyebaran luas informasi atau pesan, tetapi sebagai kegiatan individu atau kelompok yang tukar menukar ide, fakta atau data maka fungsi dalam setiap sosial adalah sebagai berikut: Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Katz and Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya.

Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan. Pada umumnya tujuan komunikasi tujuan antara lain, yaitu:

1. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.
2. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan. Pada umumnya tujuan komunikasi tujuan antara lain, yaitu:
4. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.

5. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.

Penelitian Strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Majalengka dalam mensosialisasikan aplikasi Identitas Kependudukan Digital sangat relevan dengan unsur – unsur serta fungsi dan tujuan komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengupas bagaimana strategi komunikasi dalam mensosialisasikan aplikasi Identitas Kependudukan Digital kepada masyarakat kabupaten Majalengka. Sehingga masyarakat semakin melek akan teknologi informasi dan komunikasi dengan adanya teknologi digital, akses terhadap layanan kesehatan, pendidikan, pekerjaan, komunikasi, dan hiburan dapat ditingkatkan. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan kualitas hidup secara umum.

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam buku Cangara (2014:64) menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan sampai dengan pengaruh (efek) yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Strategi Komunikasi Menyatakan bahwa :

“Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah

ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.”

Ada empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut:

1. *To Secure Understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam komunikasi.
2. *To Establish Acceptance* yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
3. *To Motive Action* yaitu penggiatan untuk memotivasinya.
4. *To Goals Which Communicator Sought Toachieve* yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

2.3.1 Hambatan Strategi Komunikasi

Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagai yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambing atau bahasa antara yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak.

Menurut Ruslan (2003) dalam bukunya Strategi Komunikasi Karya Anwar Arifin terdapat hambatan dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:

a. Hambatan dalam proses penyampain (*process barrier*)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan pesannya sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual, dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi terjadi dikarenakan faktor faktor, *feedback* nya (hasil tidak tercapai), *medium barrier* (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

b. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, Misalnya kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dan lain lain. Hal ini dapat membuat pesan pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantic (*semantic barrier*)

Hambatan segi semantic (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman Bahasa teknisnya kurang atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psiko – social (*psychosocial barrier*)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

2.4 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. Sedangkan kata mensosialisasikan berawal dari kata sosialisasi menjadi kata kerja mensosialisasi.

Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditunjukkan untuk memberitahukan membujuk atau mempengaruhi masyarakat agar menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan itu. Kemudian, dalam kaitanya dengan kegiatan sosialisasi yang dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk selalu memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan. Kegiatan sosialisasi tidak hanya menyampaikan informasi tentang yang disampaikan, tetapi juga mencari dukungan dari kelompok masyarakat. Agar

sesuai kebutuhan masyarakat, mengenai kepentingan masyarakat yang dilayani oleh pihak humas pemerintah. .

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses dimana kita belajar melalui intraksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita.

Mengenai sosialisasi Identitas Kependudukan Digital IKD tentu diperlukan strategi komunikasi yang baik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat di Kabupaten Majalengka, agar mau terlibat dalam berpartisipasi untuk melakukan aktivasi Identitas Kependudukan Digital IKD dan lebih mengetahui tentang program IKD.

Adapun Tujuan dari Aktivitas Sosialisasi sebagai berikut:

1. Memperkenalkan apa yang akan disampaikan

Sosialisasi diharapkan dapat menyampaikan pesan pada masyarakat yang dituju atau ditargetkan itu. Kemudian, dengan demikian perlu dipilih cara yang sesuai dengan masyarakat yang ditargetkan itu.

2. Untuk menarik perhatian

Aktivitas sosialisasi yang harus dikemas dalam bentuk yang menarik perhatian agar masyarakat tertarik dan menyimpan pesan yang disampaikan dalam memori dalam pikiran mereka itu. Kemudian, cara yang dilakukan pada umumnya memberikan sponsor pada suatu acara

tertentu menggunakan tokoh masyarakat setempat menonjolkan keunggulan dari program yang diperkenalkan itu.

3. Tercapainya pemahaman

Sosialisasi yang direncanakan dengan baik akan memudahkan masyarakat memahami pesan yang disampaikan kepadanya itu. Kemudian, pesan yang jelas dan pengguna media yang tepat dan kemasan cerita yang menarik mampu menyampaikan pesan kepada pengguna secara cepat dan tepat.

