

**STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN
NASIONAL KOTA MEDAN DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
PENDAFTARAN TANAH
SISTEMATIS LENGKAP**

SKRIPSI

Oleh:

DEVI DAYANTI

2003110218

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

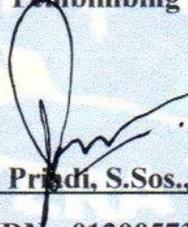
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh :

Nama : Devi Dayanti
NPM : 2003110218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Humas Badan Pertanahan Nasional Kota Medan
Dalam Mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah
Sistematis Lengkap

Medan, 30 April 2024

Pembimbing



Dr. Ribut Prindi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0120057303

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama : Devi Dayanti
NPM : 2003110218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 22 Mei 2024
Waktu : Pukul 08.30 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Muhammad Thariq, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Devi Dayanti, NPM 2003110218, menyatakan dengan sungguh – sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang undang – undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang – undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai – nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah serjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 30 April 2024

Yang Menyatakan,



Devi Dayanti

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah Shubhanallah wataala atas segala rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Syalawat dan salam kepada Nabi Muhammad shallallahu'alaihi wasallam beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi merupakan syarat wajib bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan sarjananya di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisi tentang **Strategi Humas Badan Pertanahan Nasional Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap**. Kesulitan dan Hambatan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini telah dilewati sebagai suatu tantangan dan pengalaman baru, disamping sebagai pemenuhan kewajiban yang semestinya dilaksanakan.

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada yang teristimewa yaitu kedua orang tua peneliti, **Bapak Sugianto dan Ibu Vera Syafira** tercinta yang sudah memberikan dukungan moral dan materi seperti besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa yang tulus terhadap peneliti, sehingga peneliti termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi. Serta abang kandung peneliti yaitu **Syahriansah** yang telah banyak memberikan motivasi, semangat dan doa kepada peneliti.

Peneliti juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Akhyar Ansori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen Penasehat Akademik, serta Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku sekertaris program studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr.Ribut Priadi, S.Sos.,M.I.Kom. selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
7. Bapak dan Ibu Staf Kantor Badan Pertanahan Nasional Kota Medan yang telah memberikan izin dan meluangkan waktu nya untuk peneliti dapat memenuhi data dalam penelitian skripsi ini.
8. Teman terkasih dan sahabat diluar perkuliahan yaitu Reinnata Lyanka,Nadya Fithrie,Alya Putri,Nasywa Alif,Maghfirah Muchtar,Widya

Yustika,Dinda Fauziah,Jihan Humairah,Fahira Salsabilla,Alyssa Ananta yang selalu mendukung dan mendengarkan keluh kesah, serta mendokan dalam penulisan skripsi.

9. Kepada teman-teman semasa kuliah yakni Nabilla Azzahra,Lisa Adelia,Amanda Agustina yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Serta pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu terkait dalam pembuatan skripsi.

Peneliti menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian, Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, peneliti ucapkan Terima Kasih.

Medan, 29 April 2024

Devi Dayanti

STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP

DEVI DAYANTI

2003110218

ABSTRAK

Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) merupakan inisiatif yang signifikan dalam administrasi pertanahan di Indonesia, yang melibatkan pencatatan tanah secara serentak di seluruh wilayah. Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Medan melaksanakan program PTSL untuk menyelesaikan permasalahan terkait tanah dengan sosialisasi kepada masyarakat untuk dapat mendengarkan permasalahan yang spesifik dialami oleh Masyarakat. Proses sosialisasi program PTSL menjadi penting untuk memastikan pemahaman dan partisipasi masyarakat yang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi sosialisasi yang digunakan oleh Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Medan terkait PTSL. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara Kepala UPT dan Kasubag BPN Kota Medan dengan analisis data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPN Kota Medan mengadopsi empat pendekatan utama dalam sosialisasi PTSL, yaitu pendekatan penelitian untuk mendengarkan kebutuhan masyarakat, perencanaan program, pelaksanaan, dan evaluasi program. Strategi ini dirancang untuk memastikan kesuksesan implementasi PTSL melalui pemahaman yang baik dan partisipasi aktif Masyarakat.

Kata Kunci: Public Relation, Sosialisasi, Badan Pertanahan Nasional. Kota Medan

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| ABSTRAK | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penulisan..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II URAIAN TEORITIS | 10 |
| 2.1 Pengertian Komunikasi | 10 |
| 2.1.1 Unsur- Unsur Komunikasi | 12 |
| 2.2 Sejarah Humas | 13 |
| 2.3 Pengertian Humas (Public Relation)..... | 16 |
| 2.3.1 Fungsi Humas | 18 |
| 2.3.2 Strategi Humas | 19 |
| 2.4 Pengertian Sosialisasi..... | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Kerangka Konsep..... | 27 |
| 3.3 Definisi Konsep..... | 27 |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian..... | 28 |
| 3.5 Informan/Narasumber | 29 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 31 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 31 |
| 3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian | 33 |
| 3.9 Deskripsi Singkat Badan Pertanahan Nasional Kota Meda | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1 Penelitian dan Mendengarkan | 38 |
| 4.2 Perencanaan Program Sosialisasi Program PTSL | 41 |
| 4.3 Pelaksanaan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap..... | 46 |
| 4.4 Evaluasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap..... | 53 |
| 4.5 Hambatan Sosialisasi Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap..... | 58 |
| BAB V PENUTUP | 61 |
| 5.1 Simpulan | 61 |
| 5.2 Saran..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Akun Sosial Media Kantor Pertanahan Kota Medan | 4 |
| Gambar 4.1 Mobil Keliling Badan Pertanahan Kota Medan | 49 |
| Gambar 4.2 Website Badan Pertanahan Nasional Kota Medan..... | 50 |
| Gambar 4.4.3 Akun X (twitter) BPN Kota Medan | 50 |
| Gambar 4.4 Postingan Instagram BPN Kota Medan | 51 |
| Gambar 4.5 Akun Facebook Badan Pertanahan Kota Medan..... | 52 |
| Gambar 4.6 Podcast Komen ATR..... | 53 |
| Gambar 4.7 Hasil Survey Tingkat kepuasaan Masyarakat Terhadap Kinerja BPN Kota Medan..... | 56 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan antara manusia dan tanah merupakan ikatan yang tidak terpisahkan, karena keberadaan manusia sangat bergantung pada tanah. Tanah memiliki nilai yang sangat penting bagi manusia, karena hampir semua aspek kehidupan manusia terkait erat dengan tanah, mulai dari kelahiran hingga kematian. Manusia memiliki hubungan emosional dan spiritual yang kuat dengan tanah. Tanah tidak hanya dilihat sebagai suatu komoditas dengan nilai ekonomis, tetapi juga memiliki nilai-nilai budaya, adat, ekonomi, dan spiritual yang penting bagi pemiliknya. Selain itu, bagi pemerintah, setiap kegiatan pembangunan yang dilakukan selalu membutuhkan tanah sebagai landasan utama (Wibawanti & R. Murjiyanto, 2013, p. 1).

Mengingat bahwa manusia tidak dapat hidup terpisah dari tanah, jelas bahwa ini akan menyebabkan banyak konflik dalam masyarakat. Fenomena konflik dan sengketa tanah ini telah menjadi perhatian di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini tercermin dari jumlah kasus perdata yang diterima oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia pada tahun 2010, yang mencapai 4.144 kasus. Angka ini meningkat sebesar 6,26% dari tahun sebelumnya, di mana pada tahun 2009 terdapat 3.900 kasus. Dari total 4.144 kasus perdata yang diterima, sebanyak 1.824 kasus atau 44,26% merupakan kasus yang berkaitan dengan sengketa tanah. (Kurniati, 2016).

Sehingga dari permasalahan tersebut, Presiden Jokowi membuat Kementerian Agraria dan Tata Ruang / Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) yang dibentuk

di awal periode pertama masa pemerintahannya telah mengalami banyak transformasi. Rencana Strategis Kementerian ATR/BPN tahun 2020 – 2024, yang tertuang dalam Peraturan Menteri ATR/BPN Nomor 27 Tahun 2020, memuat Visi Kementerian ATR/BPN yang bertujuan untuk "Terwujudnya Penataan Ruang dan Pengelolaan Pertanahan yang Terpercaya dan Berstandar Dunia dalam Melayani Masyarakat untuk Mendukung Tercapainya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong", serta Misi Kementerian yaitu: a) menyelenggarakan penataan ruang dan pengelolaan pertanahan yang produktif, berkelanjutan, dan berkeadilan; b) menyelenggarakan pelayanan pertanahan dan penataan ruang yang berstandar dunia (‘Aziiz & Anom, 2023).

Dewasa ini, Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Kepala Badan Pertanahan Nasional sedang mengadakan program pensertifikatan tanah secara massal melalui kegiatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di seluruh wilayah Republik Indonesia. Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap yang selanjutnya disingkat PTSL adalah kegiatan Pendaftaran Tanah untuk pertama kali yang dilakukan secara serentak bagi semua objek Pendaftaran Tanah di seluruh wilayah Republik Indonesia dalam satu wilayah desa/kelurahan atau nama lainnya yang setingkat dengan itu , yang meliputi pengumpulan data fisik dan data yuridis mengenai satu atau beberapa objek Pendaftaran Tanah untuk keperluan pendaftarannya (Sinaga, 2018, p. 45).

Dalam melaksanakan peran sebagai administrator pertanahan negara, BPN (Badan Pertanahan Negara) memiliki divisi Humas (Hubungan Masyarakat) yang bertanggung jawab untuk mensosialisasikan tentang setiap program BPN, termasuk program Pendaftaran Tanah Sistematis ke Masyarakat.

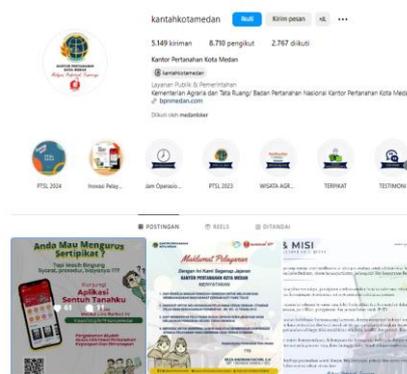
Hubungan Masyarakat (Humas) atau dikenal dengan Public relation (PR) merupakan hal yang umum di setiap institusi pemerintahan, kedinasan, maupun Perusahaan (Herlina, 2015). Pada dasarnya Humas merupakan proses komunikasi kepada publik untuk menjalin relasi yang baik sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra yang positif. Humas memiliki peran yang vital di setiap lembaga karena menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra lembaga tersebut, baik itu citra yang positif maupun negative (Rabilzani, 2013).

