



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>NOMOR SKRIPSI</b>
<b>5194/KOM-D/SD-SI/2022</b>

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT PERSI (PERMODALAN SIAK)  
DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI  
KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURA**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh :**

**MELSA MALVA**

**NIM. 11840320084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2022**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة و الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Melsa Malva  
NIM : 11840320084  
Judul : Strategi Komunikasi Humas PT PERSI (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 19 Juli 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juli 2022

Dekan,

**Dr. Imson Rosidi, S.Pd, M.A**  
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua Penguji I,

**Dr. Masduki, M.Ag**  
NIP.19710612199803 1 003

Penguji III,

**Yanto, S.IP., M.Si**  
NIP.19710122200701 1 016

Sekretaris Penguji II,

**Edison, S.Sos.M.I.Kom**  
NIK. 130 417 082

Penguji IV,

**Usman, S.Sos.M.I.Kom**  
NIK. 130 417 119

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Halaman Persetujuan Pembimbing**  
**Strategi Komunikasi Humas PT Persi (Permodalan Siak) dalam**  
**Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang**  
**Kabupaten Siak Sri Indrapura**

Disusun Oleh :

Melsa Malva

NIM 11840320084

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 4 Juli 2022

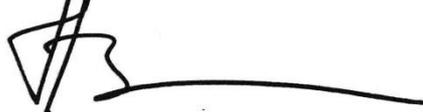
Pembimbing

  
Sudianto.S.Sos.,M.I.Kom

NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 19810313 201101 1 004

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 4 Juli 2022

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*  
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Melsa Malva  
NIM : 11840320084  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas PT PERSI (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

**Pembimbing,**



Sudiarto, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL**

Kami yang bertanda tangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Melsa Malva  
NIM : 11840320084  
Judul : Strategi Komunikasi Humas PT PERSI (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 21 Desember 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Desember 2021

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,



Assyari Abdullah M.I.Kom  
NIK. 130 417 025

Penguji II,



Julis Surtani S.Ikom., M.Ikom  
NIK. 130 417 019

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda angn dibawah ini :

Nama : Melsa Malva  
Nim : 11840320084  
Tempat/Tanggal Lahir : Pinang Sebatang Timur , 13 Februari 2001  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Humas PT PERSI (Permodalan Siak)  
Dalam meningkatkan pemberdayaan Masyarakat di  
Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada footnote dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang – undang yang berlaku.

Pekanbaru, 26 Juli 2022  
Yang membuat pernyataan



Melsa Malva  
11840320084



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama** : Melsa Malva  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : **Strategi Komunikasi Humas PT Persi (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura**

Adapun yang melatar belakangi penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Humas yang dilakukan oleh PT. PERSI. Yang mana PT. PERSI (Permodalan Siak) atau yang dikenal Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Siak Sri Indrapura yang mana diketahui usahanya adalah melakukan penyediaan permodalan, penyertaan modal, jasa manajemen, jasa pemasaran, pendampingan dan kegiatan lainnya untuk pengembangan usaha mikro. Dan juga itu PT.PERSI dapat melakukan usaha pengelolaan dana - dana pengembangan usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi, baik yang berasal dari pemerintah maupun swasta, termasuk kegiatan pelatihan ataupun penelitian. PT. PERSI ini berdasar pada pertimbangan dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan perekonomian daerah yang berbasis pada ekonomi, kerakyatan guna mewujudkan visi Kabupaten Siak. PT. PERSI juga dapat bekerja sama dengan berbagai pihak lain baik di dalam negeri maupun luar negeri. Permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) dalam meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura?. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana Bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) dalam meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura?. Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Yang mana Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan disini penulis menggunakan Teori yaitu *Four Step Public Relations oleh Cutlip, center and Broom*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Persi mengupayakan 4 Peran yaitu Menentukan masalah, dalam menentukan masalah atau *fact finding* peneliti menemukan permasalahan pada PT. Persi yaitu mengenai Strategi humas dalam meningkatkan pemberdayaan dengan adanya program yang direncanakan pihak instansi membantu humas untuk menyelesaikan permasalahannya. Melakukan tindakan dan berkomunikasi, tindakan yang dilakukan PT.Persi yakni melakukan komunikasi kepada khalayak secara langsung tanpa ada prantara, selanjutnya PT. Persi Perlu melakukan evaluasi guna dapat mengetahui apa kekurangan dan kelebihan program tersebut.

**Kata Kunci** : **Strategi Komunikasi, PT.Persi (Permodalan Siak), Pemberdayaan Masyarakat**





### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setinggi puja sedalam syukur marilah kita haturkan kepada Allah SWT yang mana ia telah memberi kita kesehatan dan umur yang panjang kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tercurah dan terlimpah kepada baginda alam yakni nabi besar Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam. Sehingga penulis mampu menyelesaikan Penulisan Skripsi ini dengan Judul **“Strategi Komunikasi Humas PT Persi (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura”**. Yang merupakan salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana STRATA Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima Kritik dan Saran dari berbagai pihak demi Kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan, support. Yang pertama penulis ingin mengucapkan Ribuat Terima Kasih Kepada Kedua Orang Tua Penulis yaitu **Ayahanda Jamaludin** dan **Ibunda Eva Putri Yeni** yang mana mereka selalu mendoakan memberi motivasi, semangat yang tiada henti untuk menyemangati penulis, serta memberikan dukungan batik moril dan materil sehingga ananda dapat menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini. Dan juga terima kasih untuk kedua Adik Kandung Penulis yaitu Muliadi Malva dan Selsa Malva yang senantiasa menjadi penyemangat penulis untuk menjadi contoh yang batik untuk mereka, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi Ini. Dan sebagai penutup penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Orang-orang yang memberikan bantuan moril maupun materil dalam penulisan Skripsi ini, yaitu :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. Hairunas, M.Ag., Wakil Rektor I, Dr.Helmiati, M.Ag. Wakil Rektor II, Dr.Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil Rektor III, Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D. Serta seluruh civitas akademik UIN SUSKA Riau.
2. Bapak Dr.Imron Rosidi,S.Pd., M.A., Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil dekan I Dr. Masduki, M.Ag., Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si., dan Wakil Dekan III Dr. H. Arwan, M.Ag.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi dan bapak Artis, M.I.Kom. sebagai sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Sudianto, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing. Terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan.
5. Bapak Umar Abdur Rahim SM, S.SOS.I, MA selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai selesai.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Nour Azmin Azam selaku Kepala Kantor PT PERSI, Bapak Partahian Harahap Selaku Humas, Ibu Nani Selaku ADM Dan seluruh Staff PT PERSI yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai secara langsung untuk penelitian ini.
8. Kepada Pimpinan dan staf Perpustakaan Fakultas dan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam pencarian literatur yang diperlukan.
9. Teman yang menjadi penyemangat dalam penulisan skripsi terimakasih Ary Bagus Jiwandono dan Ira Ratna Sari.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Teman-teman seperjuangan *Public Relations E* 2018 yang memberi dukungan dan motivasi kepada penulis untuk semangat mengerjakan skripsi hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan motivasi untuk berkarya lebih baik lagi di masa yang akan datang. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi penulis pribadi dan juga bagi pembaca sekalian. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Pekanbaru, 9 Juni 2022

Penulis

**Melsa Malva**

**NIM. 11840320084**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABLE .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Kajian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Strategi .....	12
2.2.2 Komunikasi .....	17
2.2.3 Humas .....	33
2.2.4 Pemberdayaan Masyarakat .....	40
2.3 Konsep Operasional .....	44
2.4 Kerangka Pemikiran .....	46

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

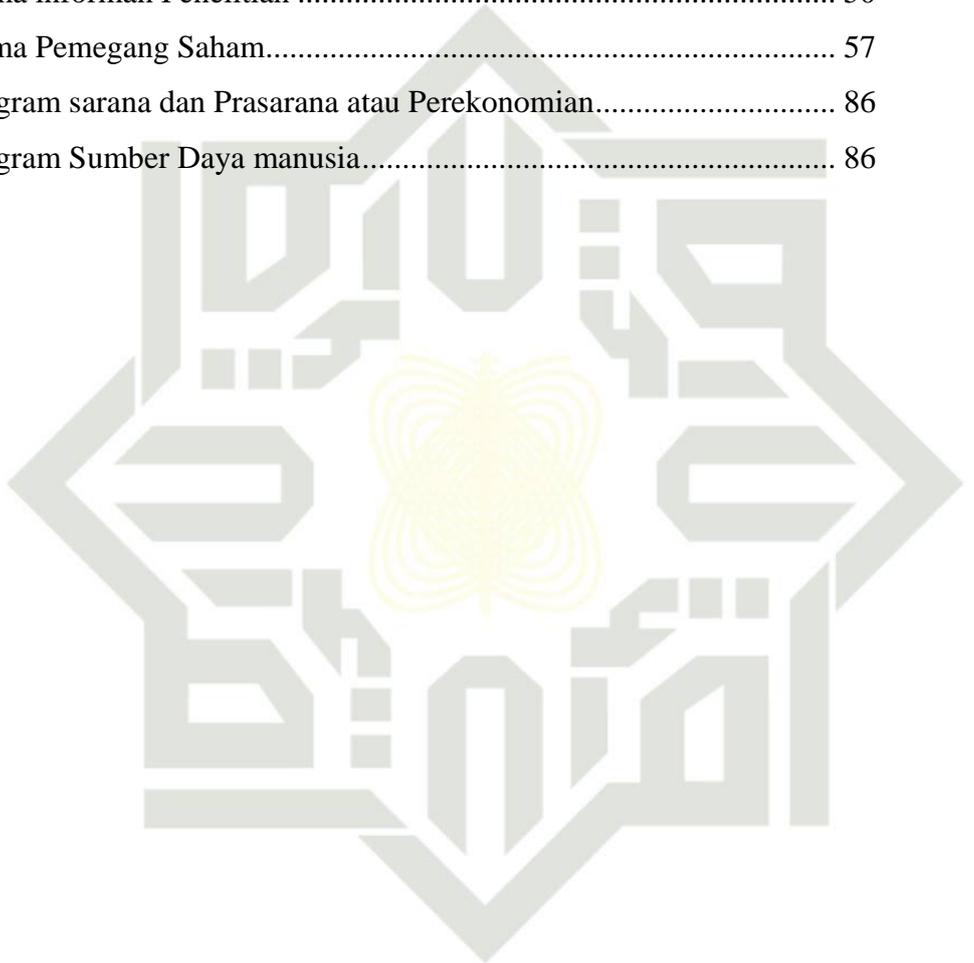
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Desain penelitian .....	48
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.3 Sumber Data Penelitian .....	49
3.4 Informan Penelitian .....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5.1 Wawancara Mendalam(In-Dept Interview) .....	50
3.5.2 Observasi Partisipatif Pasif .....	51
3.6 Validitas Data .....	52
3.7 Teknik Analisis Data .....	52
3.7.1 Reduksi Data .....	54
3.7.2 Penyajian Data .....	54
3.7.3 Penarikan dan Pemberian Kesimpulan.....	54
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	55
4.1 Sejarah PT. Permodalan Siak (PERSI).....	55
4.2 Ruang Lingkup Kegiatan Usaha.....	57
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	64
5.1 Hasil Penelitian.....	64
5.2 Pembahasan .....	74
BAB VI PENUTUP .....	91
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	93
Lampiran I.....	96
Lampiran II.....	97

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABLE

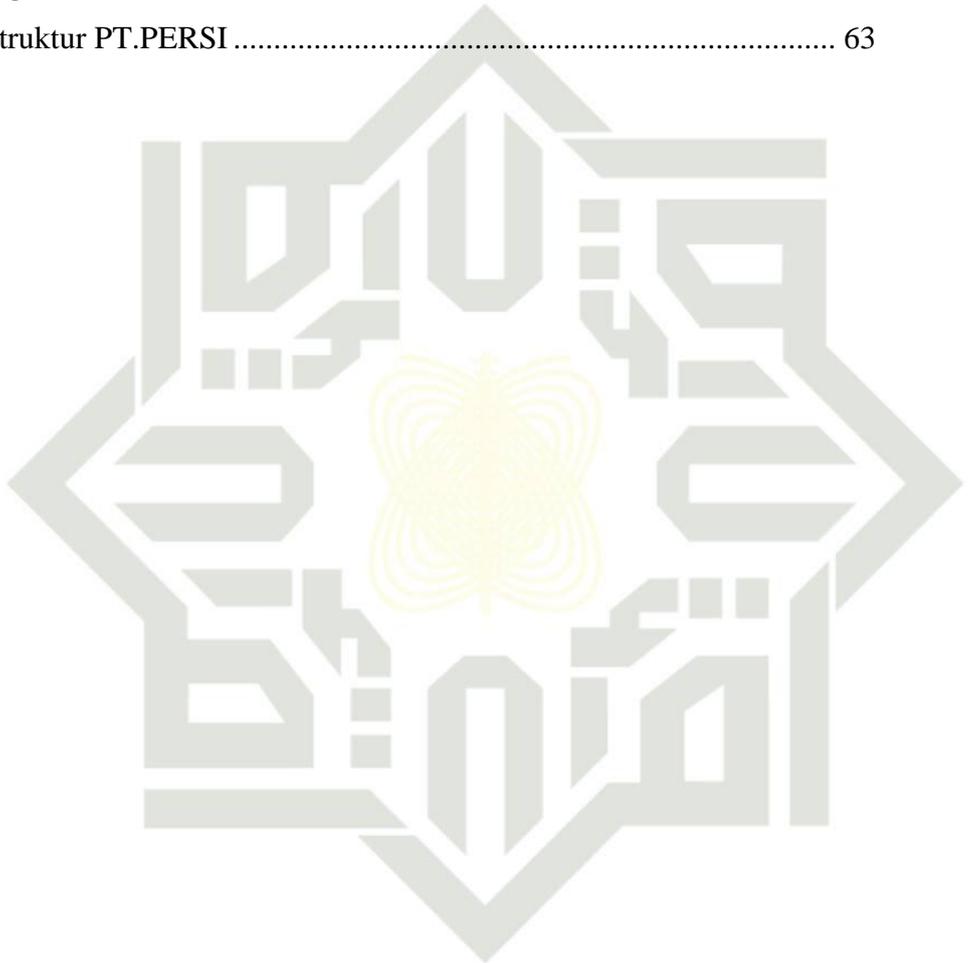
Tabel 3.1 Nama informan Penelitian .....	50
Tabel 4.1 Nama Pemegang Saham.....	57
Tabel 5.1 Program sarana dan Prasarana atau Perekonomian.....	86
Tabel 5.2 Program Sumber Daya manusia.....	86



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Unsur - unsur komunikasi .....	20
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian .....	47
Gambar 4.1 Logo PT. PERSI.....	61
Gambar 4.2 Struktur PT.PERSI .....	63



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi adalah rencana komunikasi yang dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi adalah transmisi informasi, ide, emosi, keterampilan, dll dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan, memberi, dan membujuk simbol seperti kata-kata, angka, dan grafik.

Komunikasi juga berarti tindakan atau tindakan pengiriman pesan (message) dari pengirim (sender) ke penerima (receiver) melalui media (saluran) yang biasanya berisik. Dengan definisi ini, komunikasi adalah disengaja dan harus menyebabkan perubahan.<sup>1</sup> Proses komunikasi memiliki unsur-unsur komunikasi: komunikator, penyandian, komunikator, pesan, media, decoding, umpan balik, dan hambatan..<sup>2</sup> Maka strategi itu pada hakikatnya adalah suatu perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya<sup>3</sup>. Sedangkan menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Senada dengan pendapat tersebut, Hasron Usman dan Moh. Misdar menjelaskan bahwa strategi merupakan upaya untuk menemukan cara atau langkah yang tepat untuk melakukan sesuatu. Di sisi lain, menurut Brown, strategi adalah tindakan holistik, biasanya ditentukan dan direncanakan oleh organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip Jalaluddin, strategi adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan strategis, yang tidak hanya

<sup>1</sup> Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta:Kencana,2005), h. 1-2

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy(2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2000) hlm 31.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus bertindak sebagai pedoman, tetapi juga dapat menunjukkan apa itu taktik operasional<sup>4</sup>.