4. Perubahan sikap

Setelah sosialisasi dapat dipahami, organisasi mengharapkan suatu tanggapan dari masyarakat terhadap sosialisasi tersebut.

5. Tindakan

Tujuan akhir sosialisasi adalah mempertahankan keberadaan organisasi melalui peningkatan hasil yang dicapai akibat meningkatkan pengguna yang memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan organisasi itu. Oleh karena itu tujuan akhir sosialisasi adalah menimbulkan tindakan masyarakat pengguna yang dituju untuk memanfaatkan barang dan jasa yang di tawarkan.

2.5 Aplikasi Identitas Kependudukan Digital (IKD)

Identitas Kependudukan Digital adalah informasi elektronik yang digunakan untuk merepresentasikan dokumen kependudukan dan data balikan dalam aplikasi

digital melalui gawai yang menampilkan data pribadi sebagai identitas yang bersangkutan. Pasal 13 Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor. 72 tahun 2022 tentang standard an spesifikasi perangkat keras, perangkat lunak, dan blanko KTP-el, serta penyelenggaraan identtas kependudukan Digital.

Dengan identitas kependudukan digital, masyarakat tidak perlu lagi menyimpan kartu tanda pengenal dalam bentuk fisik. Cukup hanya menunjukkan *Quick Response* (QR) code yang ada dalam aplikasi Identitas Kependudukan Digital untuk keperluan administrasi.

Syarat untuk mendapatkan identitas kependudukan digital seperti yang tertera pada Bab 2 Pasal 18 Ayat (2) Permendagri no 72 tahun 2022 adalah:

1. Memiliki gawai (*smartphone*/ponsel pintar)
2. Telah memiliki KTP-el fisik atau belum pernah memiliki KTP-el fisik tetapi sudah melakukan perekaman
3. Memiliki e-mail dan nomor ponsel
4. Dalam segi keamanan, aplikasi Identitas Kependudukan Digital dilengkapi dengan fitur pencegahan tangkap layar (*screenshot*), sehingga meminimalkan penyalahgunaan informasi.

Selain itu, kode QR yang dibagikan pun selalu berubah-ubah dan hanya berlaku selama 90 detik sehingga lebih aman.

A. Manfaat :

1. Mempermudah verifikasi diri tanpa harus membawa KTP fisik.
2. Mempermudah pengaksesan pelayanan publik.
3. Mempermudah mengakses data anggota keluarga.

B. Harapan :

1. Tidak ada lagi pencetakan fisik e-KTP.
2. Tidak ada lagi masalah e-KTP Hilang Ketinggalan.
3. Tidak ada lagi *fotocopy* e-KTP untuk mengakses pelayanan publik.

C. Data yang dapat di akses dari aplikasi identitas digital :

1. KTP Digital
2. Kartu Keluara Digital
3. Vaksin Covid-19
4. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
5. Kepemilikan Kendaraan BKN (Badan Kepegawaian Negara)
6. Daftar Pemilih Tetap – 2024

D. Cara memiliki Identitas Kependudukan Digital

1. Download aplikasi identitas kependudukan digital
https://play.google.com/store/apps/details?id=gov.dukcapil.mobile_id
2. Di *Play Store*.
3. Buka aplikasi dan isi data diri berupa nik, email dan no. handphone kemudian klik verifikasi data
4. Pilih ambil foto dan lakukan swafoto.
5. Pilih Scan QR Code dan lakukan *Scan QR Code*.
6. Pada operator pelayanan Identitas Kependudukan Digital Dukcapil.
7. Lakukan Aktivasi dengan cara mengakses link yang di kirimkan melalui *E-mail* yang sudah di daftarkan.
8. Setelah berhasil melakukan aktivasi buka kembali.

9. Aplikasi Identitas Kependudukan Digital

10. Lakukan pergantian pin agar lebih mudah di ingat

2.6 Kerangka Teoritis

2.6.1 Strategi Komunikasi

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya strategi komunikasi menyebutkan bahwa strategi, merupakan keputusan kondisional mengenai tindakan yang dijalankan. Dengan merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan dihadapi dimasa yang akan datang, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini dapat merubah dan menciptakan perubahan pada khalayak.