Ruslan, (2011, hal. 11) menjelaskan humas badan pemerintahan memiliki peran yang sangat signifikan dalam sistem penyelenggaraan pemerintahan. Peran humas pemerintah terbagi menjadi dua, yaitu peran taktis (jangka pendek) dan peran strategis (jangka panjang). Dalam peran taktis, humas pemerintah bertujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi secara efektif kepada masyarakat dengan tujuan memotivasi mereka dan memengaruhi opini melalui pesan yang disampaikan. Sementara dalam peran strategis (jangka panjang), humas pemerintah aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbangan saran, gagasan, dan ide kreatif untuk melaksanakan program lembaga yang bersangkutan.

Dalam menjalankan perannya sebagai humas pemerintah, butuh strategi dalam mensosialisasikan setiap program. Yosol Iriantara dalam Damayanti et al. (2020) mengatakan Strategi humas merupakan bagian dari upaya organisasi untuk menyelaraskan diri dengan lingkungannya dari sisi penjagaan citra dan reputasi organisasi. Manajemen strategi humas tidak lagi berbicara bagaimana informasi dari organisasi bisa tersebar luas kepada publik organisasi tersebut, melainkan juga bagaimana mengelola umpan balik dari publik dan lingkungan organisasi sehingga keselarasan antara organisasi dan lingkungannya terus terjaga.

Badan Pertanahan Negara Kota Medan melakukan sosialisasi mengenai pendaftaran tanah sistematis secara langsung dan tidak langsung. Salah satu kegiatan sosialisasi tidak langsung dilakukan dengan melalui media sosial Instagram menggunakan akun resmi @kantahkotamedan, di mana informasi terkait pendaftaran tanah sistematis disebarkan kepada masyarakat secara online. Proses sosialisasi juga dilakukan secara langsung melalui berbagai kegiatan dan acara yang bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam kepada masyarakat tentang pentingnya proses pendaftaran tanah sistematis yang lengkap.

Gambar I.1 Akun Sosial Media Kantor Pertanahan Kota Medan



Sumber: akun resmi Kantor Pertanahan Kota Medan

Menurut Menteri Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) Republik Indonesia, Hadi Tjahjanto, progres pendaftaran tanah sistematis di Kota Medan telah menunjukkan pencapaian yang membanggakan. Saat ini, telah tercapai angka sebesar 78 persen dari target yang telah ditetapkan (sumutsuara.com, 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya Pemerintah Kota Medan, dalam hal ini adalah Badan Pertanahan Negara Kota Medan dalam mensosialisasikan dengan baik program pendaftaran tanah sistematis di Kota Medan. Namun, masih terdapat pekerjaan yang perlu dilakukan, mengingat masih ada 22 persen lagi yang perlu dicapai untuk mencapai target secara keseluruhan. Hal ini menegaskan pentingnya terus berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat serta mengoptimalkan seluruh saluran dan proses sosialisasi untuk mencapai hasil yang optimal dalam bidang pertanahan.

Dari uraian diatas, maka penelitian ini menarik untuk dilakukan dengan tujuan menganalisis secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Badan Pertanahan Negara di Kota Medan dalam upaya mensosialisasikan program pertanahan sistematis. Dengan memahami strategi komunikasi yang diterapkan, dapat diperoleh wawasan yang lebih baik tentang efektivitas sosialisasi, dampaknya terhadap partisipasi masyarakat, serta potensi peningkatan kesadaran dan pemahaman terkait program pendaftaran pertanahan sistematis.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, sehingga rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Badan Pertahanan Negara Kota Medan dalam mensosialisasikan program pertanahan sistematis?
2. Bagaimana tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh Humas Badan Pertahanan Negara dalam menyampaikan informasi tentang program pertanahan sistematis kepada masyarakat Kota Medan?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk menganalisis dan memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Badan Pertahanan Negara Kota Medan dalam sosialisasi program pertanahan sistematis, dengan tujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan keberhasilannya dalam mencapai tujuan sosialisasi tersebut.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis tantangan serta hambatan yang dihadapi oleh Humas Badan Pertahanan Negara dalam menyampaikan informasi tentang program pertanahan sistematis kepada masyarakat Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman literatur akademis, melengkapi pemahaman yang telah ada mengenai kehumasan dalam konteks sosialisasi program. Selain itu, diharapkan juga dapat mendukung perkembangan serta perluasan teori dan konsep dalam bidang Kehumasan, khususnya terkait dengan tantangan dan

hambatan humas dalam mensosialisasikan program-program kerja yang sedang dilaksanakan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu proses pembelajaran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan keterampilan riset, melibatkan pengembangan metodologi, analisis data, serta interpretasi hasil penelitian bagi penulis, khususnya dalam konteks penelitian di bidang hubungan masyarakat atau public relations.

b) Bagi Badan Pertanahan Negara Kota Medan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan mengenai efektivitas strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Badan Pertanahan Negara dalam mensosialisasikan program pertanahan sistematis, sehingga dapat dievaluasi dan diperbaiki sesuai kebutuhan.

c) Bagi Civitas Akademika

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang substansial dan menjadi sumbangan berharga dalam literatur akademis, memberikan perspektif baru serta pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi humas dalam upaya sosialisasi program kerja. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi, pertimbangan, dan bahan perbandingan bagi kalangan akademisi serta dalam diskusi akademis yang berkaitan dengan strategi komunikasi dalam konteks sosialisasi program kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini, penulis akan membahas latar belakang masalah yang menjadi landasan penelitian, pembatasan masalah untuk fokus penelitian, rumusan masalah sebagai panduan dalam penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, dan manfaat penelitian bagi pemahaman lebih lanjut terhadap topik yang diteliti.

BAB II: Uraian Teoritis

Bab ini akan menguraikan konsep dasar yang relevan dengan penelitian, termasuk pengertian komunikasi, Pengertian Humas (Public Relations), fungsi dan tujuan humas, strategi humas

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan jenis penelitian yang digunakan, kerangka konsep yang menjadi dasar penelitian, definisi konsep-konsep yang digunakan, kategorisasi penelitian untuk pengelompokan data, teknik pengumpulan data yang dipilih, dan teknik analisis data yang diterapkan.

BAB 4: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menguraikan temuan yang diperoleh dari lapangan, termasuk hasil observasi dan wawancara, serta menyajikan analisis teoritis mengenai bagaimana strategi Humas BPN Kota Medan dalam mensosialisasikan program pendaftaran tanah sistematis

BAB V: Penutup

Pada bab ini, akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta implikasi dan saran-saran yang dapat diambil dari temuan penelitian tersebut, termasuk strategi Humas BPN Kota Medan dalam mensosialisasikan program pendaftaran tanah sistematis

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia tidak dapat eksis tanpa interaksi dengan sesama, yang melibatkan pertukaran gagasan dan pandangan dalam beragam konteks dan tujuan yang sama atau berbeda. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, komunikasi antar individu dan antara individu dengan kelompok manusia sangatlah penting. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata yang terucap belaka, melainkan bentuk dari apa saja interaksi, senyuman, anggukan kepala yang membenarkan hati, sikap badan, ungkapan minat, sikap dan perasaan yang sama (Pohan & Fitria, 2021).

Secara terminologis, komunikasi merujuk pada proses pertukaran atau penyampaian informasi, gagasan, atau perasaan antara individu atau kelompok. Secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communicatio", yang berasal dari kata "communis" yang berarti "sama". Dalam konteks ini, "sama" mengacu pada kesamaan makna atau pemahaman yang dibagikan antara pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dengan demikian, komunikasi mengandung arti pentingnya berbagi atau menyampaikan sesuatu yang dipahami secara bersama-sama (Nurhadi et al., 2017).

Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih dengan cara yang efektif, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami dengan baik. Simpon dan Weiner mendefinisikan komunikasi sebagai penanaman, penyampaian, atau penukaran ide-ide

pengatahuan, baik dalam bentuk formal maupun informal, melalui berbagai media seperti pembicaraan, tulisan, maupun tanda-tanda. sementara itu menurut Mulyana (2005, hal. 43).

Dari pengertian tersebut, secara sederhana komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Secara normal, pengertian sederhana ini didasari fakta bahwa dalam komunikasi hanya melibatkan dua orang saja. Namun, seiring berkembangnya zaman, defenisi ini perlahan-lahan mulai berubah menjadi lebih kompleks dikarenakan munculnya unsur-unsur baru dalam defenisi komunikasi. Seorang sumber bisa jadi komunikator/pembicara. Sebaliknya, seorang komunikator/sumber tidak selalu sebagai sumber. Bisa jadi dia menjadi pelaksana (eksekutor) dari seorang sumber untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai atau individu (Kabu et al., 2020).

Dalam suatu komunikasi, terdapat fungsi yang mewakili potensi untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik menurut Cangara (2013, hal. 42), fungsi komunikasi ditujukan untuk:

- a. Memberikan informasi.
- b. Menghibur.
- c. Mendidik.
- d. Membentuk opini publik.

2.1.1 Unsur- Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terdapat beberapa unsur yang penting untuk diperhatikan, dalam Roudhonah (2019, hal. 45) menjelaskan 5 unsur komunikasi antara lain:

1) Komunikator

Merupakan individu atau entitas yang bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan dalam proses komunikasi. Komunikator bisa berupa individu yang sedang berbicara, menulis, atau merupakan kelompok atau organisasi yang berkomunikasi.

2) Pesan (Message):

Pesan merupakan inti dari komunikasi dan memiliki sifat abstrak. Ini adalah keseluruhan informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan. Pesan dapat berupa informasi konkret yang dapat disimpulkan oleh penerima pesan.

3) Media:

Media adalah alat yang digunakan untuk mentransfer pesan dari komunikator kepada penerima. Ini dapat berupa media massa seperti surat kabar, radio, film, televisi, dan internet, atau saluran komunikasi lainnya seperti kelompok pengajian, arisan, dan sebagainya.

4) Penerima atau Komunikan:

Penerima adalah individu atau kelompok yang menjadi tujuan pesan yang dikirim oleh komunikator.

5) Pengaruh atau Efek:

Pengaruh atau efek adalah perubahan dalam pemikiran, perasaan, atau tindakan penerima setelah menerima pesan. Ini mencakup perubahan dalam pola pikir, perilaku, atau sikap seseorang setelah menerima pesan. Efek ini juga dapat disebut sebagai dampak atau konsekuensi dari pesan yang diterima.