Senada dengan itu, Chandler mengatakan strategi ini merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam hal tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan bertahap (meningkat) dan berkesinambungan yang diambil berdasarkan apa yang diharapkan pelanggan di masa yang akan datang. Menurut kamus bisnis, strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk mewujudkan masa depan yang diinginkan, menurut Bussines dictionary Mencapai tujuan atau memecahkan masalah. Senada dengan hal tersebut, Siagian juga menjelaskan bahwa strategi adalah seperangkat tindakan dasar yang dilakukan oleh manajemen puncak dan dilakukan oleh seluruh tingkatan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Saat memutuskan strategi, Anda memerlukan nama komunikasi.

Colin Chery mendefinisikan komunikasi sebagai pembentukan unit sosial individu dengan menggunakan bahasa dan simbol. Satukan aturan untuk mencapai aktivitas yang bertujuan. Selain itu, komunikasi adalah kekuatan pendorong di belakang proses sosial yang memungkinkan interaksi antara orang-orang dan membuat mereka hadir secara sosial.<sup>5</sup>

Senada dengan pendapat tersebut, menurut Effendi, komunikasi adalah suatu peristiwa yang menyampaikan pikiran manusia. Dari pengertian tersebut dapat kita simpulkan bahwa komunikasi adalah proses mengkomunikasikan suatu pesan, dan proses mengkomunikasikan pesan seperti informasi, ide, emosi, dan kemampuan melalui simbol atau simbol. Dari tindakan yang dilakukan pada media tertentu. Wilbrur Schram menyatakan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah saudara kembar yang tidak dapat dipisahkan. Tanpa komunikasi, masyarakat tidak dapat terbentuk, dan sebaliknya, tanpa masyarakat, manusia

<sup>4</sup> Aluddin, *strategi dakwah islam tentang perilaku kekerasan orang tua terhadap anak*, fakultas dakwah dan komunikasi, ( UniversitasIslam Negeri Raden Fatah Palembang, 2009). Hlm 18

<sup>5</sup> William. L. Rivers dan Jay W. Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Prenada Media Group,2003), Hlm 26

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak dapat mengembangkan komunikasi<sup>6</sup>. Komunikasi juga tidak terlepas dari dukungan perusahaan. Salah satu perusahaan regional di Shea Crigency terlibat dalam serikat simpan pinjam. Hal ini sangat penting untuk komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. yang pada dasarnya melayani masyarakat umum sebagai instansi pemerintah.

Dari pelayanan hingga komunikasi masyarakat, instansi pemerintah harus melayani masyarakat semaksimal mungkin, jadi jika Anda tidak memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan Anda, Anda akan kehilangan produktivitas layanan dan bisnis Anda. Karena salah satu indikator kemajuan suatu perusahaan bergantung pada pelanggan. Tampaknya ada banyak pelanggan, jadi ada keunggulan dibandingkan perusahaan lain. Oleh karena itu, sangat membutuhkan kelompok kerja yang dapat bertindak sebagai perantara antara masyarakat umum dan pihak berwenang. Dari sini, keberadaan humas atau humas bekerja melalui hubungan timbal balik yang harmonis dan simbiosis antara lembaga pemerintah dengan warganya.<sup>7</sup>

Menurut Rusady Ruslan: (Kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan hingga untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, akurat dan dengan kepuasan). Oleh karena itu, klien tidak sembarangan dalam memilih agensi. Ini karena pelanggan atau klien tetap membuat keputusan berdasarkan cara agensi berkomunikasi dengan layanan agensi..

Dalam pengertian ini, humas memegang peranan yang penting, yang mana salah satunya adalah memberikan layanan informasi kepada karyawan. Peran pertama adalah untuk mempromosikan hubungan di dalam publik (publik internal). Artinya menjalin hubungan dengan suatu organisasi, lembaga,

<sup>6</sup> Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2012)

<sup>7</sup> Mong Uchjana Effendy."Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis". ( Bandung: Remadja Karya, 1986), 15.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan, atau organisasi itu sendiri, dengan peran kedua adalah peran eksternal. (Komunitas / Pelanggan)<sup>8</sup>

Humas melibatkan membangun, mempromosikan dan memelihara hubungan yang harmonis dengan pihak lain, masyarakat umum (umum, komunitas), sekaligus menciptakan, mempromosikan dan memelihara keadaan pikiran yang disediakan oleh lembaga dan organisasi. Saya memiliki misi untuk melakukannya. Di sisi lain, humas memiliki komunikasi yang harmonis dan adanya timbal balik. Agensi humas memerlukan strategi komunikasi Humas untuk menjalin atau memelihara hubungan baik antara pihak luar dan agensi serta untuk menelaraskan hubungan mereka.<sup>9</sup>

Seperti yang dinyatakan oleh Cultip and Center and Broom, hubungan masyarakat adalah bagian dari perubahan organisasi dan proses pemecahan masalah yang berbasis ilmiah, sehingga personel PR melalui proses empat langkah pemecahan masalah untuk bertindak. Temukan, rencanakan, dan programkan, Perilaku, komunikasi dan evaluasi.<sup>10</sup>

Oleh karena itu, jika strategi komunikasi Humas di atas berhasil dilaksanakan, maka permasalahan dan tujuan perusahaan dapat tercapai dan tercapai. Selain itu, profesi PR atau humas harus berperan aktif dalam meningkatkan profesi tersebut. Itu berarti Anda perlu tumbuh dengan baik di semua komponen institusi atau perusahaan untuk menghasilkan pemahaman, memotivasi, dan mendorong partisipasi. Ini semua ditujukan untuk pertumbuhan dan perkembangan niat baik dan pemeliharaan opini publik yang positif.<sup>11</sup>

Jadi dari gambaran latar belakang di atas maka peneliti mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Humas PT.PERSI (Permodalan Siak) dalam**

<sup>8</sup> Rusady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. ( Jakarta:Raja Grafindo Persada,1999), 21.

<sup>9</sup> Widjaja, *Komunikasi dan hubungan masyarakat* ( Jakarta:Bumi Aksara.2008.).28

<sup>10</sup> Cultip, S.M., Center, A. H dkk, *Effective public Relations:Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Dengan Sukses* ( Jakarta:Indeks,2009)321.

<sup>11</sup> Soleh, Soemirat dan Ardianto Elvinaro, *Dasar-dasar public Relations* ( Bandung PT Remaja Rosdakarya,2007)12.

meningkatkan pemberdayaan masyarakat di kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura”.

## 1.2 Penegasan Istilah

Agar penelitian ini lebih mudah dipahami dan untuk menghindari kesalahan dalam memahami istilah-istilah dalam judul, penulis harus memberikan pengakuan atas istilah-istilah yang digunakan dalam judul ini.:

### a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah panduan dari peran komunikasi (perencanaan komunikasi) dan manajemen (manajemen komunikasi) untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi menunjukkan bagaimana operasi taktis harus dilakukan dalam arti pendekatan dapat berbeda setiap saat tergantung pada situasi dan situasi.<sup>12</sup>

### b. Humas

Hubungan masyarakat adalah suatu komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi, baik untuk keuntungan, untuk keuntungan, atau untuk non-profit. Tidak masalah apakah organisasi itu berada di sektor publik atau swasta.<sup>13</sup>

### c. Pemberdayaan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi, baik untuk keuntungan, untuk keuntungan, atau untuk non-profit. Tidak masalah apakah organisasi itu berada di sektor publik atau swasta.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Rusady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. ( Jakarta:Raja Grafindo Persada,2001), 21.

<sup>13</sup> Frida Kusumastuti. "*Dasar - dasar Hubungan Masyarakat*". (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002),35.

<sup>14</sup> Damsuki,2019

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) dalam meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Yaitu Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat di kecamatan tualang kabupaten siak sri indrapura.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Sebagaimana Manfaat dari penelitian ini adalah :

#### a. Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan masukan pemikiran terkait dengan teori yang digunakan.
2. Risalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan teori bagi mahasiswa komunikasi untuk menulis risalah penelitian.

#### b. Secara Praktis

Dalam praktiknya, penelitian ini membantu:

1. Manfaat untuk Mahasiswa
  1. Mahasiswa bisa mendapatkan penjelasan teori yang diperoleh di universitas di aplikasi.
  2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi bagi mahasiswa.
  3. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Jurusan Komunikasi Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Manfaat bagi Akademis

Manfaat akademis ini yang diharapkan dalam penelitian ini adalah mampu memberikan pengetahuan tentang Strategi Komunikasi Humas PT PERSI dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura.

3. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat yang diberikan untuk masyarakat adalah agar masyarakat tau mengenai apa saja Program yang dilakukan oleh PT. PERSI.

**1.6 Sistematika Penulisan**

Agar penelitian ini memiliki tujuan, perlu dibangun sistem untuk menulis, mengamati, melaporkan, menganalisis, dan menyimpulkan temuan. Sistem penulisan penelitian adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah dan Kegunaan Penelitian.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang Kajian Terdahulu, Konsep Operasional dan Kerangka Pikir.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu, Sumber data, Informan penelitian, dan Teknik Analisa Data.

**BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini berisikan gambaran umum PT PERSI Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura.

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Kampanye Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura.

**BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya dimasukkan sebagai dasar untuk dimasukkan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi desain dan hasil penelitian ini. Selain itu, mempelajari hasil penelitian sebelumnya sangat membantu peneliti dalam memilih desain penelitian yang tepat, karena memberikan gambaran dan perbandingan desain yang diterapkan. Studi berikut mengacu pada studi penulis:

1. Fitri Julianti, dengan judul Penelitian “Strategi Komunikasi Divisi Corporate Communication PT. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin” Tahun 2015. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Divisi Corporate Communication PT. Bio Farma (Persero) dalam memotivasi jurnalis menulis. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dari segi kajiannya yaitu memotivasi dan pemberdayaan masyarakat, penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi CSR nya sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah strategi komunikasi humas suatu instansi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama mengkaji cara Strategi Komunikasinya.<sup>15</sup>
2. Siti Murniati, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility ( Csr ) Oleh Humas PT. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Kepulauan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR di Kabupaten Pangkep dan Faktor – faktor yang mempengaruhinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dalam kajiannya yang mana dalam penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dalam

<sup>15</sup> Julianti Fitri, Strategi Komunikasi Divisi Corporate Communication PT. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin, (2015).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pelaksanaan program CSR sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah mengkaji tentang strategi komunikasi humas. Persamaan penelitian ini adalah sama sama mengkaji bagaimana Strategi Komunikasinya.<sup>16</sup>

3. Datu Arya Sukmaningra. penelitian dilakukan pada tahun 2012 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam Mengkampanyekan Program Visit Lombok Sumbawa 2012”. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok dalam mengkampanyekan program-program Visit Lombok Sumbawa di NTB. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dalam kajiannya yang mana dalam penelitian ini mengkaji strategi komunikasi humas dalam mengkampanyekannya sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang strategi komunikasi humas dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakatnya. Persamaan penelitian ini adalah sama sama mengkaji strategi komunikasinya.<sup>17</sup>

4. Tio Mahendra. dengan judul Penelitian “Perancangan Promosi Pariwisata Kota Solo Melalui Roadshow”. Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2016. Adapun tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membentuk strategi promosi yang tepat untuk memperkenalkan potensi wisata Kota Solo kepada masyarakat dikota lain, serta untuk mengetahui bagaimana merancang media yang tepat dan kreatif dari strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan wisatawan ke Kota Solo. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dalam kajiannya yang mana penelitian ini lebih ke arah strategi promosinya sedangkan penelitian penulis lebih ke strategi komunikasi humasnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama sama mengkaji untuk strateginya.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Murniati Siti, Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility ( CSR ) Oleh Humas PT. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal Di Kabupaten Pangkajene Kepulauan.

<sup>17</sup> Arya Sukmaningra Datu, Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam Mengkampanyekan Program Visit Lombok Sumbawa 2012, (2012).

<sup>18</sup> Mahendra Tio, Perancangan Promosi Pariwisata Kota Solo Melalui Roadshow, (2016).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Hestiana. Dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Humas PEMKOT Dalam Upaya Menanggulangi Kasus Virus Corona (COVID 19) Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020 – Juni 2020”. Adapun tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas PEMKOT dalam menanggulangi Kasus Virus Covid 19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020 – Juni 2020. Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Penulis yaitu dalam permasalahan nya yaitu upaya menanggulangi kasus covid Sedangkan penelitian penulis dalam meningkat pemberdaan Masyarakat. Dan persamaan penelitian ini dengan penelitian Penulis yaitu subjek nya yaitu sama sama mengkaji Strategi Komunikasi Humasnya.<sup>19</sup>
6. Ferdiansyah Tri Wahyudi. Dengan judul Penelitian “Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makasar dalam Menyosialisasikan Program Makasar tidak rantasa”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015. Adapun tujuan Penelitian Ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas Pemkot Makasar dalam menyosialisasikan program makasar tidak rantasa. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dalam kasus permasalahannya dimana dalam penelitian ini yaitu mensosialisasikan program Sedangkan penelitian penulis yaitu meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Dan persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu subjeknya sama sama meneliti tentang Strategi Komunikasi Humasnya.<sup>20</sup>
7. Nur Izza Afkrina. Dengan judul Penelitian “Strategi komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Humas dalam membentuk opini public lembaga peneleitian. Perbedaan penelitian ini dengan

<sup>19</sup> Hestiana, Strategi Komunikasi Humas PEMKOT Dalam Upaya Menanggulangi Kasus Virus Corona (COVID 19) Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020 – Juni 2020, Maret (2020).

<sup>20</sup> Tri Wahyudi Ferdiansyah, Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makasar dalam Menyosialisasikan Program Makasar tidak rantasa”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015, (2015).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian penulis yaitu dalam kajian permasalahan nya dimana penelitian ini membahas strategi komunikasi humas dalam membantu opini public lembaga pendidikan Sedangkan penelitian penulis strategi komunikasi humas dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Dan persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama sama membahas strategi komunikasi humasnya.<sup>21</sup>

8. Siti Zerona Karbia Noor. Dengan judul Penelitian “Strategi Komunikasi Humas CV. Sinar Baru Lentera Dalam Memenangkan Tender Jasa Kontruksi”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dalam permasalahan nya yang mana penelitian ini lebih ke cara bagaimana memenangkan tender jasa kontruksi Sedangkan penelitian penulis yaitu strategi meningkatkan pemberdayaan masyarakat di instansi. Dan persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama membahas perihal strategi komunikasi humas.<sup>22</sup>
9. Ainy Annisya. Dengan Judul Penelitian “strategi komunikasi humas PMI kota Bima Dalam Meningkatkan kesadaran Masyarakat Untuk Donor Darah”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas PMI Kota bima dalam meningktakan kesadaran masyarakat untuk mengikuti donor darah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu permasalahan nya Sedangkan persamaan nya yaitu sama sama mengkaji strategi komunikasi humasnya.<sup>23</sup>
10. Atyanta Henggar. Dengan judul Penelitian “strategi komunikasi humas dalam pelaksanaan Hendling Complaint sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan pelanggan di PT. PLN (PERSERO) Area Surakarta”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2015. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Persamaan

<sup>21</sup> zza Afkrina Nur, Strategi komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan, (2018).

<sup>22</sup> Zerona Karbia Noor Siti, Strategi Komunikasi Humas CV. Sinar Baru Lentera Dalam Memenangkan Tender Jasa Kontruksi, (2015).

<sup>23</sup> Annisya Ainy, strategi komunikasi humas PMI kota Bima Dalam Meningkatkan kesadaran Masyarakat Untuk Donor Darah, (2016).

penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama sama mengkaji strategi komunikasi humasnya dan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif.<sup>24</sup>

## 2.2 Landasan Teori

Menurut para ahli Neumann, teori ini adalah seperangkat struktur (konsep), definisi, dan proposisi yang secara sistematis memvisualisasikan fenomena dan menentukan hubungan antar variabel, karena mungkin berguna. , dimaksudkan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena tersebut..