Menurut Anwar Arifin ada beberapa langkah langkah strategi komunikasi yang efektif dan efisien diantaranya:

1. Menenal khalayak

khalayak adalah orang yang akan menerima, memahami dan menerjemahkan pesan yang disampaikan dalam komunikasi. Menenal khalayak menjadi langkah pertama yang dilakukan oleh komunikator dalam komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan metode dan media. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator

harus mengerti dan memahami, kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi :

- a. Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak.
- b. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok dan masyarakat yang ada.
- c. Situasi dimana kelompok itu berada

Beberapa studi menunjukkan bahwa program komunikasi dapat berhasil ketika mengenal khalayak. Faktor utama yang dibutuhkan untuk menciptakan kondisi tersebut yaitu dengan memilih khalayak secara cermat. Dengan memahami khalayak terutama menjalani program komunikasi merupakan hal sangat penting. Artinya khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh khalayak. Komunikasikan lah yang menentukan berhasilnya suatu program.

2. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak langkah berikut adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema atau pesan, syarat utama untuk mempengaruhi khalayak ialah pesan tersebut, dengan tujuan membangkitkan khalayak. Maka pesan ini harus bersifat persuasif dan juga edukatif, ada beberapa dalam mengelola dan menyusun pesan agar efektif yaitu:

- a. Menguasai terlebih dahulu pesan yang akan disampaikan.
- b. Pesan harus menggunakan tanda yang didasarkan pada pengalaman yang Sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.

- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan Akan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara untuk kebutuhan itu.
- d. menambahkan pesan yang berupa humor untuk menarik perhatian agar tidak terdengar membosankan.

3. Menetapkan metode

Dalam metode penyampaian dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.

Ada 2 bentuk cara pelaksanaan dalam tatanan cara pelaksanaan yaitu :

- a. Metode redundancy (repetition) adalah dengan mempengaruhi khalayak melalui pesan yang diulang-ulang.
- b. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak menerima pesan yang disampaikan, lalu sedikit demi sedikit mengubah sikap dan pola pikirnya agar sejalan. (fajar,2010:14).

Menurut bentuk isinya, ada 4 bentuk yang digunakan dalam menentukan bentuk dan isinya yaitu :

- a. Metode informatif, yaitu dalam bentuk pernyataan khalayak seperti : keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
- b. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan membujuk.

- c. Metode edukatif, yaitu dengan memberi suatu pengalaman yang bermanfaat kepada khalayak dengan tujuan mengubah tingkah laku khalayak ke arah yang diinginkan.
- d. Metode koersif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

4. Seleksi dan Penggunaan media

Sebelum suatu pesan disampaikan kepada khalayak, perlu dipertimbangkan tentang media atau saluran yang efektif. Dalam ilmu komunikasi dikenal dengan komunikasi (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasi juga dijangkau, maka dapat digunakan media komunikasi langsung, jika sasarannya banyak orang dan tersebar maka saluran menggunakan media massa.

Dalam menyusun pesan dari komunikasi yang ingin dituju, kita harus selektif, maksudnya adalah menyesuaikan yang menjadi khalayak sasaran, maka penggunaan media harus demikian pula. Menyesuaikan kapan harus menggunakan media konvensional dan kapan harus menggunakan media baru atau media internet. Seleksi dan penggunaan media dapat dilihat dari karakteristik dan keunggulan media yang digunakan karena setiap media memiliki kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, peneliti ingin mengetahui secara seksama bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil

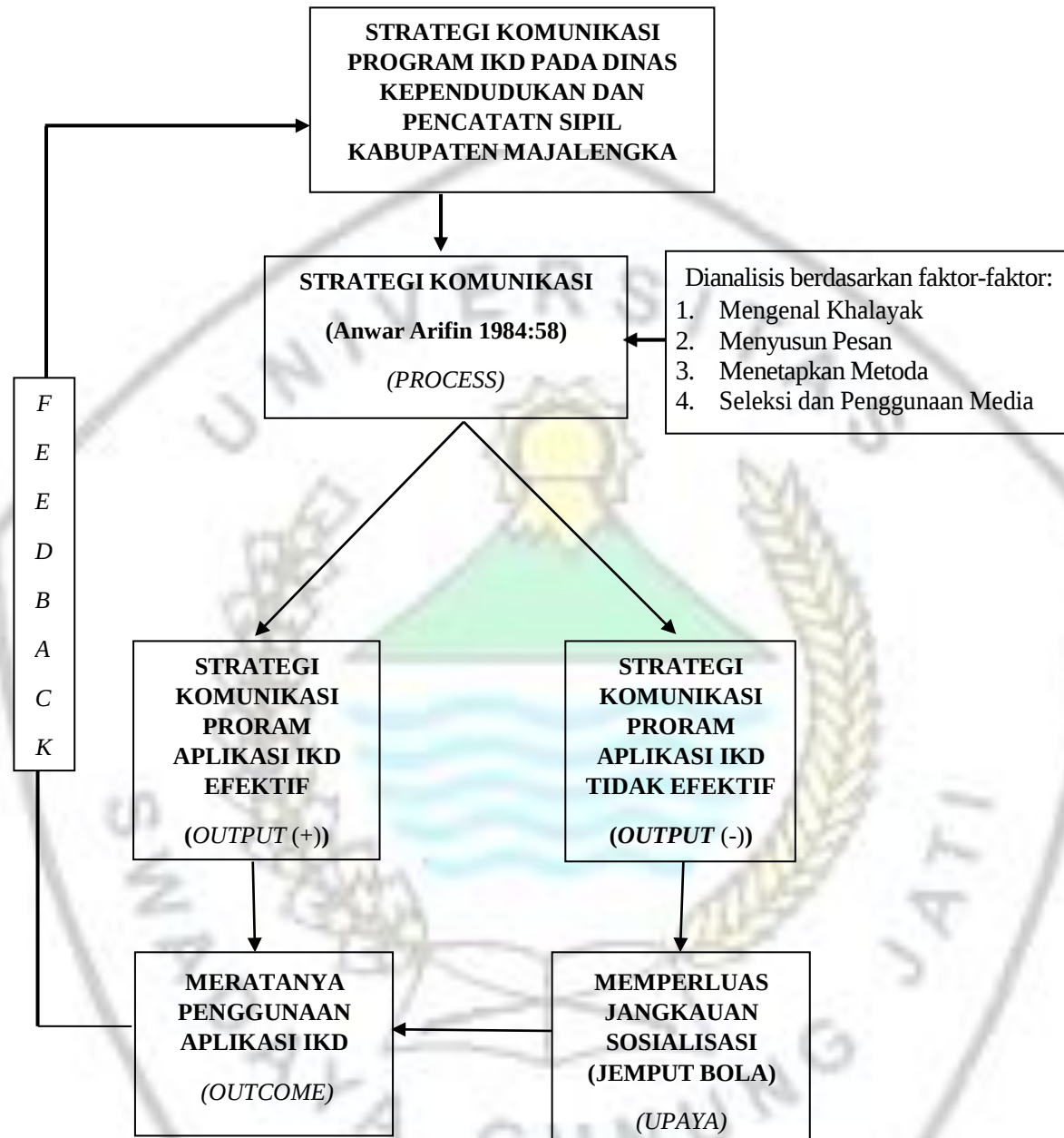
Kabupaten Majalengka untuk mensosialisasikan aplikasi Identitas Kependudukan Digital, dengan mencari jawaban melalui pendekatan berdasarkan konsep yang di kemukakan oleh Arifin Anwar.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Salah satu permasalahan yang menjadi citra negatif setiap tahunnya bagi Dukcapil adalah tiga kendala dalam pembuatan KTP-el pertama blanko, kedua *ribbon*, *cleaning kit*, dan film, ketiga jaringan. Selain itu, masih rendahnya penetrasi dan aksesibilitas layanan identitas penduduk, terutama di daerah-daerah terpencil dan masyarakat miskin. Selain itu, kerumitan dalam proses pengajuan identitas dan biaya administrasi yang tinggi juga menjadi faktor penghambat dalam mendapatkan identitas penduduk. Hal ini mempersulit akses masyarakat ke layanan dasar, seperti pendidikan, kesehatan, dan keamanan, serta menghambat pengembangan ekonomi dan kemajuan sosial di wilayah tersebut.

Dengan demikian, aplikasi identitas kependudukan digital dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh identitas secara cepat, aman, dan terjangkau. Aplikasi identitas kependudukan digital juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam penyediaan layanan identitas penduduk oleh pemerintah, sehingga tercipta pemerintahan yang lebih baik dan lebih akuntabel.



Gambar 2. 1
kerangka Pemikir