6) Umpan Balik:

Umpan balik adalah respons yang diberikan oleh penerima sebagai hasil dari penerimaan pesan dari komunikator. Beberapa pandangan juga menganggap umpan balik sebagai bentuk pengaruh atau efek dari pesan yang diterima.

2.2 Sejarah Humas

Perkembangan manajemen humas dimulai pada tahun 1906 sebagai respons terhadap krisis yang terjadi dalam industri pertambangan batu bara di Amerika Serikat. Pada saat itu, Ivy Lee, seorang jurnalis, muncul sebagai tokoh utama dalam bidang *Public Relations* atau Humas. Lee merekomendasikan pendekatan manajemen humas sebagai solusi untuk mengatasi krisis yang dihadapi oleh industri batu bara akibat mogok kerja para buruh yang menuntut kenaikan gaji. Lee kemudian diakui sebagai "*The Father of Public Relations*" atas kontribusinya tersebut (Ruslan, 2011, p. 15).

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, Ivy Lee mengusulkan beberapa inovasi besar dalam peran *Public Relations* untuk mengatasi tantangan besar pada saat itu. Usulan tersebut meliputi:

- 1) Membangun manajemen humas untuk mengatur aliran informasi secara transparan.
- 2) Menjalin kerjasama dengan media massa.
- 3) Terlibat dalam keputusan perusahaan dan menjadi pengambil keputusan tertinggi.
- 4) Memiliki wewenang penuh dalam fungsi humas dan berperan sebagai pejabat humas.
- 5) Menerapkan komunikasi terbuka terhadap masyarakat, karyawan, dan media.

Berikut adalah gambaran kronologis perkembangan *Public Relations* secara umum:

Tabel 1 Perkembangan Public Relation

| No | Tahun | Keterangan |
|----|------------|---|
| 1 | Abad ke-19 | <i>Public Relations</i> di Amerika dan Eropa menjadi program studi yang mandiri, berdasarkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. |
| 2 | 1865-1900 | Masih terdapat pandangan bahwa seluruh publik dianggap bodoh. |
| 3 | 1900-1918 | Informasi dan pelayanan mulai diberikan kepada publik. |
| 4 | 1918-1945 | Pendidikan kepada publik mulai diberikan dan |

| | | |
|----|---------------|---|
| | | dihargai secara penuh. |
| 5 | 1925 | Humas (Public Relations) menjadi pendidikan resmi tertinggi di New York. |
| 6 | 1928 | Humas (Public Relations) mulai diwajibkan sebagai mata kuliah di fakultas pendidikan di Belanda |
| 7 | 1945-1968 | Pengetahuan tentang <i>Public Relations</i> semakin meluas dan terbuka untuk umum. |
| 8 | 1968 | Negara Belanda mengalami perkembangan pesat dalam bidang <i>Public Relations</i> yang lebih ilmiah dan penelitian yang berkelanjutan, sementara di Amerika, fokus Humas lebih ke arah bisnis. |
| 9 | 1968-1979 | <i>Public Relations</i> dikembangkan dalam berbagai bidang dan pendekatan, bukan hanya dari satu aspek saja |
| 10 | 1979-1990 | Profesional internasional terlibat dalam globalisasi yang mengubah mentalitas dan kualitas. |
| 11 | 1990-sekarang | Terjadi perubahan mentalitas, kualitas, pola pikir, pandangan, sikap, dan perilaku baik secara nasional maupun internasional. |

Kerjasama lokal, nasional, dan internasional dibangun, dan saling belajar di berbagai bidang sesuai dengan kebutuhan era global/informasi.

Sumber: (Hadi, 2018)

Dari tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa Perkembangan *Public Relation* dimulai dari abad 19 dan sampai sekarang sehingga saat ini masyarakat menjadi tahu keberadaan dan manfaat profesi kehumasan melalui hasil karya gemilangnya dibidang public relations, seperti istilah publisitas (*publicity*), publikasi (*publication*), periklanan (*advertising*), promosi (*promotion*), hubungan dengan pers (*press relation*) dan sebagainya, didalam lingkup fungsi dan tugas kehumasan yang dikenal hingga kini dan merupakan profesi yang cukup dihormati dan dapat diandalkan (Hadi, 2018).

2.3 Pengertian Humas (*Public Relation*)

Komunikasi masyarakat, yang sering dikenal sebagai Humas atau Public Relation, adalah aspek khusus yang esensial bagi setiap entitas, baik itu berupa organisasi komersial seperti perusahaan maupun organisasi non-komersial (Alfiani, 2022).

Menurut John E. Marston dalam Ruslan (2011, hal. 6–7) *Public Relations* tidak sama dengan bidang jurnalistik, periklanan, atau bidang komunikasi lainnya yang bersifat terbatas dan sesaat. *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan mencapai target tertentu dengan memiliki program kerja yang jelas dan rinci. Hal ini melibatkan pencarian fakta, perencanaan, komunikasi, dan

evaluasi hasil yang telah dicapai. Secara umum, *Public Relations* dapat dijelaskan sebagai komunikasi persuasif yang dirancang untuk memengaruhi masyarakat yang signifikan.

The British Institute of Public Relations dalam Ruslan (2011, hal. 15–16) mendefinisikan *Public Relations* sebagai berikut:

- 1) Aktivitas *Public Relations* melibatkan pengawasan terhadap komunikasi antara suatu organisasi dan publiknya.
- 2) Praktik *Public Relations* melibatkan upaya yang dipikirkan, direncanakan, dan dijalankan secara konsisten untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara suatu organisasi dan publiknya.

Apa yang disebut Public relations atau Humas itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak kerja dengannya (Saleh et al., 2021). dari beberapa pendapat ahli dan pakar.

- 1) *Public Relations* adalah seni untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik di kalangan publik, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan pemberdayaan terhadap suatu lembaga atau organisasi.
- 2) *Public Relations* merupakan proses yang berkelanjutan yang dilakukan oleh manajemen untuk memperoleh dukungan dan pengertian dari pelanggan, konsumen, dan publik secara umum, termasuk staf pegawai. Di dalam perusahaan, hal ini dilakukan melalui pembangunan budaya perusahaan yang meliputi disiplin, motivasi, peningkatan pelayanan, dan

produktivitas kerja untuk menciptakan rasa memiliki terhadap perusahaan. Di luar perusahaan, tujuannya adalah untuk menciptakan kepercayaan dan citra perusahaan (*corporate image*) serta memelihara citra produk dan mereknya (*product and brand image*).

Dari pemaparan definisi dan fungsi *Public Relations* di atas, dapat disimpulkan bahwa ciri khas dari proses dan fungsi manajemen Humas (*Public Relations Management*) adalah sebagai berikut:

- 1) Melibatkan kegiatan tertentu yang menghasilkan tindakan konkret.
- 2) Memiliki kegiatan yang jelas dan terperinci.
- 3) Memiliki perbedaan yang khas dengan kegiatan lain yang terjadi dalam organisasi.
- 4) Memiliki kepentingan yang penting atau signifikan.
- 5) Melibatkan kepentingan bersama antara organisasi dan publiknya.
- 6) Mencakup komunikasi dua arah yang saling berbalik, di mana terjadi interaksi antara organisasi dan publiknya.

2.3.1 Fungsi Humas

Menurut Edward L. Bernays dalam (Ruslan, 2011, p. 18) terdapat tiga fungsi utama public relations, yaitu:

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat secara langsung.

- 3) Berusaha untuk mengintegrasikan sikap dan perilaku suatu badan atau lembaga dengan sikap dan perilaku masyarakat, atau sebaliknya.

2.3.2 Strategi Humas

Menurut Onong Uchajana Effendi (2004, hal. 45–56), strategi komunikasi merupakan gabungan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus dapat menunjukkan cara operasionalnya secara praktis, dengan pendekatan yang dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi tertentu.

Perencanaan strategi dimulai dengan menetapkan misi organisasi, yang merupakan tujuan jangka panjang di mana organisasi akan bergerak. Pembuatan rencana strategi melibatkan banyak orang dalam organisasi karena ini melibatkan seluruh aspek organisasi dari manajemen hingga staf, serta dari fungsi-fungsi seperti pemasaran dan produksi, serta mencakup rentang waktu dari masa kini hingga masa depan. Oleh karena itu, partisipasi luas dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Proses pembuatan rencana strategi biasanya dimulai dengan melakukan review terhadap keberadaan organisasi. Dalam tahap ini, Aktivitas yang telah dilakukan oleh organisasi dievaluasi untuk melihat keberhasilan dan kelemahannya. Semua informasi ini akan dicatat dan dianalisis untuk menjadi dasar dalam pembuatan rencana manajemen ke depan.

Istilah strategi manajemen sering juga disebut sebagai rencana strategis atau rencana jangka panjang perusahaan. Rencana strategis perusahaan

menetapkan garis besar tindakan strategis yang akan diambil dalam jangka waktu tertentu ke depan. Rencana jangka panjang ini menjadi landasan bagi para praktisi PR untuk merumuskan rencana teknis dan langkah-langkah komunikasi sehari-hari. Untuk bertindak secara strategis, kegiatan PR harus terintegrasi dengan visi dan misi organisasi atau instansi.

Menurut Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan (2011, hal. 123–124) landasan umum dalam proses penyusunan strategi *Public Relations* yang terkait dengan fungsi integral PR dalam manajemen suatu perusahaan atau lembaga adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
- 2) Menentukan perencanaan program.
- 3) Mengevaluasi pola sikap dan tindakan dari unit sasaran.
- 4) Mengidentifikasi struktur kekuasaan di dalam unit sasaran.
- 5) Memilih opsi atau elemen taktik dari strategi public relations.
- 6) Mengidentifikasi dan mengevaluasi perubahan dalam kebijakan atau peraturan pemerintah dan faktor lain yang relevan.
- 7) Langkah terakhir adalah menguraikan strategi *Public Relations* dan menentukan cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan dan dilaksanakan.

Ruslan (2011, hal. 129–134) menjelaskan suatu strategi yang dipengaruhi oleh unsur-unsur yang terkait dengan lingkungan, visi atau arah, tujuan, dan

sasaran dari suatu pola dasar budaya perusahaan atau lembaga, yang biasa disebut corporate culture, meliputi:

- 1) Secara makro, lingkungan perusahaan atau lembaga pemerintahan tersebut akan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebijakan umum, budaya yang dianut, sistem perekonomian, dan teknologi yang dikuasai oleh organisasi bersangkutan.
- 2) Secara mikro, strategi tersebut tergantung pada misi perusahaan atau lembaga, sumber daya yang dimiliki (termasuk sumber daya alam dan sumber daya lainnya), sistem pengorganisasian, serta rencana atau program jangka panjang atau pendek yang telah ditetapkan.