Sementara itu, Carl H. Botan & Vincent Hazelton, Jr. menjelaskan bahwa juru bicara memiliki empat fungsi teoritis. Pertama, fungsi deskriptif, teori sebagai penyedia kosakata untuk menjelaskan dan mempelajari istilah humas, atau sebagai media untuk memperkenalkan dan menjelaskan istilah tersebut. Kedua, fungsi pemahaman adalah memahami dan menjelaskan mengapa teori dibutuhkan dan bagaimana teori itu dapat diterapkan. Ketiga, teori fungsi prediktif dan kontrol memiliki kemampuan untuk memprediksi, mengontrol, dan memprediksi semua kemungkinan yang muncul dari penerapan konsep. Keempat, fungsi atau teori heuristik saling terkait.<sup>25</sup>

### 2.2.1 Strategi

#### 1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu Strategos atau strategi yang berarti Jendral. Strategi sendiri berarti seni para jendral dimana jendral ini yang memimpin dan memberi komando terhadap pasukannya agar bisa menang dalam satu pertempuran<sup>26</sup>. Para pemimpin strategis perlu belajar untuk secara efektif mempengaruhi perilaku mereka dalam lingkungan yang tidak pasti. Para pemimpin strategis kemudian diminta untuk mengimplementasikan rencana aksi yang tepat dan memutuskan bagaimana mengimplementasikannya.

<sup>24</sup> Henggar Atyanta, strategi komunikasi humas dalam pelaksanaan Handling Complaint sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan pelanggan di PT. PLN (PERSERO) Area Surakarta, (2015).

<sup>25</sup> Rachmat Kriyantono, *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik*, ed. Jeffry (Jakarta: Kencana, 2017),9.

<sup>26</sup> Op.Cit; Anita Trisiah, S.Pd., M.Sc. et.al, hlm. 20

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karl von Clausewitz (1780-1831) menjelaskan dalam bukunya *berden Krieg* bahwa seorang pensiunan jenderal Prusia mengembangkan strategi sebagai “teknologi untuk mengakhiri perang dengan senjata.” Martin Anderson (1968) juga mengatakan.<sup>27</sup>

Strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan tersebut, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak bertindak sebagai jalan yang hanya memberikan arahan, melainkan taktik operasional..<sup>28</sup>

Oleh karena itu, strategi komunikasi dikenal sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*). Untuk mencapai tujuan ini, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana mereka sebenarnya berperilaku, dalam arti pendekatannya dapat berbeda pada waktu tertentu, tergantung pada situasinya.<sup>29</sup>

Menurut pakar Humas Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., dalam naskah workshop berjudul *Strategi Humas*, pentingnya strategi merupakan bagian integral dari perencanaan dan merupakan produk dari fungsi perencanaan dari poses manajemen. Seperti disebutkan sebelumnya, manajemen memiliki elemen perencanaan, organisasi, komunikasi, kontrol, dan evaluasi. Agar mudah mencapai tujuan bersama dan tidak menyimpang dari rencana semula<sup>30</sup>

Mengeksplorasi penelitian tentang strategi komunikasi ini terdiri dari dua kombinasi: manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi. Perencanaan merupakan dasar bagi fungsi-fungsi lain dari manajemen untuk melaksanakan penyusunan langkah-langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

<sup>27</sup> Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc. Ph.D, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013),

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Preaktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

<sup>29</sup> *Ibid*, hal, 32

<sup>30</sup> Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 133.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rencana adalah suatu kegiatan yang mempersiapkan segala kebutuhan, mempertimbangkan secara matang hambatan-hambatan, dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Pengawasan, di sisi lain, adalah tahap akhir dari fungsi manajemen yang mengawasi semua perilaku gerakan organisasi. Pemantauan dilakukan seefektif dan seefisien mungkin karena fitur pemantauan memantau penggunaan sumber daya secara keseluruhan, serta memastikan bahwa organisasi beroperasi sesuai dengan rencana yang telah diterapkan sebelumnya. Pengendalian secara tidak langsung. Dari sini Anda bisa memahami gaya manajemen George R. Terry, apa yang sebenarnya direncanakan, dan apa yang perlu dicapai. Oleh karena itu, perlu dilakukan perencanaan yang matang agar pelaksanaannya dapat berjalan semulus mungkin.<sup>31</sup>

Berbicara tentang manajemen, ada banyak definisi dan definisi para ahli. Humas adalah bagian dari proses perubahan dan pemecahan masalah yang diterapkan secara ilmiah dalam suatu organisasi dan, menurut Cutlip and Center, terdiri dari empat proses. Perencanaan, pengorganisasian, dampak, dan pengelolaan untuk mencapai tujuan organisasi Anda. Manajemen terkait proses dapat dikaitkan dengan apa yang disebut ekspresi POAC<sup>32</sup> yaitu:

#### 1) Perencanaan (*planning*)

Rencana adalah pengaturan langkah-langkah yang sistematis dan teratur untuk mencapai tujuan bisnis atau memecahkan masalah tertentu. Perencanaan juga diartikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif, dengan mempertimbangkan segala kendala dan menggunakan sumber daya yang tersedia. Perencanaan adalah langkah pertama dalam proses manajemen, karena perencanaan kegiatan organisasi di masa depan mengarahkan semua sumber daya dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Informasi yang dikumpulkan pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, tujuan, strategi, tindakan dan komunikasi, taktik dan tujuan. Pada fase ini,

<sup>31</sup> <file:///C:/Users/root/Downloads/Compressed/Fungsi%20Manajemen%20Menurut%20George%20R%20Terry.htm>

<sup>32</sup> Scot M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Effective Public Relations* (Edisi 9), (Jakarta: Pustaka Media Group), 154.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

hasilnya diperhitungkan untuk menetapkan pedoman bagi program organisasi Anda. "Ini didasarkan pada apa yang kita ketahui tentang situasinya, apa yang harus dilakukan, apa yang harus diubah, dan apa yang harus dikatakan.?"

#### 2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah kegiatan membagi tugas di antara tugas-tugas yang terlibat dalam kegiatan pengorganisasian, tergantung pada kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, kegiatan ini merupakan proses menyeleksi individu, mengembangkan sarana dan prasarana untuk mendukung perannya dalam organisasi, serta mengkoordinasikan keseluruhan program dan mekanisme kerja untuk memastikan tercapainya tujuan organisasi. Tahap selanjutnya adalah pengorganisasian sebelum melaksanakan program aksi dan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu setiap warga negara untuk mencapai tujuan program. Pertanyaan dalam fase ini adalah “siapa, kapan, di mana, bagaimana, siapa yang perlu melakukan dan menyampaikan sesuatu”.

#### 3. Menggerakkan (*actuating*)

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik tidak ada artinya tanpa kerja pengorganisasian yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, seluruh talent (SDM) yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi, dan program kerja organisasi. Pekerjaan harus dilakukan sesuai dengan rencana kerja yang dibuat. Pelaku organisasi harus bekerja sesuai dengan bakat tugas, fungsi, peran, keterampilan, dan kemampuannya untuk mencapai visi, misi, dan program kerja organisasi yang telah ditetapkan. Inti dari tindakan adalah untuk memastikan bahwa semua anggota kelompok bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan. Pada fase ini, unit-unit yang terbentuk perlu dipindahkan untuk melaksanakan rencana yang telah disusun pada fase sebelumnya. Pertanyaan pada tahap ini adalah “apa yang akan disampaikan”

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan, yang juga disebut manajemen, tidak hanya mengelola pelaksanaan program dan kegiatan organisasi, tetapi juga memantaunya sehingga dapat dimodifikasi sesuai kebutuhan. Dengan cara ini, apa yang telah dilakukan dapat diarahkan ke arah yang benar, dengan tujuan mencapai tujuan yang direncanakan. Ini dari pengendalian adalah proses untuk memastikan pelaksanaan berjalan dengan lancar. Langkah terakhir dalam proses ini adalah mengawasi persiapan, pelaksanaan dan hasil program. Penyesuaian dilakukan selama pelaksanaan program dan didasarkan pada evaluasi umpan balik atas keberhasilan program. Setelah menjawab pertanyaan, "Bagaimana keadaan kita sekarang, atau seberapa baik keadaan kita ?".

#### 2. Model-Model Strategi

Chaffee menguraikan tiga model strategi, berdasarkan sintesis dari literatur manajemen umum: linear, adaptif, dan interpretif. Ia membedakannya sebagai berikut:

- a) Strategi Linear Pemimpin organisasi merencanakan, bagaimana mereka menghadapi pesaing untuk mencapai tujuan organisasinya. (metode, pengarahannya, rangkaian tindakan yang terlibat pada perencanaan)
- b) Strategi Adaptif Lembaga/organisasi bagian-bagiannya berubah, secara proaktif atau reaktif, untuk diluruskan dengan kesukaan konsumen (pengkajian keadaan internal dan eksternal, menimbulkan 'penyesuaian organisasi atau lingkungan yang relevan yang akan menimbulkan penajajaran kesempatan lingkungan dan ancaman dengan kemampuan dan sumber-sumber organisasi)
- c) Strategi Yang Interpretif Wakil organisasi menyampaikan pengertian yang dimaksudkan untuk memotivasi para pihak yang terkait dalam organisasi<sup>33</sup>.

<sup>33</sup> Irene Diana Sari Wijayanti, SE, MM, Manajemen, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya ketiga model strategi di atas, bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan serta misi organisasi berjalan sesuai yang diharapkan. semuanya dapat diimplementasikan dalam organisasi/lembaga.

### 3. Menetapkan Perumusan Strategi

Suatu strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya yang sekaligus berarti mudah dipahami dan diperbaharui oleh setiap anggota manajemen di suatu organisasi atau lembaga instansi tersebut. Donnelly mengemukakan enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam menetapkan strategi, yaitu:

- a) Apa yang akan dilaksanakan
- b) Siapa yang akan bertanggung jawab untuk atau mengoperasionalkan strategi
- c) Berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mensukseskan strategi
- d) Berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasional strategi tersebut
- e) Hasil apa yang akan diperoleh dari strategi tersebut<sup>34</sup>

Karena itu, penting jika dalam suatu kegiatan apapun yang menyangkut organisasi/instansi lembaga menetapkan perumusan strategi. Dengan adanya penetapan strategi terlebih dahulu maka suatu kegiatan akan berjalan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan.

## 2.2 Komunikasi

### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan istilah (konsep). Dari sisi etimologis, menurut Ludna, buku tentang ilmu komunikasi, dipecah menjadi beberapa kata yang termasuk komunikasi. .. Berarti pendapat umum..<sup>35</sup> Raymond S. Ross, yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Science of

<sup>34</sup> Sondang Siagian, Manajemen Strategi, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 45

<sup>35</sup> Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: UIN Press, 2007) h. 27

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Communication An Introduction, mengemukakan bahwa “komunikasi dalam bahasa Inggris atau communication berasal dari bahasa latin communis dan artinya sama”.

Dari pengertian ini, kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian pesan yang bertujuan untuk menghasilkan persepsi atau makna yang sama di antara komunikator.

Seperti yang ditunjukkan Forsdale, "secara istilah" memiliki banyak ahli yang mencoba mendefinisikannya, seperti Hovland, Janis, dan Kelley.”<sup>36</sup> Menurut Laswell bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap who says what in which medium to whom with what effect (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya).<sup>37</sup> John B. Hoben mengasumsikan bahwa komunikasi itu (harus) berhasil “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan”.

Menurut Wilbur Schram, apabila kita mengadakan komunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Kita mengetahui bahwa pada dasarnya komunikasi itu adalah proses. Suatu proses komunikasi yang bersifat dinamis, tidak statis.<sup>38</sup>

Menurut Cherry, kata komunikasi berasal dari bahasa latin communis yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih, communico yang artinya membagi.<sup>39</sup> Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan ataupun pesan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menjalin komunikasi dengan baik.

Komunikasi adalah suatu transaksi, simbolik yang menuntut orang untuk mengkoordinasikan lingkungannya, membangun hubungan antar manusia,

<sup>36</sup> Dr. Arni muhammad, Komunikasi Organisasi (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) h. 4

<sup>37</sup> Ibid. h. 69

<sup>38</sup> H.A. W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta,2000), h. 13-14

<sup>39</sup> Siti Tyastuti, S.Kep, NS, *Komunikasi dan Konseling* (Yogyakarta: PT. Fitramaya,2009), h.1-2

memperkuat sikap dan perilaku orang lain melalui pertukaran informasi, dan berusaha mengubah sikap mereka.

Lasswell juga mengungkapkan bahwa komunikasi adalah usaha yang disengaja dan disadari. Menurut Lasswell, komunikasi memiliki lima elemen yang saling bergantung.

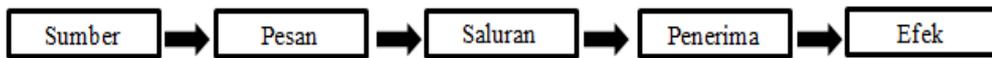
- a) Sumber berarti pengirim (*broadcast*), menyandi (*encode*), komunikator, pembicara (*speaker*), atau pengirim. Sumber adalah kelompok yang memiliki atau perlu berkomunikasi.
- b) Pesan, apa yang ingin disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat berupa simbol linguistik atau nonverbal yang menyampaikan emosi, nilai, gagasan, atau maksud/tujuan sumber.
- c) Saluran, atau media, adalah alat atau sarana untuk menyematkan pesan dari sumbernya ke tujuannya. Secara umum, saluran komunikasi publik dapat dibagi menjadi dua jenis: cahaya dan suara. Saluran ini juga mencakup usaha distribusi berita, baik secara langsung (*directly*) maupun melalui media (cetak dan elektronik).
- d) Penerima biasanya disebut sebagai sasaran (*target*), komunikasi, dekoder atau publik, pendengar (*listeners*), penerjemah (*interpreter*), atau orang yang menerima pesan dari sumber.
- e) Dampak, yaitu perubahan yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari sumber. Ini memungkinkan Anda untuk mengkarakterisasi dampak sebagai perubahan perilaku setelah menerima pesan atau sebagai dampak pada proses pengiriman pesan yang dapat berupa reaksi individu..

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.1 Unsur - unsur komunikasi** <sup>40</sup>

## 2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi yang dilakukan Onong Uchjana Effendy dapat dibagi menjadi dua fase, yaitu “proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder”. (Effendy, 2005:11) Berikut adalah gambaran proses komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2005). Proses komunikasi primer adalah proses penggunaan simbol sebagai media utama untuk menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain. Seperti bahasa, teks, gambar, dll. Proses komunikasi sekunder adalah proses menggunakan simbol sebagai media pertama dan kemudian menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua untuk menyampaikan pesan. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi dan film adalah media kedua yang paling umum digunakan dalam komunikasi. Sementara itu, menurut Courtland L. Bovee dan John V. Thil, dikutip Purwanto, menjelaskan bahwa proses komunikasi terdiri dari enam fase:

- a. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan Pengirim harus mempersiapkan gagasan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Hal ini dilakukan sebelum proses penyampaian pesan dilakukan oleh pengirim pesan.
- b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan-pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal agar ide dapat diterima dengan baik, yaitu subjek, maksud, audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.
- c. Pengirim menyampaikan pesan Tahap berikutnya adalah menyampaikan pesan melalui berbagai saluran kepada penerima pesan.

<sup>40</sup>Effendi, *ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Loc.cit.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Penerima menerima pesan Komunikasi akan terjalin ketika pengirim pesan telah menyampaikan isi pesannya kepada penerima (komunikasi).
- e. Penerima menafsirkan pesan. Pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti oleh penerima pesan.
- f. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

3. Tujuan Komunikasi

Gordon I. Zimmermen mengemukakan bahwa komunikasi memiliki dua tujuan. Pertama, individu berkomunikasi dengan tujuan menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhannya, seperti: B. Kebutuhan akan pemenuhan pangan, sandang, keingintahuan lokal, dan menikmati hidup. Kedua, individu berkomunikasi untuk menciptakan dan mengembangkan interaksi dengan individu lain.<sup>41</sup>

Di sisi lain, menurut Onong Uchjana Effendy, tujuannya adalah komunikasi:<sup>42</sup>

- a. Perubahan sikap (*Attitude Change*)
- b. Perubahan pendapat (*Opinion Change*)
- c. Perubahan perilaku (*Behaviour Change*)
- d. Perubahan masyarakat (*Society Change*)

4. Unsur-unsur komunikasi

a) Komunikator

Komunikator memainkan peran penting dalam proses komunikasi karena pemahaman mereka tergantung pada bagaimana komunikator disajikan. Komunikator bertindak sebagai encoder, sebagai orang yang menyusun pesan dan mengirimkannya kepada orang lain. Orang yang menerima pesan ini adalah komuni dan bertindak sebagai decoder. Artinya, ia memiliki simbol pesannya sendiri. Komunikator memiliki persyaratan

<sup>41</sup> Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Op.cit, 4.

<sup>42</sup> Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Op.cit, 55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai berikut karena persamaan makna dalam proses komunikasi sangat tergantung pada komunikator.:

- a. Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikannya.
  - b. Kemampuan berkomunikasi.
  - c. Mempunyai pengetahuan yang luas.
  - d. Sikap.
  - e. Memiliki daya tarik, dalam arti memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau perubahan pengetahuan pada diri komunikan.<sup>43</sup>
- b) Pesan

Dalam proses komunikasi, pesan adalah informasi yang dikirimkan kepada penerima. Pesan ini bisa verbal atau non-verbal. Komunikasi lisan dapat berupa tulisan, seperti surat, buku, majalah, dan memo, sedangkan komunikasi lisan dapat berupa percakapan tatap muka, telepon, radio, dan sebagainya. Pesan nonverbal dapat berupa gerak tubuh, gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara. Ada berbagai jenis pesan, seperti:

- 1) Informatif, yakni memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri.
- 2) Persuasif, yakni dengan bujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan, namun perubahan ini adalah kehendak sendiri.
- 3) Koersif, yakni menggunakan sanksi-sanksi. Bentuknya terkenal dengan agitasi, yakni dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin diantara sesama dan pada kalangan public.<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Effendi, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996) h. 59

<sup>44</sup> H.A.W Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1997) h.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yaitu:

- 1) Dampak kognitif, adalah yang ditimbulkan pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya.
- 2) Dampak efektif, lebih tinggi kadarnya dari pada dampak komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
- 3) Dampak behavioral (konatif), yang paling tinggi kadarnya, yakni tampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

#### 5. Bentuk-Bentuk komunikasi

Menurut pakar komunikasi, Hafied Cangara, para pakar komunikasi memiliki pendapat yang berbeda dalam menentukan bentuk komunikasi. Sekelompok sarjana komunikasi Amerika telah membagi bentuk komunikasi menjadi lima jenis: komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok kecil, komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan komunikasi publik.)<sup>47</sup>

Menurut Effendi, ada tiga jenis komunikasi: komunikasi individu, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.<sup>48</sup>

##### a) Komunikasi pribadi

Ada dua jenis komunikasi pribadi. Salah satunya adalah komunikasi intrapersonal (intrapersonal communication). Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Pejabat bertindak sebagai komuni atau komuni. Dia sedang berbicara pada dirinya sendiri. Pola-pola komunikasi dengan diri sendiri muncul dari penafsiran dan pemikiran ulang objek-objek yang diamati, seperti halnya komunikasi di dalam diri sendiri<sup>49</sup>.

<sup>47</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi edisi 1 cet.5*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 1998), h.29.

<sup>48</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 57-83.

<sup>49</sup> Hafied Cangara, *Pengantar*, h.30.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi interaktif dengan dua orang atau lebih. Ciri-ciri komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut. Mulailah dengan diri Anda sendiri. Kedua, transaksi karena simultan. Ketiga, komunikasi yang dilakukan tidak hanya mencakup aspek isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga hubungan interpersonal. Keempat, adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Kelima, adanya saling ketergantungan antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Keenam, tidak dapat diubah atau diulang. Ini berarti Anda mungkin dapat meminta maaf jika salah mengucapkannya, tetapi itu tidak berarti Anda menghapus apa yang diperintahkan.<sup>50</sup>

b) Komunikasi kelompok

Michael Burgoon dan Michel Ruffner, yang dikutip Sendjaya, menggambarkan komunikasi kelompok sebagai berikut:

Interaksi langsung dengan 3 atau lebih anggota lain untuk tujuan yang diakui seperti pertukaran informasi, pemeliharaan diri, pemecahan masalah, dll. sehingga anggota dapat mengingat karakteristik pribadi mereka dengan tepat. (Komunikasi kelompok adalah komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh tiga orang atau lebih untuk mencapai maksud dan tujuan sebagai berikut)<sup>51</sup>

Dari definisi di atas dipahami bahwa ada empat elemen yang tercakup dalam komunikasi kelompok, yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi yang dilakukan, maksud dan tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lain.

c) Komunikasi massa

Komunikasi massa merupakan sebuah proses penyampaian pesan melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan film yang

<sup>50</sup> S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI, 1994), h. 41.

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 91.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditunjukkan di gedung-gedung bioskop<sup>52</sup>. Oleh karena pesan yang disampaikan bersifat massal, maka karakteristik komunikasi massa adalah bersifat umum. Artinya, pesan yang disampaikan bersifat heterogen karena ditujukan untuk seluruh anggota masyarakat. Pesan yang disampaikan juga bersifat serempak dan beragam serta hubungan antar komunikasikan dengan komunikator sifatnya nonpribadi.<sup>53</sup>

#### 6. Model-Model Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam berkomunikasi juga dapat dijelaskan dengan berbagai model. Model komunikasi adalah gambaran singkat tentang proses komunikasi yang menunjukkan hubungan antara satu elemen komunikasi dengan elemen lainnya. Model komunikasi diciptakan untuk memahami komunikasi dan mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang ada dalam hubungan. Representasi model komunikasi ini harus memfasilitasi pemahaman tentang proses komunikasi.

##### a) Model Analisis Dasar Komunikasi

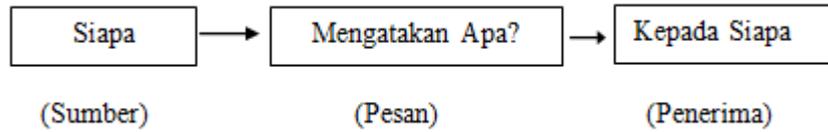
Model ini disebut model klasik, atau model pemula komunikasi, atau model retorika (retorical model). Model komunikasi yang berkembang sejak Aristoteles tidak memasukkan unsur batin dalam proses komunikasi. Hal ini dapat dimengerti karena retorika adalah seni komunikasi yang sangat populer pada zaman Aristoteles. Media seperti koran, radio dan televisi belum tersedia. Aristoteles, yang hidup di masa ketika komunikasi retorik sangat berkembang di Yunani, terutama kemampuan orang untuk memberikan pidato pembelaan di pengadilan dan konferensi publik yang dihadiri oleh orang-orang. Berdasarkan hal tersebut, Aristoteles menciptakan model komunikasi yang terdiri dari tiga komponen:

<sup>52</sup> Wiryanto, Teori komunikasi Massa, (Jakarta: Grasindo, 2001), h.1-3

<sup>53</sup> ibid, h.5-8.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Skripsi Nurcahyani Putri Lestari

Aristoteles pada dasarnya adalah orang paling awal yang mempelajari komunikasi yang menarik. Dia berperan dalam mengembangkan model komunikasi bahasa pertama. Komunikasi terjadi ketika pembicara menyampaikan pidatonya kepada audiens untuk mengubah sikap audiens. Menurut Aristoteles, persuasi adalah bermain dengan siapa Anda (semangat sadar diri Anda), argumen Anda (Anda memikirkan logika logo), dan emosi penonton (sedih-emosi penonton). dicapai oleh. Dengan kata lain, faktor-faktor yang berperan dalam menentukan persuasi suatu komunikasi meliputi isi pesan, strukturnya, dan cara penyampaian pesan.<sup>54</sup>

#### b) Model Linier

Model ini dikemukakan oleh Harold Lasswell (1948), yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsinya dalam masyarakat. Dia menggunakan lima pertanyaan yang harus dia tanyakan dan jawab ketika mempertimbangkan proses komunikasi. Siapa (komunikator), apa (pesan apa yang disampaikan), saluran mana (media mana yang digunakan), siapa (siapa yang dikomunikasikan), dan apa pengaruhnya? (Efek yang diharapkan). Saat Anda memvisualisasikan model Lasswell dalam gambar, komponen yang menyusunnya sangat penting sehingga Anda dapat mengevaluasinya sebagai model komunikasi. Di sini Lasswell percaya bahwa proses komunikasi selalu efektif atau berpengaruh. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika model Lasswell telah mendorong banyak penelitian komunikasi, terutama di bidang komunikasi massa dan komunikasi politik.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 45

<sup>55</sup> Deddy Mulyana, *Op.Ci.*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c) Model Proses Komunikasi

Salah satu model yang banyak digunakan untuk menggambarkan proses komunikasi adalah model sirkular yang digagas oleh Wilbur Schramm (1954). Dalam model ini, Schramm melihat komunikasi sebagai interaksi dengan kedua belah pihak untuk penyandian sinyal, interpretasi, pengkodean, transmisi, dan penerimaan. Di sini Anda akan melihat umpan balik dan lingkaran berkelanjutan untuk berbagi informasi.<sup>56</sup>

Menurut Schramm, seluruh proses komunikasi adalah encoder dan decoder (penerimaan kata sandi). Umpan balik memainkan peran yang sangat penting dalam proses komunikasi. Ini memberitahu kita bagaimana pesan kita ditafsirkan. Baik itu berupa kata-kata tanggapan, anggukan, cemberut, menguap, pengalihan, dll.

d) Model Matematis/Model Teori

Salah satu model awal komunikasi diusulkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam bukunya tahun 1949 "Mathematical Theory of Communication". Model Shannon Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan yang dikirim dari sekumpulan kemungkinan pesan. Untuk memperjelas:<sup>57</sup>:

a. Sumber informasi

Dalam komunikasi manusia, sumber informasi adalah otak. Tidak ada batasan jumlah kemungkinan pesan/gagasan di otak ini. Tugas utama otak adalah menghasilkan ide/pesan, yang merupakan kumpulan pesan kecil, dari jutaan pesan di luar sana. Bagaimanapun, otak perlu memilih pesan yang tepat tergantung pada situasinya.

<sup>56</sup> *Ibid*

<sup>57</sup> Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 9

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. saluran

Pilihan pemancar tergantung pada jenis komunikasi yang Anda gunakan. Anda dapat membedakan antara dua jenis komunikasi: komunikasi tatap muka dan komunikasi melalui media. Dalam komunikasi tatap muka, transmitter adalah alat yang menghasilkan suara dan dihubungkan dengan otot dan organ lain yang terlibat. Dalam komunikasi media, sebaliknya, pengirim adalah alat/media itu sendiri.

#### b. Penerima

Komunikasi tatap muka memungkinkan pengirim mengkodekan pesan menggunakan alat bahasa dan otot tubuh. Dalam hal ini, penerima adalah organ tubuh sederhana yang dapat mengamati sinyal. Misalnya, telinga menerima dan menerjemahkan suara, dan mata menerima dan menerjemahkan gerakan tubuh dan kepala.

#### c. tujuannya

Komponen terakhir Shannon dan Weaver adalah target yang dituju komunikator. Sasaran ini adalah otak manusia, yang menerima pesan yang berisi berbagai hal, ingatan, atau pemikiran tentang kemungkinan makna pesan tersebut. Penerima pesan menerima sinyal dengan mendengarkannya, melihatnya, dan sebagainya. Sinyal yang mungkin didekodekan dan diinterpretasikan di otak.

#### d. Sumber gangguan (*noise*)

Dalam model komunikasi Shannon ini terlihat adanya faktor sumber gangguan pada waktu memindahkan signal dari transmitter kepada si penerima. Misalnya, pada waktu anda berbicara dengan teman di jalan kedengeran suara mobil lewat anak-anak berteriak yang semuanya itu mengganggu pembicaraan anda sesaat dan gangguan itu dinamakan *noise*<sup>18</sup>.

Model Shannon dan Weaver dapat diterapkan pada konteks komunikasi lain seperti komunikasi interpersonal, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari beberapa model komunikasi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa diperlukan model komunikasi untuk memahami fenomena komunikasi. Model-model ini menekankan elemen yang paling penting dari fenomena komunikasi, karena mereka dapat memberikan gambaran yang sebenarnya dari komunikasi yang dilakukan. Agar lebih mudah dipahami.

### 7. Hambatan Komunikasi

Rintangan berarti halangan atau rintangan, juga gangguan. Gangguan sama pentingnya dengan hambatan. Dalam konteks komunikasi, hambatan menghalangi kelancaran komunikasi. Intinya, kebanyakan hambatan datang dari penerima, bukan dari sumber atau saluran. Hal ini karena orang-orang sebagai komuni cenderung acuh tak acuh, meremehkan, salah paham, dan tidak mengingat dengan jelas apa yang telah mereka peroleh dari persekutuan. Hambatan kecil dapat diabaikan, tetapi terlalu banyak hambatan dapat membingungkan atau mendistorsi tujuan pesan.

Ada empat kendala yang menghambat kelancaran komunikasi.

sebuah. Hambatan proses komunikasi

1. Hambatan bagi pengirim pesan. Misalnya, pesan yang disampaikan tidak terlalu jelas bagi pengirim atau penerima pesan. Hal ini dipengaruhi oleh emosi dan situasi emosional.

2. Pengodean/penghalang simbol. Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang digunakan jelas dan tidak ambigu, simbol yang digunakan tidak sama antara pengirim dan penerima, atau bahasa yang digunakan terlalu sulit.

3. Hambatan media, yaitu hambatan dalam penggunaan media komunikasi seperti gangguan nirkabel dan listrik, tidak terdengar jelas.

4. Terjadi kesalahan di sisi penerima pesan. Tidak sembarangan menerima/mendengarkan pesan, berprasangka buruk karena jawaban yang salah, dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. Hambatan fisik

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif. Misalnya, cuaca yang berujung pada gangguan alat komunikasi selain itu juga gangguan kesehatan fisik, dan lain sebagainya.

#### c. Hambatan semantik

Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti berbeda yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima.

#### d. Hambatan psikologis

Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi, misalnya perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan<sup>58</sup>

Dalam melaksanakan kegiatan apapun khususnya dalam hal berkomunikasi pastinya terdapat hambatan, maka dari itu peneliti menyarankan bahwa sebelum akan melakukan suatu kegiatan komunikasi, seorang komunikator harus cermat membaca kondisi dan menanggulangi gangguan yang mungkin terjadi. Demi tercapainya kelancaran kegiatan komunikasi dan tujuan yang diharapkan.

### 8. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki sejumlah fungsi yang strategis. Fungsi Komunikasi

Antara lain adalah :

#### a. Informasi

Teknologi Informasi dan Komunikasi mengumpulkan dan menyimpan data, fakta, berita dan opini, memungkinkan orang untuk mengetahui apa yang sedang

<sup>58</sup> Dr. H Zainal Mukarom, M.Si dan Muhibudin Wijaya Laksana, S.Sos., M.Si, Manajemen Public Relation Paduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hlm. 90

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

jadi. Situasi ini adalah informasi yang berharga. Misalnya, data tentang pelanggan organisasi Anda.

#### b. Sosialisasi

Komunikasi juga berperan sebagai alat sosialisasi, sehingga memudahkan orang untuk berinteraksi satu sama lain. Komunikasi yang efektif memfasilitasi proses sosial yang berlangsung. Misalnya, antara penjualan dan pelanggan baru..

#### c. Motivasi

Komunikasi juga bertindak sebagai motivasi, menyebabkan orang bertindak dengan cara tertentu. Dalam komunikasi . Misalnya, saran positif dari komunikasi yang mendorong pembelian rutin. Dengan kata lain.