Ruslan (2011, hal. 29) juga menjelaskan strategi operasional Humas (*Public Relations*) meliputi:

a. Pendekatan Persuasif dan Edukatif:

Humas berfungsi untuk menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan. Humas juga melakukan pendekatan persuasif agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, dan toleransi.

b. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial:

Humas menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial, menegaskan bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai bukan untuk keuntungan sepihak dari publik sarannya, melainkan untuk memperoleh keuntungan bersama.

c. Pendekatan Kerja Sama:

Humas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik internal maupun eksternal, untuk meningkatkan kerja sama. Humas bertugas memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima dan mendapat dukungan dari masyarakat serta memperoleh opini publik yang positif.

d. Pendekatan Koordinatif dan Integratif:

Humas terlibat dalam berbagai kegiatan lapangan dengan pendekatan strategi komunikasi *Public Relations* dan upaya menjalin hubungan positif dengan publik internal dan eksternal. Ini mencakup berbagai peran Humas dalam kegiatan seperti menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang, dan meyakinkan.

Menurut Cutlip, Center dan Broom dalam Ruslan (2011, hal. 148), seorang praktisi humas profesional dalam melaksanakan program-program humas dapat melakukan model strategi humas yang terdiri atas Keempat langkah strategi humas adalah sebagai berikut:

1) Penelitian dan Mendengarkan (*Research-Listening*):

- Melibatkan kegiatan penelitian untuk memahami pengetahuan, pendapat, sikap, dan tingkah laku pihak-pihak yang terpengaruh oleh tindakan organisasi.
- Evaluasi fakta dan informasi yang ditemukan untuk menentukan langkah selanjutnya.

2) Perencanaan dan Mengambil Keputusan (*Planning-Decision*):

- Memasukkan temuan dari penelitian ke dalam kebijakan dan program organisasi.
- Menyusun tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi berdasarkan analisis situasi.

3) Mengkomunikasikan dan Pelaksanaan (*Communication-Action*):

- Melaksanakan tindakan dan komunikasi yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi.
- Menyampaikan informasi dengan cara yang dipahami dan diterima oleh publik.

4) Evaluasi Program (*Evaluating The Program*):

- Melakukan penilaian terhadap persiapan, pelaksanaan, dan hasil program yang telah dilaksanakan.
- Mengevaluasi kemajuan program setelah pelaksanaannya.

2.4 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatan. Menurut Nurdianti (2014) sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui bagaimana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku, sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam Masyarakat.

Kegiatan sosialisasi atau pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek misalnya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan yang 13 dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Menurut (Suyanto, 2016 p. 13) kegiatan sosialisasi atau pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek misalnya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan yang dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis:

1. Syarat terjadinya sosialisasi Pada dasarnya, sosialisasi memberikan dua kontribusif fundamental bagi kehidupan kita. Pertama, memberikan dasar atau pondasi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat, dan kedua memungkinkan lestarnya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja sehingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu.
2. Tahap pengembangan diri Salah satu teori pesan yang dikaitkan dengan sosialisasi ialah teori George Herbert Mead. Dalam teorinya yang diuraikan dalam buku *Mind, Self, and Society* (1972), Mead menguraikan tahap pengembangan diri (*self*) manusia. Manusia baru lahir belum mempunyai diri. Diri manusia berkembang secara bertahap melalui

interaksi dengan anggota masyarakat lain. Menurut Mead pengembangan diri manusia ini berlangsung melalui beberapa tahap-tahap *play stage*, *game stage*, dan *generalized other*.

Ada dua faktor yang secara garis besar dapat memengaruhi proses sosialisasi, yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik.

1. Faktor Intrinsik Sejak lahir manusia sesungguhnya telah memiliki pembawaan-pembawaan yang berupa bakat, ciri-ciri fisik, dan kemampuan-kemampuan khusus warisan orang tuanya. Hal itu disebut sebagai faktor intrinsik, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang melakukan sosialisasi. Faktor ini akan menjadi bekal seseorang untuk melaksanakan beragam aktivitas dalam sosialisasi. Hasilnya akan sangat berpengaruh terutama dalam perolehan keterampilan, pengetahuan, dan nilai-nilai dalam sosialisasi itu sendiri.
2. Faktor Ekstrinsik Sejak manusia dilahirkan dia telah mendapat pengaruh dari lingkungan di sekitarnya yang disebut sebagai faktor ekstrinsik. Faktor ini dapat berupa nilai-nilai, kebiasaan-kebiasaan, adat istiadat, norma-norma, sistem sosial, sistem budaya, dan sistem mata pencaharian hidup yang ada dalam masyarakat. Nilai-nilai dan norma-norma yang ada dalam masyarakat menjadi pedoman bagi seseorang untuk melakukan berbagai aktivitas agar sikap dan perilakunya sesuai dengan harapan masyarakat. Perpaduan antara faktor intrinsik dan ekstrinsik akan berakumulasi pada diri seseorang dalam melaksanakan sosialisasi.

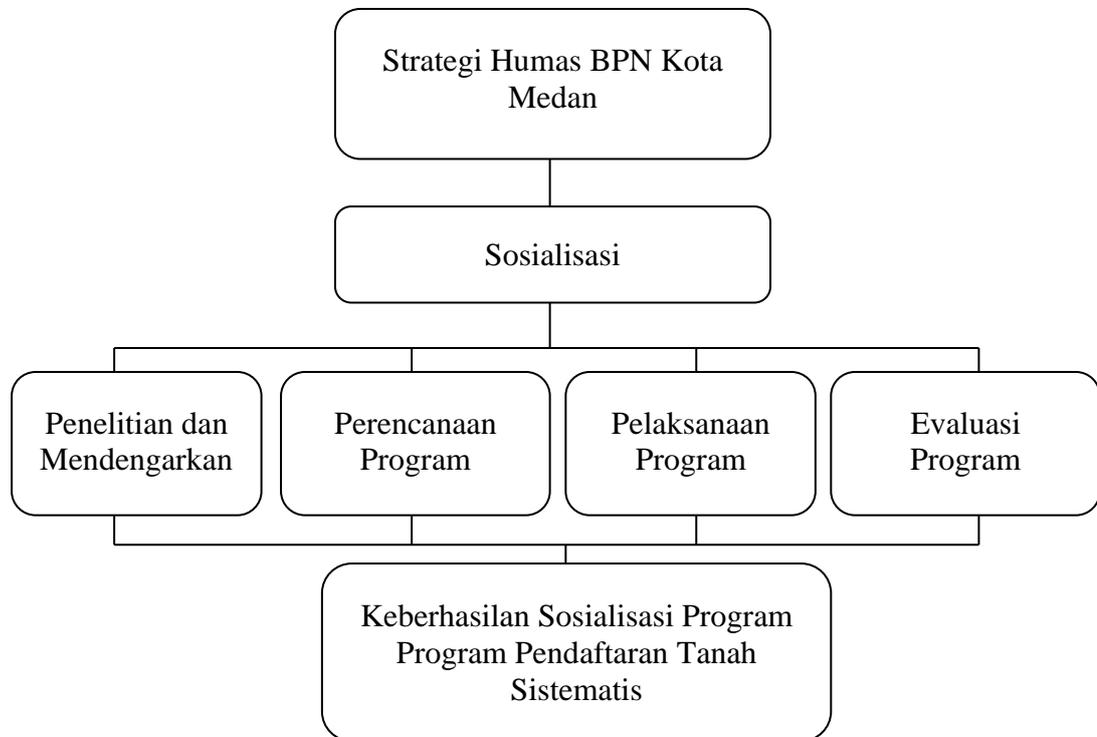
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong (2018, hal. 330) , penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk melakukan pemeriksaan dan pengukuran terhadap gejala tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, di mana masalah yang diteliti akan dipecahkan dengan cara menggambarkan, melukiskan, dan memaparkan subjek serta objek penelitian, baik individu maupun lembaga masyarakat, berdasarkan fakta-fakta yang terlihat tanpa menguranginya dari keadaan sebenarnya. Pada penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data guna menjelajahi lebih dalam strategi Humas Badan Pertanahan Negara Kota Medan dalam mensosialisasikan program pendaftaran sistematis.

3.2 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Data Penelitian 2024

3.3 Definisi Konsep

1. Strategi Humas BPN Kota Medan:

Strategi Humas Badan Pertanahan Negara (BPN) Kota Medan adalah rencana yang disusun untuk mengelola komunikasi antara BPN dengan publiknya, terutama masyarakat Kota Medan. Tujuan strategi ini adalah untuk memperkuat pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat terhadap kebijakan dan program BPN, serta membangun citra positif tentang BPN sebagai lembaga yang transparan, responsif, dan bertanggung jawab.

2. Sosialisasi untuk Mencapai Keberhasilan Program Pendaftaran Tanah Sistematis:

Sosialisasi merupakan upaya komunikasi yang dilakukan untuk menyebarkan informasi tentang Program Pendaftaran Tanah Sistematis kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendaftaran tanah secara sistematis, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program tersebut. Keberhasilan program ini sangat tergantung pada efektivitas sosialisasi yang dilakukan.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian Strategi Humas dalam Sosialisasi Program Badan Pertanahan Sistematis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian dan Mendengarkan (*Research and Listening*)

Bagaimana Strategi Humas yang dimulai dengan penelitian dan pendengaran aktif terhadap berbagai pihak yang terlibat atau berpengaruh terhadap program Badan Pertanahan Sistematis. Ini mencakup pengumpulan informasi tentang pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku masyarakat terkait program tersebut.

2. Perencanaan Program (*Planning*)

Bagaimana Humas BPN merencanakan program komunikasi. Ini mencakup penetapan tujuan yang jelas, penyusunan pesan yang tepat, dan

pemilihan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

3. Pelaksanaan Program (*Communication and Action*)

Bagaimana implementasi rencana komunikasi yang telah disusun sebelumnya. Humas akan mengkomunikasikan informasi tentang program Badan Pertanahan Sistematis kepada publik sasaran melalui berbagai saluran dan media komunikasi. Pelaksanaan ini juga mencakup tindakan nyata untuk mendukung program dan memastikan pesan disampaikan dengan jelas dan efektif.