#### d. Pendidikan

Komunikasi juga berfungsi sebagai media pendidikan yang tumbuh dan berkembang melalui jaringan komunikasi yang dibangun oleh individu. Dengan kata lain, pendidikan dibangun melalui komunikasi .Misalnya, komunikasi yang dibentuk oleh pendidikan formal.

#### e. Budaya

Komunikasi membantu mempromosikan budaya. Misalnya dalam bentuk media komunikasi berupa media massa, media massa menyebarkan berbagai produk budaya dan menumbuhkan budaya tersebut.

#### f. Hiburan

Komunikasi juga merupakan salah satu media hiburan terpenting bagi individu. Komunikasi yang menyenangkan menghibur orang.Jika itu menarik dan Anda tidak dapat berkomunikasi, Anda akan lebih cenderung merasa stres.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Integrasi

Komunikasi menciptakan integrasi. Singkatnya, komunikasi dapat menjembatani perbedaan antar individu. Komunikasi memegang peranan penting dalam hal ini.

h. inovasi

Komunikasi juga mendorong lahirnya inovasi. Dalam hal ini inovasi hadir karena adanya kebutuhan dan tuntutan manusia untuk menciptakan sistem komunikasi yang efektif yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Misalnya, teknologi internet dan data suara.<sup>59</sup>

### 2.2.3 Humas

#### a. Pengertian Humas

Public Relations merupakan terjemahan dari istilah Public Relations/Huma, dikenal juga dengan Public Relations/Humas. Public Relations secara etimologis berasal dari bahasa Inggris, yaitu public relations.<sup>60</sup> Jika humas adalah pemahaman tentang hubungan masyarakat, maka ciri esensial dari hubungan masyarakat adalah hubungan masyarakat dan harus dilakukan oleh manajer hubungan masyarakat dan stafnya. Fitur-fiturnya adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikasi terjadi dalam dua arah.
- 2) Kegiatan yang dilakukan meliputi penyebaran informasi, persuasi dan verifikasi opini publik.
- 3) Tujuan yang ingin dicapai adalah tujuan organisasi dimana kegiatan kehumasan dilakukan.
- 4) Kelompok sasaran adalah kelompok sasaran di dalam organisasi dan kelompok sasaran di luar organisasi.
- 5) Efek yang diharapkan adalah terselenggaranya hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat umum.

<sup>59</sup> Sudiarto, *Komunikasi Organisasi*, Depok : Rajawali Pers (2017)

<sup>60</sup> John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1996), hal 225.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagaimana diketahui bahwa fungsi humas suatu organisasi atau perusahaan biasanya diketahui melalui departemen humas atau keberadaan departemen tersebut. Di berbagai perusahaan Indonesia, istilah humas sering digunakan sebagai hubungan masyarakat. Pada umumnya instansi dan organisasi pemerintah masih menggunakan istilah humas, namun perusahaan swasta lebih memilih istilah humas. Hubungan masyarakat mendukung dan memelihara sarana komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kolaborasi yang sama antara organisasi dan audiensnya, melibatkan manajemen dalam masalah dan perhatian, menginformasikan manajemen, dan menanggapi opini publik. Fungsi manajemen unik yang dapat merespons konfirmasi. Manajemen tanggung jawab untuk kepentingan publik, dukungan manajemen dalam melacak perubahan informasi dan penggunaan yang efektif sebagai sistem peringatan dini untuk memprediksi tren, dan penelitian sebagai kegiatan inti dan teknik komunikasi etis yang baik.<sup>61</sup>

Dukungan publik pemerintah adalah fungsi manajemen yang misinya adalah mendukung berbagai organisasi dan merespons masyarakat. Pendek kata, dukungan publik pemerintah juga bertugas mencari berbagai arahan dan pendapat dari masyarakat. Kegiatan humas pemerintah sama dengan aktivis humas lainnya. Praktisi PR/PR berinteraksi antara pengusaha dan masyarakat umum, mengembangkan berbagai strategi PR yang efektif, dan membangun pesan yang saling berhubungan antara pengusaha dan konsumen/masyarakat umum. Humas pemerintah menyediakan berbagai informasi sekaligus memenuhi kebutuhan warga dan bisnis, publik dapat mempercayai mereka, dan humas pemerintah yang terbuka memfasilitasi akses ke informasi.

Secara umum, peran humas pemerintah adalah untuk menjelaskan berbagai rencana dan kebijakan pemerintah kepada publik, tetapi ada item berita yang dapat menyebabkan debat publik tentang humas pemerintah, tetapi pemerintah jujur dan terbuka kepada publik. Kami juga bekerja untuk memberikan dan menyebarluaskan panduan resmi pemerintah kepada publik.

<sup>61</sup> Onong Uchana Effendy, *Hubungan Masyarakat* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal 2.

Menjangkau pemerintah memainkan peran ganda dalam berinteraksi dengan media dan masyarakat umum. Kita harus berpihak pada pemerintah dan menjelaskan kepada publik sebanyak mungkin manfaat dari tindakan yang diambil oleh pemerintah.<sup>62</sup>

Pada dasarnya strategi adalah suatu rencana (plan) dan pengelolaan (management) untuk mencapai suatu tujuan.<sup>63</sup>

Hubungan sipil berisi bahwa unit lain di perusahaan bisa berkontribusi sebagai pendekatan tugas jangkah panjang. Profesional PR bisa mengamalkan ulah-ulah berikut:

- 1) Anda dapat menyampaikan fakta dan opini yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan. Materi dianggap spesifik atau penting dalam jangka waktu tertentu, berdasarkan kliping koran, survei pidato manajemen, materi yang dikeluarkan perusahaan, dan wawancara khusus dengan pemangku kepentingan..
- 2) Lacak dokumen resmi perusahaan dan cari tahu tentang perusahaan yang telah berkembang secara historis. Perusahaan umumnya tertarik pada sikap perusahaan terhadap masyarakat umum. Kebalikannya juga benar.
- 3) Mereka melakukan analisis SWO(kekuatan/kekuatan, kelemahan/kelemahan, peluang/peluang, ancaman/ancaman). Namun, tidak perlu menganalisis apa yang tidak dapat dicapai. Humas harus menganalisis secara menyeluruh persepsi internal dan eksternal SWO.<sup>64</sup>

#### b. Fungsi Humas

Tentu saja, staf PR perusahaan memainkan peran penting. Fungsi utama humas/humas menurut Anne van der Maiden dalam “Public Relations To Make Kenis” (1987) adalah sebagai berikut.

- 1) Tumbuh dan berkembangnya hubungan internal dan eksternal yang baik antara suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya.

<sup>62</sup> Suryani Musi dkk, *Komunikasi Dan Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)* (Jawa Timur: Qiara Media, 2020), hal 37-38.

<sup>63</sup> Onong Uchana Effendy, *Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hal 32.

<sup>64</sup> Soleh Soemirat dan Elvi naro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Rosdakarya, 2010), hal 91.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Memberikan pemahaman, meningkatkan motivasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat
- 3) Menciptakan opini publik yang bermanfaat bagi organisasi/perusahaan dan masyarakat umum.

PR adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi dan mempromosikan pemahaman dan kolaborasi antara organisasi dan masyarakat umum. Termasuk manajemen masalah. Bantu manajemen mengikuti opini publik dan mengikutinya. Mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab administratif untuk melayani kepentingan publik. Ini membantu manajemen tetap up-to-date, memanfaatkan perubahan, dan bertindak sebagai sistem peringatan dini untuk mencegah tren negatif. Gunakan etika penelitian dan komunikasi yang baik sebagai alat utama.<sup>65</sup> Ciri-ciri PR/Humas karya Onong Uchjana Effendy dalam bukunya adalah:

- 1) Mendukung kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan orang-orang di dalam dan di luar negeri.
- 3) Menjalin komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada masyarakat umum dan mengkomunikasikan opini publik tentang organisasi.
- 4) Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi untuk kepentingan publik.<sup>66</sup>

Selain itu, Rosady Ruslan menjelaskan empat peran utama humas:

1. Sebagai komunikator atau penghubung antara perwakilan suatu organisasi atau lembaga dengan masyarakat umum.
2. Menjaga hubungan, yaitu berusaha membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik.

<sup>65</sup> Keith Butterick, *Pengantar Public Relations* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 7.

<sup>66</sup> Onong Uchana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis* (Bandung: PT RajaGrafindo Persada, 1992).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Peran manajemen cadangan, yaitu peran pendukung fungsi manajemen suatu organisasi atau perusahaan.

4. Membangun citra perusahaan. Artinya peran humas dimaksudkan untuk menciptakan citra organisasi atau lembaga.<sup>67</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, fungsi utama humas adalah menjaga hubungan baik dengan masyarakat umum baik secara internal maupun eksternal guna menghasilkan opini publik yang bermanfaat bagi instansi/organisasi terkait..

**a. Humas Pemerintah**

Menurut Scott M. Katrip, yang menetapkan batas-batas hubungan masyarakat, pemerintah pada umumnya membantu menciptakan lembaga (sektor) pemerintah yang lebih tinggi dan membantu melayani warga negara yang semuanya dibentuk untuk mereka. Ini adalah fungsi manajemen. Berangkat dari definisi ini, ia menyatakan bahwa penjangkauan pemerintah adalah fungsi manajemen yang misinya adalah mendukung berbagai organisasi dan merespons masyarakat.<sup>68</sup>

Rosady Ruslan mengusulkan empat tugas utama humas pemerintah.

- 1) Mengamati dan mempelajari keinginan, keinginan, dan keinginan yang ada dalam masyarakat
- 2) Kegiatan yang memberikan saran dan masukan bagi instansi dan lembaga pemerintah untuk merespon tuntutan masyarakat setempat.
- 3) Kemampuan untuk menemukan hubungan yang memuaskan antara humas dan pejabat pemerintah.
- 4) Memberikan informasi/informasi tentang apa yang telah dilakukan oleh instansi pemerintah terkait. Merujuk pada definisi PR Joyce J. Gordon, yang terangkum dalam bukunya “Effective Public Relations”, PR memiliki kemampuan untuk memelihara hubungan yang baik dan

<sup>67</sup> Rosidi Ruslan, Pr dan Komunikasi metode penelitian ( Jakarta: PT. Grafindo Persada:2006) hlm 12

<sup>68</sup> Suryani Musi dkk, *Komunikasi Dan Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)* (Jawa Timur: Qiara Media, 2020), hal 37.

bermanfaat antara organisasi dan masyarakat umum. Gordon merangkum tugas juru bicara pemerintah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi kepada anggota tentang kegiatan instansi pemerintah.
- 2) Memastikan partisipasi aktif dalam program-program pemerintah. Pemungutan suara, daur ulang tepi jalan, pemakaian sabuk pengaman, program berhenti merokok.
- 3) Mendorong warga untuk mendukung kebijakan dan program yang telah ditetapkan. Sensus, program pemantauan keamanan lingkungan, kampanye kesadaran kesehatan pribadi, dukungan bantuan bencana.
- 4) Melayani sebagai pembela umum pejabat pemerintah. Mengkomunikasikan opini publik kepada pengambil keputusan, mengelola urusan publik dalam organisasi, dan meningkatkan akses publik bagi pejabat pemerintah.
- 5) Mengelola informasi internal. Persiapkan karyawan Anda untuk buletin, pengumuman elektronik, dan konten dari situs web organisasi Anda.
- 6) Membina hubungan media-Menjaga hubungan dengan outlet media lokal. Berfungsi sebagai saluran untuk semua kueri media. Menginformasikan pers tentang organisasi dan praktik serta kebijakannya.
- 7) Membangun masyarakat dan negara. Melaksanakan kampanye kesehatan masyarakat yang disponsori pemerintah dan program keamanan publik lainnya untuk mempromosikan berbagai program sosial dan pembangunan. Dimock dan Corning menjelaskan kepada Rosadi Ruslan bahwa tugas dan tanggung jawab humas adalah sebagai berikut:
  - 1) Upaya memberikan informasi atau informasi kepada masyarakat luas tentang pelayanan publik, kebijakan dan tujuan yang harus dicapai pemerintah dalam pelaksanaan program kerja pembangunan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Membangun kepercayaan dan kepercayaan serta melibatkan masyarakat umum dalam melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang, antara lain:

3) Keterbukaan dan integritas dalam pemberian pelayanan dan pelayanan kepada instansi pemerintah terkait harus dijaga atau didukung agar secara konsisten dan profesional memenuhi kewajiban dan kewajibannya masing-masing.

Departemen hubungan masyarakat pemerintah Indonesia memiliki beberapa tanggung jawab utama, termasuk:

- 1) Menyebarluaskan informasi tentang kebijakan dan program yang terbuka untuk publik oleh pemerintah.
- 2) Menjadi komunikator yang dapat menjadi jembatan antara masyarakat dengan pemerintah untuk berbagai manfaat
- 3) Anda dapat melindungi kebijakan dari pemerintah
- 4) Tugas Anda adalah menciptakan suasana yang membantu memperkuat keamanan politik. Tugas humas adalah menjaga citra organisasi atau perusahaan yang diwakilinya dan menghindari menyesatkan atau menimbulkan masalah yang merugikan. Tentu kerugian yang paling mematikan adalah munculnya atau munculnya suatu penyebab ketidakpuasan antara pihak-pihak yang terlibat dalam organisasi atau bisnis tersebut.<sup>69</sup>

**b. Four Step Public Relations**

Menurut Cutlip-Center-Broom, seorang profesional PR yang menjalankan program PR harus terdiri dari empat langkah kegiatan. Ini kadang-kadang disebut sebagai empat langkah untuk memecahkan masalah PR. Empat langkah strategi PR adalah:

- a. Definisikan masalah (define the problem). Langkah pertama ini melibatkan pemeriksaan dan pemantauan pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku audiens. H. Seseorang yang tertarik atau dipengaruhi oleh

<sup>69</sup> Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations : Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Jakarta: PT Temprint, 1994), hal 30.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilaku atau kebijakan suatu organisasi atau perusahaan. Kegiatan pemecahan masalah ini membutuhkan seorang ahli PR untuk menjawab pertanyaan, "Apa yang terjadi?"

b. Perencanaan dan pemrograman (planning and programming).

Program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi dibuat dari pertanyaan-pertanyaan yang diidentifikasi pada langkah pertama. Langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan pelajaran yang didapat dari langkah pertama ke dalam kebijakan dan program organisasi Anda. Langkah kedua ini adalah proses menjawab pertanyaan, "Apa yang harus diubah, apa yang harus dilakukan, apa yang harus dikatakan, berdasarkan situasi yang sedang diselidiki."

c. Bertindak dan berkomunikasi (act and communication). Langkah-langkah saat ini termasuk kegiatan untuk mengambil dan berkomunikasi dengan tindakan yang telah dirancang sebelumnya untuk mencapai tujuan tertentu. Pertanyaan yang diajukan pada tahap ini adalah "siapa yang melakukannya, kapan, di mana, dan bagaimana". Peringkat

d. Evaluasi program (evaluasi program).

## 2.4 Pemberdayaan Masyarakat

### a. Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan adalah konsep yang berkaitan dengan kekuasaan. Istilah kekuasaan sering disinonimkan dengan kemampuan individu untuk membiarkan dirinya atau orang lain melakukan apa yang diinginkannya. Keterampilan ini cocok untuk pengaturan diri yang mengelola orang lain sebagai individu atau kelompok / organisasi, terlepas dari kebutuhan, kemungkinan, atau keinginan mereka. Dengan kata lain, kekuasaan membuat orang lain menjadi subyek pengaruh dan keinginan mereka.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemberdayaan adalah proses memberdayakan yang lemah (powerless), menghilangkan kekuasaan (powerless) dari menjadi terlalu kuat (powerless), dan menyeimbangkannya.<sup>70</sup>

Pemberdayaan adalah cara orang, organisasi, dan komunitas diperintahkan untuk mengelola kehidupan mereka dan mengambil alih kekuasaan. Pemahaman ini menekankan pada aspek pendelegasian, pemberdayaan, atau pemberdayaan individu atau masyarakat untuk mengatur diri sendiri dan lingkungannya sesuai dengan keinginan, kemungkinan, dan kemampuannya. Pemberdayaan juga dapat dilihat sebagai upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat individu dan masyarakat.

Pemberdayaan juga berarti peremajaan tatanan nilai, budaya dan kearifan lokal dalam membangun identitas pribadi dan masyarakat. Misalnya, menghidupkan kembali sifat gotong royong dan gotong royong dalam masyarakat Indonesia, khususnya di perkotaan, merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat..<sup>71</sup>

#### a) Agen Pemberdayaan

Orang yang diberdayakan adalah orang miskin yang sering lumpuh dan sering tidak mampu berjuang. Oleh karena itu, pemberdayaan membutuhkan peran pihak luar. Orang asing yang bertanggung jawab untuk pemberdayaan adalah manajer pembangunan formal dan informal. Pejabat adalah pejabat pemerintah di bidang berikut: Pekerja Kerlahan/Desa, guru, pekerja honorer, dosen, pegawai Puskesmas, dokter, bidan dan tenaga lapangan lainnya. Pejabat nonformal adalah orang-orang yang dikelola oleh suatu lembaga (LSM) atau yang secara sukarela memperkuat komunitasnya secara pribadi. Pejabat

<sup>70</sup> Johani, R. 2003. Partisipasi, Pemberdayaan, dan Demokrasi Komunitas. Bandung: Studio Darya Media Hal 54.

<sup>71</sup> Anwas, Oos, M. 2014. Pemberdayaan Masyarakat di Era Global. Bandung: Alfabeta 54.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informal tersebut antara lain relawan, pekerja sosial, pimpinan PKK, pengurus Posdaya, mahasiswa, ulama, simpatisan dan lainnya.<sup>72</sup>

#### b) Prinsip – Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan bertujuan agar klien/sasaran dapat meningkatkan kualitas hidupnya, berdaya, berdaya saing dan mandiri. Pelaku pemberdayaan harus mengikuti prinsip-prinsip pemberdayaan, terutama ketika memberdayakan untuk masyarakat. Prinsip-prinsip ini menjadi acuan bagi pemberdayaan yang tepat.<sup>73</sup>

Mengenai sifat dan konsep pemberdayaan, beberapa prinsip pemberdayaan masyarakat dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pemberdayaan dilakukan secara demokratis dengan menghindari unsur paksaan.
2. Kegiatan pemberdayaan didasarkan pada kebutuhan, masalah dan kemungkinan klien/orang sasaran
3. Tujuan pemberdayaan adalah sebagai subyek atau subyek kegiatan pemberdayaan
4. Pemberdayaan berarti munculnya kembali nilai-nilai, budaya dan kearifan lokal yang memiliki nilai luhur dalam masyarakat.
5. Pemberdayaan adalah proses yang memakan waktu, sehingga berjalan perlahan dan terus menerus.
6. Perempuan khususnya remaja dan ibu muda perlu diberdayakan karena memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas hidup dan mengentaskan kemiskinan.

<sup>72</sup> Ibid 55

<sup>73</sup> Omantri, 2008

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Pemberdayaan harus memperhatikan keragaman budaya Pemberdayaan bertujuan untuk menggerakkan partisipasi aktif individu dan masyarakat sebanyak mungkin .

8. Pemberdayaan klien/sasaran bersifat mandiri Kewirausahaan harus dimasukkan sebagai prasyarat pembangunan.

9. Agen atau pelaksana pemberdayaan yang melakukan pemberdayaan harus memiliki keterampilan, dinamisme, dan fleksibilitas perilaku yang memadai mulai dari unsur pemerintah, kepribadian, guru, dan pelaksana untuk memenuhi perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat dan masyarakat. Cendekiawan, pengusaha, LSM, relawan dan anggota masyarakat lainnya.<sup>74</sup>

Dalam kerangka ini upaya untuk memberdayakan masyarakat (*empowering*) dapat dikaji dari 3 (tiga) aspek :

- a. *ENABLING* yaitu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Asumsinya adalah pemahaman bahwa setiap orang, setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada orang atau masyarakat tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya.
- b. *EMPOWERING* yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat semakin berdaya.
- c. *PROTECTING* yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting, sehingga pemberdayaan

<sup>74</sup>bid 71

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat sangat erat hubungannya dengan pementapan, pembudayaan dan pengalaman demokrasi (Friedmann, 1994). Pendekatan pemberdayaan pada intinya memberikan tekanan pada otonomi pengambilan keputusan dari kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung, demokratis dan pembelajaran social.<sup>75</sup>

## c) Mekanisme Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat harus melibatkan berbagai potensi yang ada dalam masyarakat, beberapa elemen yang terkait, misalnya :

- a. Peranan Pemerintah dalam artian birokrasi pemerintah harus dapat menyesuaikan dengan misi ini, mampu membangun partisipasi, membuka dialog dengan masyarakat, menciptakan instrument peraturan dan pengaturan mekanisme pasar yang memihak golongan masyarakat bawah.
- b. organisasi-organisasi kemasyarakatan diluar lingkungan masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat, organisasi kemasyarakatan nasional maupun local,
- c. lembaga masyarakat yang tumbuh dari dan didalam masyarakat itu sendiri (local community organization) seperti BPD, PKK, Karang Taruna dan sebagainya. koperasi sebagai wadah ekonomi rakyat yang merupakan organisasi sosial berwatak ekonomi dan merupakan bangun usaha yang sesuai untuk demokrasi ekonomi Indonesia.

## 2. Konsep Operasional

Konsep Operasional adalah panduan yang memberikan penjelasan tentang strategi komunikasi Humas PT PERSI (Permodalan Siak) untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat di kecamatan tualang kabupaten siak sri Indrapura:

1. Menentukan masalah ( *defining the problem* ).

<sup>75</sup> Alkarina 2015

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Langkah pertama ini melibatkan penyelidikan dan pemantauan pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku audiens, yaitu mereka yang tertarik atau terpengaruh oleh perilaku atau kebijakan organisasi atau perusahaan. Kegiatan pemecahan masalah ini membutuhkan seorang PR untuk menjawab pertanyaan, "Apa yang terjadi sekarang?"

Profesional humas perlu memperhatikan data dan fakta yang berkaitan erat dengan pekerjaan yang sedang dilakukan. Semua informasi harus dikumpulkan selengkap mungkin. Pada tahap pendefinisian investigasi, personel Humas perlu mengolah, membandingkan, menilai, dan mengambil keputusan atas data faktual yang dimilikinya, serta menarik kesimpulan dan keakuratan dari data faktual yang diperoleh. Proses Humas perlu memprioritaskan pengolahan, penyelidikan, klasifikasi, dan pengumpulan data tidak hanya untuk mengumpulkan data dan fakta, tetapi juga untuk memudahkan penyelesaian masalah di kemudian hari.

#### 2. Perencanaan dan penyusunan program (*planning and Programming*).

Program, tujuan, tindakan, dan rencana komunikasi dibuat dari masalah yang diidentifikasi pada langkah pertama. Langkah 2 melibatkan penggabungan pelajaran yang dipetik di Langkah 1 ke dalam kebijakan dan program organisasi Anda. Setelah penyelidikan dan pendataan, staf Humas akan melanjutkan ke tahap perencanaan.

Pada fase ini, humas merumuskan masalah. Dia ingin memecahkan masalah dan kemudian memutuskan siapa yang akan mengerjakannya. Rencana ini tidak boleh diabaikan, tetapi harus dipertimbangkan dengan cermat karena akan menentukan keberhasilan kegiatan PR secara keseluruhan. Rencana tersebut didasarkan pada data dan fakta yang diperoleh, bukan pada maksud dari Humas. Berdasarkan uraian masalah, strategi perencanaan dan pengambilan keputusan dikembangkan dan program kerja dibuat sesuai dengan spesifikasi organisasi. Ini juga untuk kepentingan umum. Kata kunci untuk fase ini adalah?"<sup>76</sup>

<sup>76</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008), hal 108-109.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*Taking action and communicating*).

Langkah ketiga melibatkan kegiatan untuk melakukan dan berkomunikasi dengan tindakan yang telah dirancang sebelumnya untuk mencapai tujuan tertentu. Pertanyaan yang diajukan pada tahap ini adalah “siapa yang melakukannya, kapan, di mana, dan bagaimana”.

Tujuan khusus dan objektivitas perlu dipadukan untuk mencapai tindakan dan komunikasi yang dilakukan oleh humas. Ia harus mampu mengkomunikasikan pelaksanaan program dengan cara yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program. Selain itu, ia juga harus menjalankan dan melaksanakan kegiatan kehumasan dengan semaksimal mungkin. Aktivitas behavioral ini merupakan aktivitas komunikasi yang mirip dengan komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan komunikasi organisasi.

4. Evaluasi program (*Evaluating the program*).

Langkah terakhir ini meliputi penyiapan program, pelaksanaannya, dan evaluasi atau evaluasi hasil. Setelah menjawab pertanyaan "Bagaimana Anda melakukannya?", Anda dapat melanjutkan atau keluar dari program. Berdasarkan umpan balik yang Anda terima, Anda dapat mengoordinasikan dan meningkatkan tindakan dan komunikasi yang Anda lakukan. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur efektivitas keseluruhan proses. Penting juga untuk memastikan bahwa data dan fakta yang sudah tersedia benar selama fase ini.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran digunakan untuk memfasilitasi penelitian ini menemukan jawaban atas masalah yang diformalkan yang perlu diwujudkan dalam konsep teoritis untuk kemudahan pemahaman. Untuk mempermudah, penulis menjelaskan sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian**

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian secara bahasa dapat diartikan menjadi 2 kata, yakni metodologi dan penelitian. Metodologi sendiri bermakna sesuatu yang memiliki hubungan dengan sifat, jenis dan bentuk umum mengenai tata cara secara terstruktur. Sementara penelitian bermakna suatu cara yang dilakukan dengan prosedur tertentu untuk menyelesaikan suatu masalah sehingga menemukan hasil berupa penyelesaian. Lalu secara umum metodologi penelitian ialah sesuatu hal yang sistematis atau terstruktur yang bertujuan untuk menyelesaikan suatu permasalahan.<sup>77</sup>

### 3.1 Desain penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai metode dalam penelitiannya. Didalam buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, diterapkan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana instrument kunci dari penelitian ini adalah peneliti, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara gabungan, analisis data yang bersifat induktif, dengan hasil penelitian kualitatif yang lebih menitik beratkan pada makna dibandingkan generalisasi.<sup>78</sup>

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT.PERSI ( PERMODALAN SIAK ) Kecamatan Tualang Jl. M.Yamin No 9, Perawang, Kec, Tualang, Kabupaten Sak, Riau, 28685.

<sup>77</sup> Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus* - Google Books, ed. oleh Ruslan. dan Moch Mahfud. Effendi, 1 ed. (Sukabumi: CV Jejak, 2017).

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ed. oleh Sutopo, 1 ed. (Bandung: ASFA BETA, 2019).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah hal yang menjadi instrument kunci dari sebuah penelitian. Yang mana data sendiri bermakna fakta mentah yang menjadi hasil dari sebuah penelitian yang memerlukan pengolahan data sehingga menjadi sesuatu yang mampu memiliki makna yang dapat di pertanggung jawabkan. Sumber data sendiri didalam sebuah penelitian harus lah merepresentatifkan golongan atau kelompok tertentu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.<sup>79</sup>

Sumber Data yang dikumpulkan terdiri dari dua sumber yaitu:

#### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>80</sup>

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan<sup>81</sup> Penelitian ini dilakukan di PT.PERSI ( PERMODALAN SIAK ) Kecamatan Tualang Jl. M.Yamin No 9, Perawang,Kec, Tualang, Kabupaten Siak, Riau, 28685.

### 3.3 Informan Penelitian

informan di antaranya memberikan informasi. Dari sini dapat dikatakan bahwa informan sama dengan responden. Informan ini adalah yang dapat memberikan informasi yang penulis butuhkan tentang PT PERSI (Permodalan Siak) Kecamatan Tualang dan layanan yang ada. Adapun informan yang penulisnya terlibat dalam pencarian yaitu:

<sup>79</sup>Albi. Anggito dan Johan. Setiawan, *Metodologi penelitian kualitatif - Google Books*, ed. oleh Elna Deffi Lestari, 1 ed. (Sukabumi: CV Jejak, 2018).

<sup>80</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya:Prenadamedia Group, 2005), 132.

<sup>81</sup>*ibid*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.1**  
**Nama informan Penelitian**

No	NAMA	JABATAN
1.	Nour Azmin Azam	Kepala Kantor PT. Persi
2.	Partahian Harahap	Humas
3.	Jumianto	Analisis Lapangan
4.	Zamri	Analisis Lapangan
5.	Nany Sumaeati	Administrasi
6.	Ramadhan	Ofdise Boy
7.	Rahman Umar	Nasabah/Masyarakat
8.	Ali	Nasabah/Masyarakat

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal terpenting dari sebuah penelitian. Pengumpulan data didalam sebuah penelitian memerlukan penangana khusus agar data validitas data tersebut tetap terjaga. Penyusunan teknik pengumpulan data selain memerlukan penangana khusus,juga harus ditangani secara sungguh-sungguh agar mendapatkan variabel yang sesuai.<sup>82</sup>

#### 3.5.1 Wawancara Mendalam(In-Dept Interview)

Wawancara atau dengan istilah lain interview secara umum memiliki tujuan untuk mendapatkan keterangan,pendirian,pendekatan secara lisan dari seseorang yang disebut dengan seorang responden. wawancara sendiri berlangsung dengan terorganisir antara pewawancara dan yang akan diwawancarai untuk memberi ataupun menerima informasi tertentu. Wawancara dilakukan secara verbal kepada responden atau orang yang akan diwawancara.

<sup>82</sup> Bandu. Siyoto dan M Ali. Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN - Google Books*, ed. Oleh Ayup, 1 ed. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara juga disebut sebagai proses komunikasi dan interaksi karena pada saat terjadinya wawancara akan ada penggunaan bahasa non verbal yang biasa dimaknai.<sup>83</sup>

Wawancara mendalam atau dalam bahasa Inggris in-depth interview. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan rincian tentang fenomena yang sedang diteliti. Wawancara mendalam memiliki tujuan untuk memperoleh sesuatu hal yang belum terlalu jelas menuju ke informasi yang lebih mendalam. Selanjutnya data yang diperoleh dari wawancara mendalam akan dianalisis menggunakan metode *Interpretative Phenomenological Analysis*.<sup>84</sup>

### 3.5.2 Observasi Partisipatif Pasif

Observasi suatu proses yang diawali dengan pengamatan lalu pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif dan rasional terhadap berbagai bentuk fenomena dalam kondisi yang sesungguhnya maupun buatan.<sup>85</sup> Observasi menitikberatkan pada pendeskripsian dan penjabaran tentang kejadian yang tengah diteliti. Cakupan dari observasi tidak hanya perilaku nonverbal, namun mencakup perilaku verbal tiap orang yang diamati.

Observasi partisipan ialah observasi yang mana peneliti terlibat langsung secara aktif dengan kedalaman kegiatan yang sedang diteliti dan mencatat perilaku yang muncul saat itu. Data yang didapatkan dalam observasi ini cenderung tajam dan lebih lengkap karena setiap arti dari setiap perilaku terlihat oleh mata. Dalam penelitian ini tingkatan partisipan memiliki tingkatan yang pasif yang mana, *observer* datang ke tempat kegiatan orang atau hal yang akan diteliti, namun tidak ikut serta dalam kegiatan tersebut. Yang mana pada penelitian ini peneliti hanya

<sup>83</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif* - Google Books, ed. oleh Choiroel Anwar (Sidoarjo: Zifatama Jawa, 2015).

<sup>84</sup> Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* - Google Books, 1 ed. (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019). 18.

<sup>85</sup> Vigh Hery Kristanto, *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* - Google Books, 1 ed. (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengamati dengan tidak ikut serta dan terlibat di kegiatan yang dilaksanakan oleh PT.PERSI<sup>86</sup>.