4. Evaluasi Program (*Evaluating The Program*)

dan bagaimana Humas BPN mengevaluasi keberhasilan program. Ini melibatkan penilaian atas persiapan, pelaksanaan, dan hasil dari upaya komunikasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan program tercapai, mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan, dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk program selanjutnya.

3.5 Informan/Narasumber

Moelong dalam Affandi et al. (2023) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sedangkan objek penelitian adalah yang menjadi fokus dari suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, informan yang memegang peranan

penting adalah kepala Badan Pertanahan Negara (BPN) Kota Medan. Kepala BPN bertanggung jawab untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang sasaran dan tujuan dari strategi sosialisasi pendaftaran pertanahan sistematis yang dilakukan oleh institusi tersebut. Dengan berinteraksi langsung dengan kepala BPN, peneliti dapat menggali pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana Badan Pertanahan Negara Kota Medan mengidentifikasi target pasar mereka, serta strategi apa yang mereka terapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Informasi yang diberikan oleh kepala BPN akan menjadi landasan penting dalam menganalisis efektivitas strategi sosialisasi yang diterapkan oleh lembaga tersebut.

Selain kepala BPN, peran humas dalam konteks ini juga penting untuk dipahami. Humas Badan Pertanahan Negara, diemban oleh KASUBAG tata usaha, memiliki peran krusial dalam mengkomunikasikan informasi dan pesan-pesan terkait program pendaftaran pertanahan sistematis kepada masyarakat. KASUBAG tata usaha bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif guna mencapai tujuan sosialisasi yang telah ditetapkan oleh institusi. Melalui wawancara dengan kasubag tata usaha, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana humas BPN Kota Medan mengelola dan mengarahkan upaya komunikasi mereka, serta tantangan-tantangan yang mereka hadapi dalam memastikan pesan-pesan terkait program pertanahan sistematis dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat

3.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Prosedur wawancara yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode wawancara mendalam. Metode ini melibatkan interaksi tatap muka antara pewawancara dan informan, di mana informasi diperoleh melalui pertanyaan dan jawaban secara mendalam untuk memenuhi tujuan penelitian (Bungin, 2010, p. 198).

2) Observasi

Metode pengumpulan data observasi, di mana peneliti menggunakan panca indera untuk menghimpun data dengan berinteraksi dan berbicara dengan subjek penelitian (Bungin, 2010, p. 143). Peneliti melakukan observasi terkait strategi humas dalam menyebarkan informasi tentang program pendaftaran tanah sistematis.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan mengumpulkan sejumlah informasi yang tertulis mengenai data. Dokumen yang berkaitan dengan penelitian ada dibagian Humas BPN Kota Medan berhubungan dengan masalah yang diteliti, baik tertulis maupun praktek dilapangan.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah peneliti merasa bahwa data yang terkumpul sudah memadai, dilakukan analisis. Data hasil observasi dan wawancara akan dianalisis dengan cara membuat kategori-kategori atau domain-domain tertentu (Kriyantono, 2021,

p. 195). Setelah semua data diperoleh di lapangan melalui berbagai metode dan sistem, langkah-langkah analisis dilakukan sebagai berikut:

- a) Mencatat hasil pengamatan yang diperoleh di lapangan.
- b) Mengumpulkan dan mengklasifikasikan data yang telah dicatat.
- c) Menyusun sejumlah data mentah untuk diselidiki dan dianalisis.
- d) Menyeleksi data yang relevan untuk analisis lebih lanjut.
- e) Menganalisis dan menyimpulkan temuan.

Dalam penelitian ini , keabsahan data (validitas) dilakukan dengan:

1. Triangulasi Sumber

Dalam melakukan triangulasi sumber, peneliti memastikan keakuratan data dengan memeriksa data yang diperoleh dari beberapa sumber dan menganalisisnya untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat. Setelah itu, peneliti meminta persetujuan dari tiga sumber data yang berbeda melalui *member check* untuk memastikan kevalidan data yang telah diperoleh.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi Teknik digunakan dalam menguji keakuratan dengan memeriksa data yang diperoleh dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda seperti wawancara, observasi, atau dokumen-dokumen lainnya. Jika data yang dihasilkan dari teknik tersebut berbeda, maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data yang bersangkutan untuk memastikan kebenaran data yang dihasilkan..

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk memastikan kevalidan data dengan mengumpulkan data pada waktu dan situasi yang berbeda. Peneliti akan mengumpulkan data dengan teknik wawancara di pagi hari saat narasumber masih segar untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh. Selanjutnya, peneliti akan melakukan pengecekan dengan

teknik wawancara, observasi, atau teknik lainnya pada waktu atau situasi yang berbeda. Jika hasil pengujian menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti akan melakukan pengujian secara berulang-ulang hingga ditemukan kepastian data yang akurat (Sugiyono, 2010, p. 274).

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan di Badan Pertanahan Negara Kota Medan yang beralama di Jl. STM, Kelurahan Sitirejo. Medan Amplas. waktu penelitian dilakukan mulai bulan Desember 2023, dengan pembagian tahap yang terperinci. Pada bulan pertama, akan dilakukan penyusunan proposal yang mencakup kerangka kerja, tujuan penelitian, serta metodologi yang akan diterapkan. Bulan kedua akan difokuskan pada pengumpulan data, yang melibatkan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi untuk menghimpun informasi yang relevan terkait strategi humas dalam sosialisasi program pendaftaran tanah sistematis.

Table 1. Waktu Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | Desember 2023 | | | | Januari 2024 | | | | Februari 2024 | | | | Maret 2024 | | | | April 2024 | | | |
|----|---------------------|---------------|-----------------|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | 1 | Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Seminar Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pengumpulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

pengaturan dan pengelolaan tanah serta lingkungan hidup, pengelolaan administrasi pertanahan dengan partisipasi masyarakat, dan penyelesaian permasalahan pertanahan.

Motto Kantor Pertanahan Kota Medan menekankan pada pelayanan yang tulus, ramah, dan transparan kepada pelanggan serta penyelesaian masalah dengan solusi yang tepat.

Tugas Kantor Pertanahan Kota Medan adalah melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pertanahan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

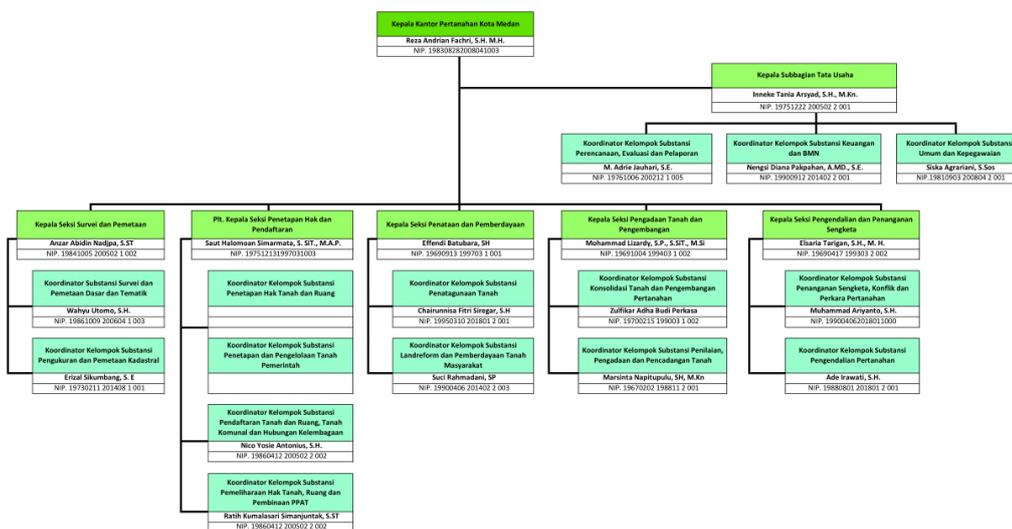
Selain tugas tersebut, Kantor Pertanahan Kota Medan juga memiliki sejumlah fungsi yang meliputi:

1. Penyusunan dan penetapan kebijakan di bidang pertanahan.
2. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang survei, pengukuran, dan pemetaan.
3. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penetapan hak tanah, pendaftaran tanah, dan pemberdayaan masyarakat.
4. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengaturan, penataan, dan pengendalian kebijakan pertanahan.
5. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengadaan tanah.
6. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengendalian dan penanganan sengketa dan perkara pertanahan.
7. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan BPN.

8. Pelaksanaan koordinasi tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unit organisasi di lingkungan BPN.
9. Pelaksanaan pengelolaan data informasi lahan pertanian pangan berkelanjutan dan informasi di bidang pertanahan.
10. Pelaksanaan penelitian dan pengembangan di bidang pertanahan.
11. Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia di bidang pertanahan.

Tugas dan fungsi ini menjadi pedoman bagi Kantor Pertanahan Kota Medan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang memohon di dalam kantornya, serta menjalankan kewajibannya sebagai lembaga pemerintahan.

STRUKTUR ORGANISASI KANTOR PERTANAHAN KOTA MEDAN



Sumber: Website Resmi Kantor Pertanahan Kota Medan

Badan Pertanahan Nasional Kota Medan memiliki data pegawai sebagai berikut:

- **Pimpinan:**
 - Kepala Kantor Pertanahan Kota Medan (Eselon III)
 - 2 orang Pejabat Eselon 4
- **Sub Bagian Tata Usaha:**
 - 1 orang Kasubbag Tata Usaha (Eselon V)
 - 3 orang staf
- **Seksi**
 - Seksi Penatagunaan Tanah (13 orang)
 - Seksi Pengukuran dan Pemetaan (10 orang)
 - Seksi Pendaftaran Hak dan Tanah (12 orang)
 - Seksi Penetapan Hak dan Pendaftaran (7 orang)
 - Seksi Hubungan Hukum Pertanahan (5 orang)
 - Seksi Penanganan Sengketa dan Konflik Pertanahan (5 orang)
 - Seksi Reformasi Birokrasi dan Teknologi Informasi (4 orang)
 - Seksi Evaluasi dan Pelaporan (4 orang)

Total Pegawai Badan Pertanahan Nasional Kota Medan:

- 50 orang

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penelitian dan Mendengarkan

Menurut Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan (2011, hal. 123–124) landasan umum dalam proses penyusunan strategi *Public Relations* yang terkait dengan fungsi integral PR dalam manajemen suatu perusahaan atau Lembaga adalah melakukan penelitian dan mendengarkan Masyarakat. Dalam hal ini Badan pertahanan nasional Kota Medan melakukan penelitian untuk mendengarkan permasalahan yang spesifik dialami oleh Masyarakat.

Proses penyusunan strategi Public Relations (PR) memegang peran penting dalam manajemen suatu perusahaan atau lembaga, Badan Pertahanan Nasional di Kota Medan. Salah satu fungsi integral PR adalah melakukan penelitian dan mendengarkan masyarakat. Dalam konteks ini, Badan Pertahanan Nasional Kota Medan melakukan penelitian dengan mendengarkan masukan dari masyarakat yang memiliki beragam permasalahan, terutama terkait dengan masalah tanah yang kompleks di kota medan.

Pertama-tama, Badan Pertahanan Nasional Kota Medan menyadari bahwa masalah tanah merupakan isu yang kompleks dan melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, mereka mengambil langkah awal dengan mendengarkan dan memahami masukan dari masyarakat. Setiap masukan dan permasalahan yang disampaikan oleh masyarakat diperhatikan secara seksama, mengingat setiap kasus dapat berbeda satu sama lain.

“masuk dari masyarakat berbeda, dan soal tanah ini kompleks, jadi harus dicari tahu dulu masalah masyarakatnya, seperti ada masyarakat yang tidak tahu nama pemilikan tanahnya atas nama siapa, sehingga setiap masalah di treatment dengan cara berbeda, tergantung case by case nya. (wawancara dengan Reza Andrian Fachri,S.H. selaku Kepala Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Sebagai contoh, dalam keterangan Kepala Badan Pertahanan Nasional menjelaskan bahwa ada sejumlah masyarakat yang tidak mengetahui status kepemilikan tanah mereka secara jelas, termasuk tidak mengetahui atas nama siapa tanah tersebut terdaftar. Dalam menangani permasalahan ini, Badan Pertahanan Nasional memahami bahwa setiap kasus perlu ditangani secara unik, sesuai dengan keadaan dan karakteristik masyarakat yang bersangkutan.

Selanjutnya, Badan Pertahanan Nasional Kota Medan juga melakukan pemetaan terhadap kondisi masyarakat, khususnya masyarakat kalangan bawah. Mereka menyadari bahwa Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) memiliki peran penting dalam membantu masyarakat, terutama dalam hal kebutuhan modal. Dengan memiliki sertifikat tanah, masyarakat dapat menggunakannya sebagai jaminan untuk mendapatkan modal usaha atau bahkan untuk keperluan pendidikan dengan menyekolahkan anak-anak mereka.

Pemetaan yang dilakukan oleh Badan Pertahanan Nasional Kota Medan juga memperhatikan lokasi geografis masyarakat, seperti pinggiran kota Medan. Mereka menyadari bahwa di daerah pinggiran, kebutuhan akan sertifikat tanah mungkin lebih mendesak dibandingkan dengan daerah tengah kota. Oleh karena itu, strategi pemetaan dan pendekatan kepada masyarakat perlu disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi setempat.

pemetaan di kota medan, mana masyarakat kalangan bawah, karena ptsl ini membantu misalnya untuk kebutuhan modal, sertifikat itu bisa disekolahkan, atau menjadi modal usaha, pinggiran kota medan, kalau di tengah kota tidak, program ptsl ini gratis dari awal sampai akhir dan dapat diskon 75% berdasarkan golongan Masyarakat (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usaha Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Jawaban dari wawancara dengan staff tata usaha Badan Pertahanan menerangkan bahwa pemetaan di Kota Medan, BPN sangat memperhatikan lokasi geografis masyarakat, termasuk daerah pinggiran kota. BPN menyadari bahwa di daerah pinggiran, kebutuhan akan sertifikat tanah mungkin lebih mendesak dibandingkan dengan daerah tengah kota. Oleh karena itu, dalam strategi pemetaan BPN, menyesuaikan pendekatan dan prioritas kami berdasarkan kebutuhan dan kondisi setempat.

Menurut keterangan Kepala Badan Pertanahan Kota Medan bahwa Program PTSL tidak hanya difokuskan kepada masyarakat kalangan atas, tetapi juga kepada masyarakat kalangan bawah di daerah pinggiran kota Medan. BPN sangat sadar bahwa program ini memiliki dampak besar bagi masyarakat kalangan bawah, karena sertifikat tanah dapat menjadi modal penting untuk kebutuhan mereka. Sertifikat tersebut dapat digunakan sebagai jaminan untuk mendapatkan modal usaha atau bahkan untuk menjadi jaminan Ketika mereka ingin melakukan pinjaman uang ke bank

Selain itu, Badan Pertanahan Nasional dengan arahan langsung Bapak Presiden Jokowi ingin menekankan bahwa program PTSL ini diselenggarakan secara gratis dari awal sampai akhir. Bahkan, Program ini memberikan diskon hingga 75% untuk pajak atas kepemilikan tanah kepada golongan masyarakat tertentu, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk

memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses program ini tanpa hambatan finansial yang berarti.

4.2 Perencanaan Program Sosialisasi Program PTSL

Selanjutnya menurut Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan (2011, hal. 123–124) landasan umum dalam proses penyusunan strategi *Public Relations* yang terkait dengan fungsi integral PR setelah melakukan penelitian dan mendengarkan masukan dari masyarakat, langkah berikutnya dalam proses penyusunan strategi Public Relations (PR) adalah menuangkan hasilnya menjadi satu kesatuan perencanaan yang baik. Ini merangkum temuan dan informasi yang diperoleh dari penelitian serta masukan masyarakat ke dalam sebuah rencana yang terstruktur dan efektif.

Dalam perencanaan program sosialisasi program pendaftaran tanah sistematis lengkap di Kota Medan, salah satu aspek yang paling penting adalah menetapkan tujuan yang jelas. Tujuan dari sosialisasi program ini adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mendaftarkan sertifikat tanah mereka yang lama untuk didata ulang dan mendapatkan sertifikat tanah yang sah. Edukasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki sertifikat tanah yang sah untuk melindungi hak kepemilikan mereka.

"Jadi, dalam perencanaan program sosialisasi PTSL di Kota Medan, hal yang paling penting adalah penentuan tujuannya dengan jelas,. kami memiliki target dan tujuan yang harus dicapai dari program ..."(wawancara dengan Reza Andrian Fachri,S.H. selaku Kepala Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Hal ini ditujukan untuk dua tujuan utama. Pertama, untuk mendata tanah secara lengkap sehingga tidak ada tanah yang tidak tersertifikasi dengan baik. Dengan demikian, akan tercipta kejelasan dan kepastian hukum terkait kepemilikan tanah di wilayah tersebut. Kedua, untuk melindungi masyarakat dari praktik mafia tanah dan sengketa kepemilikan tanah yang dapat merugikan mereka secara finansial dan sosial. Dengan memiliki sertifikat tanah yang sah, masyarakat akan lebih terlindungi dan memiliki bukti yang kuat terkait kepemilikan tanah mereka.

Oleh karena itu, mencapai tujuan tersebut menjadi sangat penting dalam perencanaan program sosialisasi. Semua strategi dan kegiatan yang direncanakan harus berorientasi pada tujuan-tujuan tersebut. Mulai dari pemilihan metode sosialisasi yang tepat hingga penyusunan pesan-pesan yang efektif, semuanya harus mendukung pencapaian tujuan utama program.

Dengan memastikan bahwa tujuan program sosialisasi ini tercapai, Badan Pertanahan Nasional dapat memastikan bahwa masyarakat Kota Medan mendapatkan manfaat yang maksimal dari program PTSL ini, dan pada akhirnya, menciptakan kondisi yang lebih baik dalam hal kepemilikan tanah dan keadilan sosial di wilayah tersebut.

Selain tujuan untuk mengedukasi masyarakat, Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Medan juga memiliki target yang jelas terkait program PTSL. Salah satunya adalah untuk mendapatkan 10 ribu bidang tanah pendataan atau pendaftaran sistematis lengkap. Target ini menjadi bagian penting dari strategi

BPN dalam mencapai keberhasilan program ini. Dengan menetapkan target yang konkret, BPN dapat mengukur kemajuan program dan memastikan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Pencapaian target 10 ribu bidang tanah pendataan tersebut tidak hanya menjadi indikator kuantitatif, tetapi juga menjadi simbol kesuksesan program PTSL. Hal ini mencerminkan komitmen BPN dalam upaya meratakan kepemilikan tanah di wilayah Kota Medan serta memberikan kepastian hukum kepada masyarakat terkait kepemilikan tanah mereka. Dengan mencapai target ini, diharapkan Kota Medan menjadi Kota Lengkap.

Selanjutnya dalam perencanaan program selain menetapkan tujuan, adalah menentukan sasaran massa. Dalam hal ini, dengan mengetahui bahwa target audiens utama adalah masyarakat kalangan bawah, perencanaan program PR harus disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan menarik perhatian mereka. Ini berarti mempertimbangkan aspek-aspek yang secara khusus relevan dan signifikan bagi kalangan tersebut.

Pendekatan dalam perencanaan Badan Pertanahan Nasional dalam Program PTSL berfokus pada hal-hal yang dapat menggerakkan dan mempengaruhi masyarakat kalangan menengah ke bawah. seperti, strategi komunikasi lebih terarah pada penyampaian informasi yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka sehari-hari Masyarakat kalangan kebawah

Tentu saja, berikut ini adalah contoh kalimat dengan bahasa sehari-hari:

"Ya, di sini kami memang berusaha menyesuaikan bahasa kami agar lebih akrab dengan masyarakat. Misalnya, saya lebih suka menggunakan bahasa yang lebih santai, seperti mengucap 'aku' daripada 'saya', atau kadang-kadang saya beralih ke bahasa Jawa ketika sedang berinteraksi dengan orang-orang di kumpulan. Itu karena saya merasa dengan menggunakan bahasa yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka, pesan yang ingin saya sampaikan bisa lebih mudah dipahami dan diterima." (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usaha Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Menurut keterangan Staff Tata usaha BPN Relevansi dari penyesuaian bahasa ini adalah untuk memastikan pesan-pesan terkait program PTSL dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Hal tersebut dinilai bahwa BPN mengadopsi pendekatan yang inklusif dan proaktif dalam menyusun strategi komunikasi. Mereka mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi masyarakat kalangan bawah, serta memperhitungkan faktor-faktor lingkungan dan sosial yang memengaruhi persepsi dan sikap mereka terhadap program PTSL. Oleh karena itu, pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dirancang untuk menarik perhatian dan minat masyarakat dalam mengikuti program tersebut.

Dengan menggunakan bahasa yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, berharap pesan-pesan tentang pentingnya memiliki sertifikat tanah dan proses pendaftarannya dalam program PTSL dapat lebih diterima dan direspon positif oleh masyarakat.