### 3.6 Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif validitas data biasa disebut juga dengan pemeriksaan keabsahan data. Dimana menampilkan data-data dalam bentuk gambar, kalimat dan tidak menitik beratkan terhadap data berupa angka. Menurut Moleong pemeriksaan validitas data mencakup atas kriteria :

- 1) Kepercayaan,
- 2) Keteralihan,
- 3) Kebergantungan, dan
- 4) Kepastian.

Dari empat hal tersebut, ada delapan teknik pemeriksaan data, yakni : ketekunan pengamatan, keikutsertaan, pengecekan sejawat, triangulasi, kajian kasus negatif, kecukupan referensi uraian rinci dan pengecekan anggota.<sup>87</sup>

Dan didalam penelitian ini, untuk menguji validitas data yang telah di peroleh maka akan mengarah pada kepercayaan dan kepastian. Kepercayaan data sendiri merupakan jika ditemukan kesamaan antara apa yang disampaikan seorang peneliti dengan kejadian sebenarnya yang terjadi pada objek penelitian. Sementara kepastiaan data merupakan suatu keterbukaan peneliti dalam menyampaikan kepada khalayak perihal proses dan komponen penelitian yang tengah ia teliti, yang akan memberi peluang terhadap pihak lain untuk menilai hasil temuannya dan juga serta mendapatkan izin anantara kedua belah pihak.<sup>88</sup>

### 3.7 Teknik Analisis Data

<sup>86</sup> Ni'matuzahroh. dan Susanti. Prasetyaningrum, *OBSERVASI: TEORI DAN APLIKASI DALAM PSIKOLOGI* - Google Books, ed. oleh AH Riyantono, 1 ed. (Malang: UMM Press, 2018).

<sup>87</sup> S. Hadi, "Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi," *Jurnal Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang* 22, no. 1 (2017): 109874, <https://doi.org/10.17977/jip.v22i1.8721>.

<sup>88</sup> Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat", *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12.33 (2020)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif sebagai teknik analisis data. Yang mana pada metode penelitian ini memfokuskan pada data deskriptif dalam bentuk kalimat maupun verbal dari orang-orang yang tengah diteliti.<sup>89</sup> Dalam metode penelitian ini akan mengkhususkan terhadap suatu yang kompleks dan luas, serta bersifat subjektif dan komprehensif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan secara konstan selama penelitian berlangsung, yang dilakukan diawali dari menghimpun data sampai tahap akhir penulisan laporan. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif penghimpunan data dan analisis data merupakan satu kesatuan. Yang mana berarti dalam penelitian kualitatif dua hal tersebut penghimpunan dan analisis data dilakukan secara bersamaan. Dalam penelitian kualitatif seorang peneliti, tetap harus terus menerus menganalisis data yang di peroleh. Seperti membaca catatan lapangan, menangkap tema-tema penting yang muncul dari wawancara mendalam atau melalui observasi.<sup>90</sup> Atau dapat disimpulkan analisis data adalah pengorganisasian hasil penelitian dari awal hingga akhir jalannya penelitian. Yang bertujuan agar mampu dipahami dan dikomunikasikan kepada orang lain selain peneliti itu sendiri.

Peneliti mengkaji data yang bersumber melalui hasil penemuan yang dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan kepada PT PERSI dan CSR yang selanjutnya peneliti uraikan pada sebuah karya tulis ilmiah. Data hasil penelitian yang diperoleh tidak mengalami penambahan atau pengurangan, namun peneliti dalam penjabarannya hanya menuangkan dan menginterpretasikan berdasarkan hasil analisis peneliti melalui data yang ditemukan. Adapun sistematika tahapan teknik analisis data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

<sup>89</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspekti...* - Google Books, 1 ed. (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020).

<sup>90</sup> Emarti. dan Hengki. Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* - Google Books, ed. oleh Claudia Suzana Setiana (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jafaray, 2020).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.7.1 Reduksi Data

Reduksi data sendiri meliputi proses penentuan data kasar, pemusatan perhatian terhadap data-data khusus yang bersifat spesifik, melakukan transformasi data dan lainnya berdasarkan hasil data yang dikumpulkan di lapangan. Data-data yang terkumpul dapat berupa, data documenter, hasil observasi maupun data wawancara.<sup>91</sup> Proses reduksi data dilaksanakan dengan membuat rangkuman data, mengelompokkan data, dan temuan data.

### 3.7.2 Penyajian Data

Penyajian data ialah aktifitas ketika beberapa informasi dikumpulkan dan disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Dengan adanya penyajian data, diharapkan akan memudahkan untuk pemahaman atas apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berlandaskan atas apa yang telah dipahami. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), grafik, matriks, bagan dan jaringan.<sup>92</sup> Pada tahapan ini peneliti melakukan penyajian data dengan menyusun kumpulan keterangan yang sebelumnya.

### 3.7.3 Penarikan dan Pemberian Kesimpulan

Tahap ini merupakan proses penarikan kesimpulan dari berbagai data yang telah direduksi dan disajikan untuk menuju kesimpulan akhir yang mampu menjawab permasalahan penelitian.

<sup>91</sup> Choirul. Saleh dkk., *Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur - Google Buku*, ed. oleh Tim UB Press, 1 ed. (Malang: UB Press, 2013).146.

<sup>92</sup> M Askaria, Zakariah, Vivi. Afriani, dan KH M. Zakariah, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AN...* - Google Books (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 4.1 Sejarah PT. Permodalan Siak (PERSI)

PT. Persi adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan Kabupaten Siak No. 11 Tahun 2006 Sehubungan tambah pendapat Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Badan Usaha Milik Daerah. pt. Persi dilandasi argumentasi bagian dalam rancangan pembentengan dan peluasan ekonomi semesta berpegang perekonomian kewarganegaraanisme manfaat menjadikan khayalan Kabupaten Siak. pt. Modal Siak adalah perusahaan semesta yang menyisihkan modal, penyertaan modal, kebijakan manajemen, kebijakan pemasaran, pendampingan, dan kegiatan peluasan tumpuan mikro lainnya seumpama fragmen bunga bisnisnya. Permodalan Siak (PERSI).

juga dapat mengelola pendanaan untuk UKM, UKM, koperasi, batik pemerintah dan pengembangan sektor swasta. Ini termasuk pelatihan, penelitian, atau kegiatan lain untuk mengembangkan bisnis Anda. Persi juga bisa menjalin kerjasama dengan berbagai pihak batik nasional dan internasional. pt. Persi (ibu kota Siak) Kec. Tualang Kab. SiakSriIndarpura mulai memberikan pinjaman kepada koperasi kecil dan menengah pada tahun 2006. Karena UKM menempati sebagian besar perekonomian nasional, pemerintah menekankan promosi dan pengembangan sektor swasta skala UKM sebagai salah satu kebijakannya, dan berupaya memperkuat inisiatifnya. , Partisipasi dalam semua bidang etos kerja dan kehidupan ekonomi.<sup>93</sup>

Hal ini berdasarkan Pasal 6 Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 11 Tahun 2006 dan Anggaran Dasar PT. Modal dasar PT, SH nomor: 54, 12 Januari 2007, sebagaimana tercantum dalam sertifikat Tito Utoyo, Persi. Persi dipatok Rp. 5.000.000.000,- dan modal disetor sampai dengan tahun 2008 adalah sebesar Rp.

<sup>93</sup>Company Profile PT. PERSI (Permodalan Siak)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

37.020.000.000,- Mengenai penyertaan Pemerintah Kabupaten Siak pada 288.649.865.776 perusahaan yang terdiri dari Setara Kas Pemerintah Kabupaten Siak berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Siak Tahun 2009 Nomor 243.649.865.776 Setara Kas Rupiah dan Setara Kas 45.000.000.000 Rupiah. - Modal setara kas yang termasuk adalah aset berupa tagihan/kwitansi atas nilai pengembangan perkebunan kelapa sawit Program Ekonomi Nasional seluas 8.627 hektar.

Kemudian, 16 November 2009,pt. Persi mengadakan rapat umum pemegang saham luar biasa (RUPSLB) dengan agenda perubahan Anggaran Dasar sehubungan dengan perubahan modal dasar Perseroan.RUPSLB telah menetapkan modal dasar PT. Persi berkisar antara Rp50 miliar hingga Rp340 miliar. Perubahan Anggaran Dasar tersebut telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. AHU-00845.AH.01.02. Dari 8 Januari 2010 hingga 2010.

#### a. Dasar Hukum.

2007 UU Perseroan Terbatas Indonesia No. 40. Perda SiaK kewajiban Nomor : 7 November 2006, tentang Pendirian Perusahaan Daerah (PT) (BUMD) dengan Modal Siak. Nota Pendirian Perusahaan Nomor : 12 Januari 2007 54 Notaris Tito Utoyo, SH. Undang-Undang Republik Indonesia dan Peraturan Menteri Hak Asasi Manusia Nomor: W4-00289HT. 010101-TH. 2007 tentang Pengesahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas. sertifikat pembubaran PT. Nomor Induk : 39 Notaris dan PPAT H. Agus Salim, SH 27 Mei 2008. Nomor urut Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia: AHU-53246. AH. Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan 1 Februari 2008.

#### b. Maksud Dan Tujuan.

1. Tujuan didirikannya PT. Ibukota Siak (PERSI) Kec. Siak Kab. SiakSriIndarpura merupakan wujud dari agenda pembangunan Shea Crigency, yaitu memajukan, menumbuhkan, mengembangkan dan memperkuat perekonomian nasional secara profesional.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tujuan didirikannya PT. Ibukota Siak (PERSI) Kec Tualang Kab. Siak Sri Indrapura bertujuan untuk mengembangkan dan memperkuat perekonomian nasional melalui dukungan permodalan, jasa manajemen, pendampingan, dan kegiatan lain yang terkait dengan pengembangan UKM dan koperasi.

**c. Pemegang Saham**

Berdasarkan hasil rapat umum pemegang saham luar biasa yang diselenggarakan pada tanggal 27 Mei 2010, komposisi pemegang saham PT ditetapkan. PERSI adalah:

**Tabel 4.1**  
**Nama Pemegang Saham**

No.	Nama Pemegang Saham	Jumlah Saham (Lembar)	Nilai Nominal (Rupiah)
1	Pemerintah Kabupaten Siak	325,649	Rp. 325,649,000,00,-
2	PT. Kawasan Industri Tanjung Buton	20	Rp. 20,000,000,-
		325,669	Rp. 325,669,000,000,-

**4.2 Ruang Lingkup Kegiatan Usaha.**

1. Pemberian permodalan, penyertaan modal, jasa pengelolaan, jasa pemasaran, pendampingan dan kegiatan lainnya untuk pengembangan UKM dan koperasi.
2. Pengelolaan dana untuk pengembangan usaha mikro, UKM, dan koperasi baik dari pemerintah maupun swasta, termasuk pelatihan, penelitian, dll.
  1. Visi dan Misi.

Visi: Menjadi pengembangan usaha bagi lembaga keuangan dan masyarakat yang profesional dengan mewujudkan komunitas wirausaha mandiri di Kabupaten Siak.

Misi:

- 1) Kami akan menerapkan tata kelola perusahaan yang sangat baik di semua operasi dan kegiatan.
- 2) Menyediakan modal kerja yang dapat dipinjam untuk mendanai kegiatan usaha berbagai individu.
- 3) Memberikan dukungan, manajemen dan teknisi dalam kegiatan bisnis berbagai orang.
- 4) Jaringan bisnis rakyat yang terus berkembang.
- 5) Kami akan memberikan layanan terbaik kepada para pemangku kepentingan kami.

2. Laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

PT sebagai Badan Usaha Milik Negara Shea Crigency. PERSI perlu mendukung semua kebijakan dan program pemerintah.

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, masalah kewajiban diatur dalam Pasal 74, dan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam dan/atau kegiatan usaha terkait wajib melakukan tindakan sosial dan lingkungan. Tanggung jawab untuk tindakan. Perusahaan yang menjalankan bisnis sumber daya alam adalah perusahaan yang mengelola dan menggunakan sumber daya alam. Ketentuan ini bertujuan untuk terus menciptakan hubungan perusahaan yang seimbang dan tepat guna yang selaras dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Dengan mengacu pada Undang-Undang Nomor 40 Republik Indonesia Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial lebih difokuskan pada perusahaan yang mengelola sumber daya alam.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengingat perusahaan (PT. PERSI) tidak menguasai dan memanfaatkan sumber daya alam, maka PT. PERSI tidak memiliki kewajiban untuk mengambil tanggung jawab sosial dan ekologis.

Namun, pt. PERSI juga memiliki tanggung jawab sosial dan ekologi yang paling luas. Pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh PT. PERSI dalam arti luas di atas masih sangat terbatas. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan PT pada tahun 2008. Selama ini PERSI bersifat partisipatif, berfokus pada adaptasi dengan kemampuan perusahaan dan membantu masyarakat meningkatkan kualitas hidup baik perusahaan itu sendiri maupun masyarakat pada umumnya.

Tanggung jawab sosial meliputi pemberian bantuan sosial (korban) kepada masyarakat (dekat) yang terkena bencana tsunami, mendukung pembangunan panti asuhan, berpartisipasi dalam pengaktifan MTQ Keagamaan Siac di Liau, MTQ. Termasuk bantuan dana dan kegiatan keagamaan. Kecamatan, santunan, dan puasa bersama anak yatim di Panti Asuhan.

Untuk meningkatkan produksi hasil pertanian (beras) di kecamatan Bungalaya PT. PERSI bekerjasama dengan supplier pupuk melakukan demplot di areal persawahan di kawasan Bungalaya untuk kegiatan ini PT. PERSI membantu secara finansial. Kegiatan sosial lainnya termasuk bekerja dengan Kantor Koperasi Shea Clementy untuk mempromosikan dan menghidupkan kembali semangat Koperasi dan bertindak sebagai penghubung untuk kegiatan pelatihan Organisasi Pemuda Siak.<sup>94</sup> Secara garis besar produk-produk yang ditawarkan PT. Persi adalah sebagai berikut:

- a. **Kredit Usaha Persi Perdana (KU-Persi Perdana)** merupakan kredit yang diperuntukkan untuk usaha mikro perorangan, yang memiliki

<sup>94</sup>Company Profile PT. PERSI (Permodalan Siak)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- usaha dan jaminan di kabupaten siak, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% pertahun untuk modal kerja dan 7% per tahun untuk investasi dengan jangka waktu kredit maksimal 3 tahun untuk modal kerja dan 5 tahun untuk investasi serta plafond kredit 5 juta sampai dengan 50 juta.
- b. **Kredit Usaha Persi Madya (KU-Persi Madya)** merupakan kredit yang diperuntukkan untuk usaha perorangan yang memiliki usaha dan jaminan di kabupaten siak, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% pertahun untuk modal kerja dan 7% per tahun untuk investasi dengan jangka waktu kredit maksimal 3 tahun untuk modal kerja dan 5 tahun untuk investasi serta plafond kredit 50 juta sampai dengan 100 juta.
  - c. **Kredit Usaha Persi Utama (KU-Persi Utama)** merupakan kredit yang diperuntukkan untuk usaha perorangan yang memiliki usaha dan jaminan di kabupaten siak, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% pertahun untuk modal kerja dan 7% per tahun untuk modal investasi dengan jangka waktu kredit maksimal 3 tahun untuk modal kerja dan 5 tahun untuk investasi serta plafond kredit 100 juta sampai dengan 250 juta.
  - d. **Kredit Usaha Persi Prima (KU-Persi Prima)** merupakan kredit yang diperuntukkan untuk usaha perorangan /badan usaha yang memiliki usaha dan jaminan di kabupaten siak, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% per tahun untuk modal kerja dan 7% per tahun dengan jangka waktu kredit maksimal 5 tahun dan plafond kredit 250 juta sampai dengan 500 juta.
  - e. **Kredit Program Sawit Rakyat** merupakan kredit yang diberikan kepada masyarakat petani peserta program pengembangan perkebunan kelapa sawit masyarakat kabupaten siak, batik yang tergabung dalam Siak I maupun Siak II, dengan imbalan jasa kredit sebesar 7% per tahun dalam jangka waktu kredit maksimal 10 tahun untuk kredit investai, dan imbalan jasa kredit 8% per tahun dengan jangka waktu maksimal 3 tahun untuk kredit modal kerja perkebunan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. **Kredit Anggota Koperasi Petani Kebun Kelapa Sawit Siak I dan Siak II** merupakan kredit yang diberikan kepada anggota koperasi petani kebun kelapa siak I dan siak II, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% per tahun dan jangka waktu kredit maksimal 60 bulan serta plafond kredit sampai dengan 250 juta.
  - g. **Kredit Koperasi** merupakan kredit yang diberikan kepada koperasi dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% per tahun untuk modal kerja dan 7 % per tahun untuk investasi dengan jangka waktu kredit maksimal 3 tahun untuk modal kerja dan 5 tahun untuk investasi serta plafond kredit sampai dengan 250 juta.
  - h. **Kredit Badan Usaha** merupakan kredit yang diberikan kepada penerima kredit yang berbadan hokum perseroan terbatas (PT) commanditaire Vennootschaap (CV), Perusahaan Daerah (PD), Dan yayasan yang memiliki usaha yang menguntungkan, dengan imbalan jasa kredit sebesar 8% per tahun untuk modal kerja dan 7% per tahun untuk investasi dengan jangka waktu kredit maksimal 3 tahun untuk modal kerja dan 5 tahun untuk investasi serta plafond kredit sampai dengan 250 juta.
3. Logo PT. Persi (Permodalan Siak)