Setelah melakukan perancangan gaya komunikasi yang sesuai, Badan Pertanahan Nasional Kota Medan merancang seluruh saluran komunikasi yang akan digunakan dalam program PTSL. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan beragam saluran komunikasi yang efektif dan tepat untuk mencapai target

audiensnya, khususnya masyarakat kalangan menengah ke bawah. Salah satu aspek penting yang dipertimbangkan adalah kemampuan saluran komunikasi tersebut untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh dan mudah diakses oleh masyarakat.

Kami harus pertimbangkan juga kemampuan media atau saluran komunikasi yang bisa menyampaikan info dengan jelas ke masyarakat. Jadi, harus memelihara betul mana yang bisa diakses sama orang-orang dengan mudah dan efisien, juga paling penting sesuai dengan anggaran yang kita anggarkan ... (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usaha Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Dalam rancangan ini, BPN Kota Medan mengidentifikasi beberapa saluran komunikasi yang potensial dan relevan, seperti media sosial, papan pengumuman di kantor lurah, brosur yang dibagikan di tempat-tempat umum, serta kerjasama dengan media lokal. Media sosial dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat, sementara papan pengumuman di kantor lurah dapat menjangkau masyarakat secara langsung di tingkat kelurahan yang saat ini menjadi target atau sasaran utama program pendaftaran tanah lengkap sistematis ini.

Dengan merancang seluruh saluran komunikasi secara baik, Badan Pertanahan Nasional Kota Medan berharap bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat mencapai target dan memberikan perlindungan yang optimal masyarakat Kota Medan serta menuju Kota Medan Lengkap.

4.3 Pelaksanaan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap

Setelah merumuskan perencanaan program dengan teliti, Badan Pertanahan Nasional Kota Medan menerapkan langkah-langkah yang telah disusun dalam pelaksanaan program sosialisasi. Pendekatan sosialisasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung, dengan keduanya dijalankan secara optimal dan maksimal demi mencapai target yang telah ditetapkan.

Dalam sosialisasi langsung maupun tidak langsung, pesan kunci yang ingin disampaikan adalah pentingnya partisipasi setiap individu dalam Program PTSL. Pesan utama yang ingin disampaikan adalah bahwa setiap warga yang tinggal dalam lingkungan tersebut wajib mengikuti program PTSL. Hal ini dikarenakan setiap tanah di Kota Medan wajib didata dan tersertifikasi agar tidak terjadi tumpang tindih kepemilikan tanah di masa mendatang. Pesan ini merupakan inti dari sosialisasi program PTSL yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya kepemilikan tanah yang sah dan terdaftar secara resmi.

pesan kuncinya itu setiap masyarakat yang masuk dalam lingkungan itu wajib mengikuti program ptsl, karena setiap tanah di kota medan wajib terdata dan tersertifikasi sehingga tidak ada tumpang tindihnya nanti. (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usaha Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Pesan kunci ini menjadi fokus utama dalam setiap upaya sosialisasi, karena pemahaman dan partisipasi masyarakat sangat penting dalam mencapai kesuksesan program PTSL. Dengan adanya pemahaman yang baik mengenai pentingnya kepemilikan tanah yang sah dan terdaftar, diharapkan masyarakat Kota Medan akan lebih proaktif dalam mengikuti program ini, sehingga tujuan

program untuk mendata dan mendaftarkan tanah secara sistematis dapat tercapai dengan lebih baik.

Dalam pelaksanaan sosialisasi langsung, tim sosialisator yang bertindak sebagai perwakilan Badan Pertanahan Nasional Kota Medan umumnya dipimpin oleh Ketua Panitia Adjudikasi yang menyampaikan informasi terkait program PTSL kepada masyarakat secara langsung. Selain itu, tidak jarang sosialisasi program PTSL ini dilakukan bekerja sama dengan Pemerintah Kota Medan (Pemko Medan) dan Badan Penerimaan Daerah (Bappenda). Kolaborasi ini memperkuat efektivitas sosialisasi dengan menghadirkan pihak-pihak yang memiliki kewenangan dan kepentingan di bidangnya masing-masing.

Kehadiran Ketua Panitia Adjudikasi sebagai perwakilan BPN Kota Medan dalam sosialisasi langsung memberikan informasi penting seperti penjelasan Program PTSL, tata cara dan administrasi pendaftaran tanah sistematis kepada masyarakat. Tim panitia adjudikasi tidak hanya menjelaskan proses-proses terkait PTSL secara detail, tetapi juga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul dari masyarakat. Kerjasama dengan Pemko Medan dan Bappenda juga memberikan akses terhadap sumber daya dan dukungan yang lebih luas dalam menyebarkan informasi dan memperluas jangkauan sosialisasi.

Sosialisasi langsung seringkali dilakukan melalui pertemuan tatap muka di kelurahan atau kecamatan, di mana masyarakat dan pihak terkait yang berkepentingan diundang untuk hadir. Namun, sosialisasi juga dilakukan dengan cara langsung mendatangi rumah-rumah warga. Pendekatan ini bertujuan untuk

mencapai lebih banyak lapisan masyarakat yang ada, terutama mereka yang mungkin sulit dijangkau melalui pertemuan umum. Dengan mendatangi rumah ke rumah, tim sosialisator dapat menyentuh langsung kebutuhan dan kepentingan masyarakat secara individual, memberikan kesempatan bagi warga untuk mengajukan pertanyaan atau mengungkapkan kekhawatiran mereka secara pribadi.

“...door to door langsung ke masyarakat, dan karena BPN memiliki mobil, itu ada speaker untuk setiap lingkungan memberitahukan ada program ptsl.” (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usahaBadan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Selain itu, menurut keterangan Staf Tata usahaBPN Kota Medan juga mengambil langkah inovatif dengan menyiapkan satu mobil khusus yang dilengkapi dengan pengeras suara untuk mensosialisasikan program PTSL di lingkungan masyarakat. Mobil ini berfungsi sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara lebih dinamis dan langsung di berbagai tempat, seperti di pasar, perkampungan, atau area publik lainnya. Dengan demikian, pesan-pesan terkait program PTSL dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat yang lebih luas, bahkan di lokasi-lokasi yang sulit dijangkau.

Melalui berbagai cara yang dilakukan, termasuk pertemuan tatap muka, kunjungan rumah ke rumah, dan penggunaan mobil pengeras suara, BPN Kota Medan berusaha mencapai sasaran sosialisasi program PTSL dengan cara yang inklusif dan efektif. Mereka memahami pentingnya berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung untuk memastikan bahwa pesan-pesan terkait program dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat.

Gambar IV.1 Mobil Keliling Badan Pertanahan Kota Medan



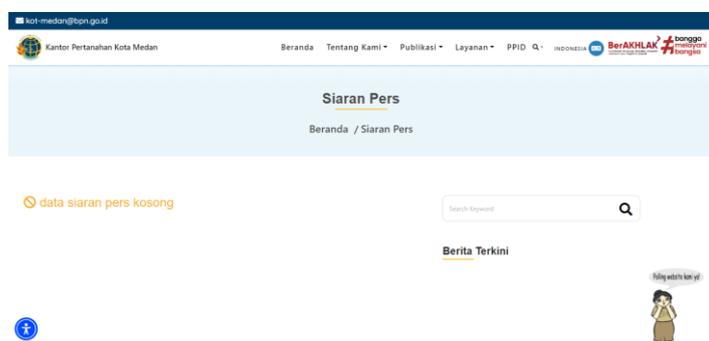
Sumber; Data olahan penelitian 2024

Sosialisasi tidak langsung oleh BPN Kota Medan dilakukan secara digital melalui media sosial dan website. Media sosial BPN Kota Medan menggunakan berbagai platform sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter yang saat ini bernama X, Spotify, serta memiliki website resmi. Melalui platform-platform tersebut, informasi terkait program PTSL dan pentingnya kepemilikan tanah yang sah disampaikan kepada masyarakat secara luas.

media sosial kita ada Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan Spotify, dan website kurang aktif, karena masyarakat lebih suka media sosial. (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usaha Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Meskipun memiliki website resmi, BPN Kota Medan tidak begitu aktif dalam menggunakan situs web tersebut untuk mensosialisasikan program PTSL, dibandingkan dengan kegiatan yang dilakukan melalui platform sosial media. Meski begitu, platform sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Spotify lebih sering digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi tentang program PTSL kepada masyarakat secara luas.

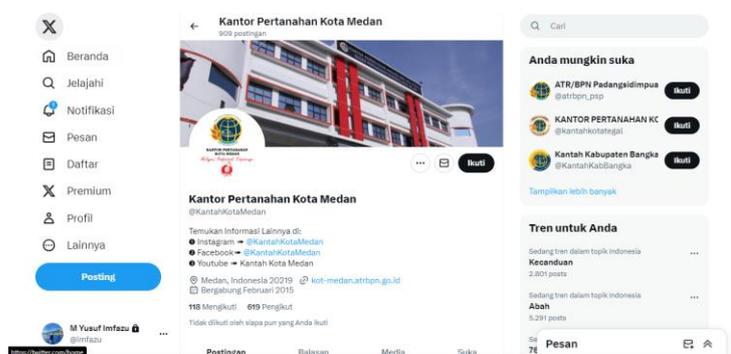
Gambar IV.2 Website Badan Pertanahan Nasional Kota Medan



Sumber: <https://kot-medan.atrbpn.go.id/siaran-pers>

Berdasarkan keterangan dari bagian Tata Usaha BPN dan hasil observasi peneliti, terlihat bahwa website Badan Pertanahan Nasional tidak ada menampilkan Aktivitas publikasi terkait kegiatan BPN serta sosialisasi program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap.

Gambar 4.IV.3 Akun X (twitter) BPN Kota Medan



: <https://twitter.com/KantahKotaMedan>

Akun Twitter BPN Kota Medan tampaknya tidak begitu aktif dalam mensosialisasikan program pendaftaran tanah sistematis lengkap. Dengan hanya 118 pengguna yang diikuti dan 619 pengikut, Aktivitas akun tersebut terbilang minim. Postingan terakhir yang dipublikasikan pada tanggal 11 Desember 2023 hanya mencatat kegiatan umum Badan Pertanahan Nasional Kota Medan, tanpa fokus khusus pada program pendaftaran tanah. Kurangnya konten yang terkait

secara langsung dengan program PTSL di Twitter bisa menjadi penyebab rendahnya interaksi dan perhatian dari pengguna. Oleh karena itu, meningkatkan keaktifan dan relevansi konten di akun Twitter BPN Kota Medan menjadi hal yang penting agar sosialisasi program PTSL dapat mencapai lebih banyak orang melalui platform tersebut.