**Gambar 4.1 Logo PT. PERSI**

#### 4. Struktur PT PERSI Permodalan Siak Kantor Perwakilan Perawang

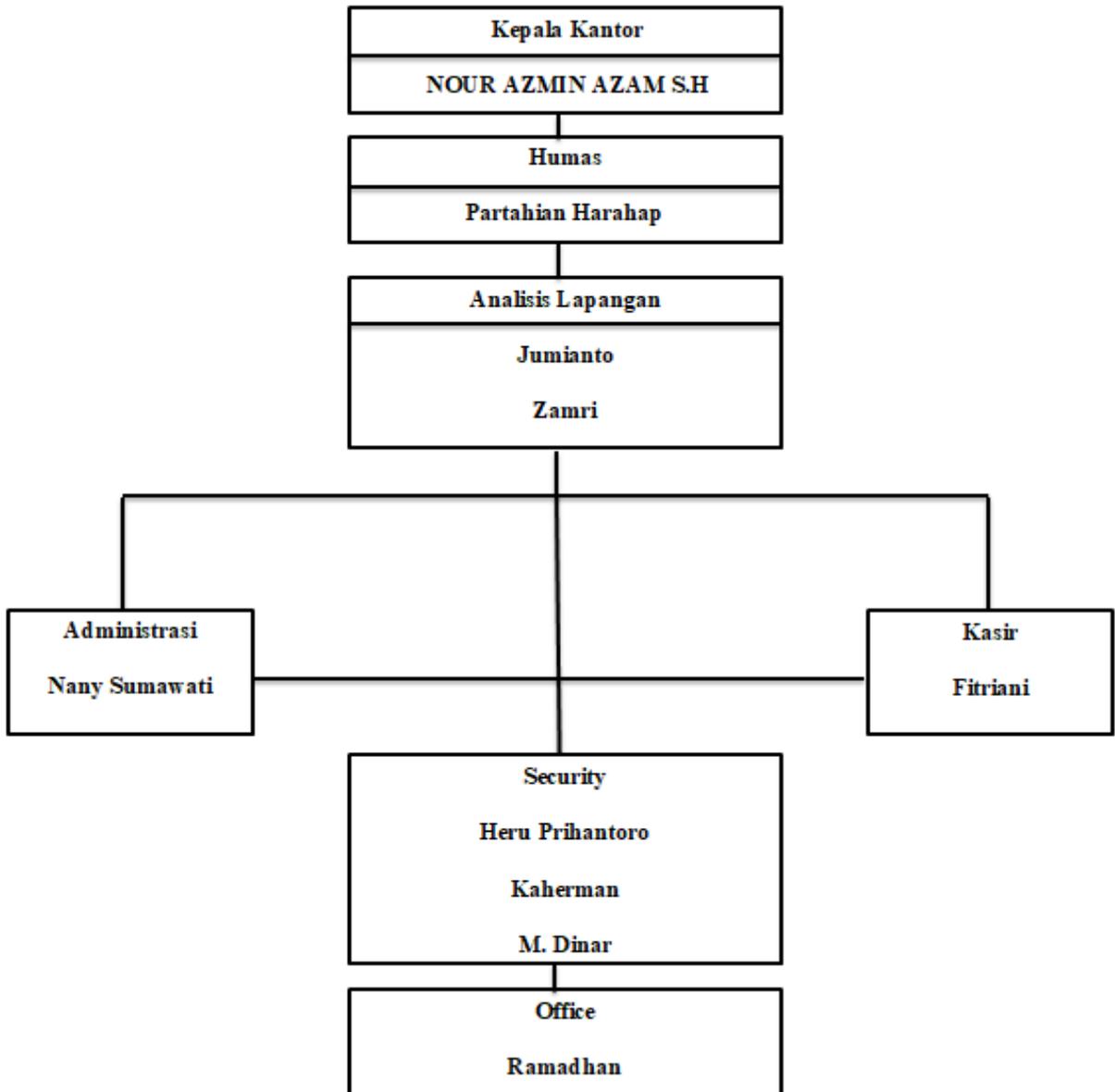
Struktur organisasi adalah penempatan wewenang dan tanggung jawab yang ada dalam organisasi dari setiap bagian yang bekerja sama membentuk suatu perusahaan. Oleh karena itu, struktur organisasi membantu menjelaskan kewajiban dan kedudukan setiap anggota organisasi dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan. Bagi penyedia jasa, kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen dapat mencerminkan kredibilitas dari perusahaan jasa itu sendiri. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Permodalan siak (PERSI) memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi yang menuntut pengelolaan, kecepatan, dan kebersihan pengelolaan yang sangat tinggi. Untuk dapat dilihat lebih jelasnya penulis sajikan struktur organisai PT. Permodalan Siak (PERSI) kec. Tualang kab. Siak Sri Indarpura.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2  
Struktur PT.PERSI

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang penulis uraikan pada Bab 1-5, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Humas PT Persi Permodalan Siak meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Indrapura yang bertujuan untuk empat peran Itu adalah:

1. Definisi masalah adalah Kegiatan untuk menyelidiki dan memantau pengetahuan, pendapat, sikap, dan perilaku publik, terutama mereka yang tertarik atau terpengaruh oleh perilaku dan kebijakan publik, organisasi, atau bisnis. Dengan mengidentifikasi masalah dan menemukan kebenaran, peneliti mencari tahu siapa yang berhak mendapatkan bantuan melalui program.
2. Perencanaan dan Pemrograman adalah pengembangan program, tujuan, tindakan dan komunikasi perencanaan. Dalam visi besar manajemen informasi PT. PERSI adalah profesional dan pemimpin dalam mengembangkan dan memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah dan koperasi di Kabupaten Siak. Dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi, khususnya masalah pemberdayaan. Mengoptimalkan isu pemberdayaan, sebaiknya mengadakan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, meningkatkan kinerja, mengadakan pelatihan untuk menganalisis program kerja, penghargaan untuk menghargai prestasi karyawan, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengungkapkan ide dan strategi, melaksanakan rekrutmen yang kompeten, andal dan sumber daya manusia yang up-to-date untuk menyesuaikan sistem dengan prosedur organisasi.
3. Bertindak dan Berkomunikasi adalah Praktek tindakan dan komunikasi yang dirancang sejak awal untuk mencapai tujuan tertentu. Tindakan yang dilakukan merupakan upaya PT. PERSI yang mengoptimalkan informasi yang disampaikan kepada publik.
4. Evaluasi program adalah penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi atau evaluasi hasil suatu program. Humas PT. Persi perlu melakukan penilaian

untuk menemukan kelemahan dan kekuatan program dalam menilai Humas PT. Persia sedang mempertimbangkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya dan hambatan yang dihadapinya. Ini akan membantu Anda menemukan solusi bersama.

## 6.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis Strategi Komunikasi Humas PT. Persi Permodalan Siak dalam Meningkatkan PEMBERDAYAAN Masyarakat di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Kepada humas PT PERSI diharapkan meningkatkan dan menambah SDM yang berkualitas yang bisa membantu masyarakat di Kabupaten Siak.
2. Humas PT PERSI diharapkan meningkatkan Upaya sebagai lembaga pelayanan informasi publik sehingga masyarakat merasakan keterbukaan informasi dari Instansi tersebut.
3. Kepada Masyarakat diharapkan agar bias mengikuti Program yang dilakukan oleh PT. PERSI agar dapat membantu perekonomian dalam hidup.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi., dan Johan. Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif - Google Books*. Disunting oleh Ella Deffi Lestari. 1 ed. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Anwas, Oos, M. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta
- Arnild Augina Mekarisce, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12.33 (2020)
- Arya Sukmaningra Datu, 2012. "Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam Mengkampanyekan Program Visit Lombok Sumbawa".
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Prenadamedia Group, 2005)
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada .
- Choirul. Saleh dkk., *Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur - Google Books*, ed. oleh Tim UB Press, 1 ed. (Malang: UB Press, 2013).
- Cultip, S.M., Center, A. H dkk, *Effective public Relations: Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Dengan Sukses* ( Jakarta:Indeks,2009)
- Djohani, R. 2003. *Partisipasi, Pemberdayaan, dan Demokrasi Komunitas*. Bandung: Studio Driya Media
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakary
- Fitrah, Muh., dan Luthfiyah. *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus - Google Books*. Disunting oleh Ruslan. dan Moch Mahfud. 1 ed. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Halaluddin. and Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- & *Praktik* - *Google Books*, 1st edn (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019)
- M Askaria, Zakariah, Vivi. Afriani, dan KH M. Zakariah, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AN...* - *Google Books* (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020).
- Muh. Fitrah and Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* - *Google Books*, ed. by Ruslan. and Moch Mahfud. Effendi, 1st edn (Sukabumi: CV Jejak, 2017)
- Mamik, *Metodologi Kualitatif* - *Google Books*, ed. by Choiroel Anwar (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2015)
- Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspekti...* - *Google Books*, 1st edn (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020)
- Muhammad, Arni. 2017. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Moore, Frazier. 2004. *HUMAS: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Penerbit : Remaja Rosdakarya, Bandung
- Ni'matuzahroh. and Susanti. Prasetyaningrum, *OBSERVASI: TEORI DAN APLIKASI DALAM PSIKOLOGI* - *Google Books*, ed. by AH Riyantono, 1st edn (Malang: UMM Press, 2018)
- Ridwan, Aang. 2013. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Ruslan, Rosadi. *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006),
- S Hadi, "Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi," *Jurnal Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang* 22, no. 1 (2017): 109874, <https://doi.org/10.17977/jip.v22i1.8721>.
- Sleeh, Choirul., M Irfan. Islamy, Soesilo. Zauhar, dan Supriyono. Bambang. *Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur* - *Google Buku*. Disunting oleh Tim UB Press. 1 ed. Malang: UB Press, 2013. Sandu.
- Syoto and M Ali. Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* - *Google Books*, ed. by Ayup, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syoto, Sandu., dan M Ali. Sodik. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* - *Google Books*. Disunting oleh Ayup. 1 ed. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sudianto. *Komunikasi Organisasi*. (Depok:Rajawali Pers,2017)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,dan R&D*. Disunting oleh Sutopo. 1 ed. Bandung: ALFABETA, 2019.

Umarti., dan Hengki. Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* - *Google Books*. Disunting oleh Claudia Suzana Setiana. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.

Zakariah, M Askaria., Vivi. Afriani, dan KH M. Zakariah. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AN...* - *Google Books*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020.



**Lampiran I**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEDOMAN WAWANCARA**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT PERSI PERMODALAN SIAK DALAM  
MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN TUALANG  
KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURA**

**A. Mendefinisikan Masalah**

1. Apa masalah yang dihadapi masyarakat kecamatan Tualang ?
2. Siapa Saja yang menentukan berhaK atau tidaknya nasabah mengikuti program tersebut ?
3. Bagaimana Prosedur dalam Mengikuti Program Tersebut ?
4. Apa saja syarat dalam mengikuti program tersebut ?

**B. Perencanaan dan Penyusunan Program**

1. Program apa saja yang ada di PT. PERSI ?
2. Apa yang didapatkan masyarakat dari program tersebut?

**C. Aksi dan Komunikasi**

1. Dengan cara apa menjalankan program tersebut

**D. Evaluasi Program**

4. Evaluasi seperti apa yang dilakukan PT. PERSII ?



Lampiran II

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**DOKUMENTASI WAWANCARA**



Wawancara bersama bapak Nour Azmin Azam selaku Kepala Kantor PT. Persi Perwakilan Perawang pada tanggal 19 oktober 2021



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wawancara bersama bapak Nour Azmin Azam,Partahian Harahap dan Ibu Nany sumiati di kantor PT. PERSI pada tanggal 19 oktober 2021

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara bersama masyarakat yaitu bapak rahman umar pada 23 september 2021



Wawancara bersama bapak partahian harahap pada tanggal 22 september 2021



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar tampak depan PT. Persi pada tanggal 12 Februari 2022



Visi & Misi yang terletak di dalam ruangan PT.Persi pada tanggal 15 Oktober 2021

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Ruang Tunggu PT. Persi pada tanggal 12 Oktober 2021



Tempat kasir dan administrasi di PT.Persi pada tanggal 12 Oktober 2021

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto survey usaha nasabah pada tanggal 2 Oktober 2021



Foto survey usaha nasabah pada tanggal 2 Oktober 2021



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Foto buku mengenai informasi terbaru PT.Persi diambil pada tanggal awal magang pada tanggal

10 September 2021



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

---

Nomor : B-127/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2022 Pekanbaru, 21 Januari 2022  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : 1 (satu) Exp  
 Hal : Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 Provinsi Riau**  
 Di  
**Pekanbaru**

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: MELSA MALVA
N I M	: 11840320084
Semester	: VII (TUJUH)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**"Strategi Komunikasi Humas PT. PERSI (Permodalan Siak) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Tualang Kabupaten SiakSri Indrapura "**.

Adapun sumber data penelitian adalah :  
**PT. PERSI PERWAKILAN PERAWANG.**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Dekan




**Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.A**  
 NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan:  
 1. Mahasiswa yang bersangkutan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 P E K A N B A R U  
 Email : dpmpstp@riau.go.id

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/44717  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-127/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2022 Tanggal 21 Januari 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

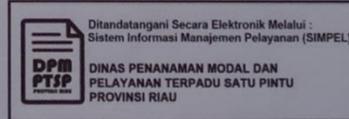
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : MELSA MALVA   |
| 2. NIM / KTP         | : 11840320084   |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT PERSI PERMODALAN SIAK DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURA |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT PERSI PERMODALAN SIAK KANTOR PERWAKILAN PERAWANG   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan dihitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 28 Januari 2022



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Siak  
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Siak Sri Indrapura
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



## BIOGRAFI PENULIS

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Melsa Malva lahir di Pinang Sebatang Timur, 13 Februari 2001. Putri dari Bapak Samaludin dan Ibu Eva Putri Yeni. Anak pertama dari tiga bersaudara bertempat tinggal di perumahan mega panam raya blok c-07 di belakang sekolah al- izhar school. Adapun riwayat pendidikan formal yang penulis tempuh adalah sebagai berikut penulis menempuh pendidikan SD di SDN 019 Pinang Sebatang Timur. Penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 2 pinang sebatang timur. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMA N 3 Tualang dan selesai pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations*. Atas berkat dan rahmat Allah SWT serta do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Humas PT Persi Permodalan Siak Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura" dibawah bimbingan Bapak Sudianto, S.Sos, M.I.Kom Berdasarkan hasil ujian skripsi sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.