Gambar IV.4 Postingan Instagram BPN Kota Medan



Akun Instagram Badan Pertanahan Kota Medan menunjukkan keaktifan yang cukup tinggi, dengan total 5.404 kiriman dan memiliki 9.107 pengikut. Selain itu, akun ini juga mengikuti 2.770 pengguna lainnya. Postingan terakhir yang dibagikan berfokus pada cara mendaftarkan sertifikat tanah secara online melalui aplikasi Badan Pertanahan Nasional. Informasi tersebut memberikan kemudahan akses dan kejelasan prosedur kepada masyarakat terkait langkah-langkah yang harus diambil untuk mengikuti program pendaftaran tanah sistematis lengkap.

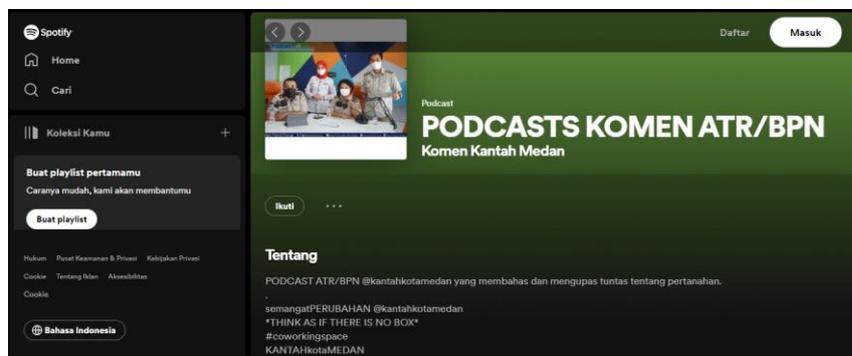
Gambar IV.5 Akun Facebook Badan Pertanahan Kota Medan



Sumber: <https://m.facebook.com/kantorpertanahankotamedan>

Facebook BPN memiliki sebanyak 2,2 ribu pengikut dan aktif dalam mempublikasi informasi secara berkala hingga saat ini. Konten yang dipublikasikan meliputi beragam topik, mulai dari Aktivitas pegawai Badan Pertanahan Nasional Kota Medan, sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL), hingga program prioritas BPN. Selain itu, terdapat informasi terkait tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja Badan Pertanahan Kota Medan.

Gambar IV.6 Podcast Komen ATR



sumber: <https://open.spotify.com/show/0q5f3VKUaCD0LEIXOpJZLj>

Hal yang unik dalam pendekatan sosialisasi tidak langsung BPN adalah penggunaan platform Spotify sebagai salah satu alat untuk menyebarkan informasi tentang program PTSL. BPN menciptakan konten berupa podcast tanya jawab yang membahas berbagai program yang sedang dijalankan oleh BPN, termasuk program PTSL. Podcast tersebut memberikan kesempatan bagi pendengar untuk mendapatkan informasi lebih dalam dan menjawab pertanyaan seputar program-program Badan Pertanahan Nasional Kota Medan.

4.4 Evaluasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap

Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan (2011, hal. 123–124) landasan umum dalam proses penyusunan strategi *Public Relations* yang terkait dengan fungsi integral PR adalah evaluasi program.

“..setiap tahun melakukan sosialisasi ada evaluasi bersama masyarakat, dan ditanyakan apa keluhan dan masukannya(wawancara dengan Reza Andrian Fachri,S.H. selaku Kepala Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Evaluasi kinerja Badan Pertanahan Kota Medan saat ini menggunakan pendekatan dengan indikator yang pasti untuk menilai pencapaian target yang telah ditetapkan. Salah satu indikator utama adalah apakah target yang telah

ditetapkan dalam satu tahun dapat tercapai atau tidak. Dalam konteks ini, pencapaian target merupakan cerminan dari efektivitas strategi dan kebijakan yang diterapkan oleh Badan Pertanahan. Jika target berhasil tercapai, itu menunjukkan bahwa rencana kerja telah dijalankan dengan baik dan sumber daya telah dikelola secara efisien. Sebaliknya, ketidakmampuan mencapai target mungkin mengindikasikan perluasan atau penyempurnaan strategi yang dibutuhkan.

“...dengan target 10.000 dengan target anggaran berapa dan harus mencapai target dalam satu tahun anggaran dan tidak boleh lewat. (wawancara dengan Reza Andrian Fachri,S.H. selaku Kepala Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Selain dari perspektif internal, evaluasi kinerja Badan Pertanahan Kota Medan juga mempertimbangkan pandangan masyarakat sebagai indikator kualitas layanan yang diberikan. Tanggapan masyarakat mengenai kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan oleh kantor-kantor BPN di Kota Medan menjadi aspek penting dalam mengevaluasi kinerja. Kepuasan masyarakat merupakan cerminan dari sejauh mana kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi oleh layanan yang disediakan oleh Badan Pertanahan. Dengan demikian, evaluasi berdasarkan tanggapan masyarakat memberikan wawasan yang berharga tentang efektivitas kinerja dan keberhasilan Badan Pertanahan Kota Medan.

Selain kepuasan masyarakat, evaluasi kinerja juga harus memperhitungkan persepsi masyarakat terkait dengan tingkat korupsi di dalam kantor-kantor BPN. Persepsi korupsi menjadi indikator penting dalam menilai transparansi dan akuntabilitas lembaga. Penurunan persepsi korupsi menunjukkan upaya yang

berhasil dalam meningkatkan integritas dan kepercayaan masyarakat terhadap Badan Pertanahan. Sebaliknya, meningkatnya persepsi korupsi dapat menjadi peringatan bagi lembaga untuk melakukan perbaikan internal dan menguatkan mekanisme anti-korupsi.

indikatornya balik ke masyarakat sebagai pengguna langsung sebagai sasaran dituju, dan ada survei oleh masyarakat, puas cukup, sangat puas(wawancara dengan Reza Andrian Fachri,S.H. selaku Kepala Badan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Indikator utama yang menjadi fokus adalah respons masyarakat sebagai pengguna langsung, yang menjadi sasaran utama dari upaya yang dilakukan. Dalam hal ini, survei yang dilakukan oleh masyarakat, yang mencakup parameter tingkat kepuasan seperti puas, cukup puas, dan sangat puas, menjadi tolok ukur utama. Sebagaimana yang disampaikan dalam wawancara dengan Kepala Badan Pertanahan Nasional, saat ini, hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat menilai kinerja BPN Kota Medan pada tingkat yang sangat baik (A), Hal ini mencerminkan kesuksesan upaya BPN Kota Medan dalam memberikan pelayanan yang efektif dan memuaskan kepada masyarakat, serta menunjukkan bahwa kebijakan dan strategi yang diterapkan telah memberikan dampak yang positif bagi pengguna langsungnya.

Gambar IV.7 Hasil Survey Tingkat kepuasan Masyarakat Terhadap Kinerja BPN Kota Medan



Sumber: Postingan Facebook Kantah Kota Medan

Selanjutnya, evaluasi pelaksanaan sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) oleh BPN Kota Medan menunjukkan bahwa ke depannya perlu dilakukan upaya untuk melebarkan sayap dalam sosialisasi, bukan hanya untuk program target PTSL saja namun juga program-program lain yang sedang dilaksanakan oleh Badan Pertanahan Kota Medan untuk mencakup seluruh wilayah Kota Medan.

Melalui perluasan cakupan sosialisasi, Badan Pertanahan Kota Medan berharap dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan kesadaran masyarakat terhadap program PTSL. Dengan menyasar seluruh wilayah Kota Medan, informasi mengenai proses pendaftaran tanah akan lebih mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat. Selain itu, upaya ini diharapkan mampu mengatasi potensi kesenjangan informasi yang mungkin terjadi, sehingga memastikan bahwa semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pengetahuan dan memanfaatkannya secara optimal.

“kedepannya akan melebarkan sayap untuk sosialisasi, bukan hanya untuk program target ptsl tapi di seluruh kota medan... (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usahaBadan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Dalam menghadapi tantangan keterbatasan sumber daya manusia dalam proses sosialisasi, Badan Pertanahan Kota Medan mengevaluasi satu langkah yang dapat diambil kedepannya adalah dengan mengembangkan kehadiran di media sosial. yang saat ini menggunakan platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, yang lebih efektif lagi BPN dapat ditingkatkan lagi dengan bekerja sama dengan media terkenal sehingga dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan sosialisasi. Kolaborasi dengan media televisi, radio, dan online yang memiliki jangkauan luas akan membantu BPN mencapai audiens yang lebih besar lagi. Dengan adanya liputan media, informasi tentang kegiatan BPN dan program PTSL dapat tersebar lebih merata di masyarakat.

dan mengembangkan sosial media, dan bekerja sama dengan media terkenal, dan mau endorse dengan medan talk, dan media cetak untuk kedepannya (wawancara dengan Hendro Paulus Pandiangan, Staff tata usahaBadan Pertanahan Nasional. 2. April 2024)

Selain itu, menurut keterangan staff tata usaha BPN menerangkan kerja sama dengan platform berita lokal seperti Medan Talk dan media cetak adalah langkah yang menjadi evaluasi dan akan dilakukan pada proses sosialisai ditahu mendatang. Dengan mendapatkan dukungan dari media yang telah dikenal dan memiliki audiens setia, BPN dapat menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat, terutama mereka yang belum terakses secara online.

Menyadari pentingnya perubahan praktik penyebaran informasi, terutama dalam konteks keterbatasan jumlah pegawai untuk melakukan sosialisasi secara langsung, solusi praktis adalah memanfaatkan platform digital yang mudah

diakses dan efektif. Dengan mendigitalisasi informasi melalui website resmi, media sosial, dan kerjasama dengan media terkenal, BPN dapat memastikan bahwa pesan-pesan penting mengenai PTSL dan tata cara pendaftaran tanah sistematis dapat tersebar dengan cepat dan luas di tengah-tengah masyarakat.

4.5 Hambatan Sosialisasi Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap

Dalam pelaksanaan strategi sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) oleh Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Medan, terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi. Salah satu hambatan yang signifikan adalah situasi politik yang tengah berlangsung. Pada tahun ini, situasi politik menjadi semakin intens karena adanya kegiatan terkait dengan pemilihan umum atau kegiatan politik lainnya. Dengan banyaknya distraksi yang disebabkan oleh Aktivitas politik dari tingkat kantor kelurahan hingga kecamatan, serta perhatian masyarakat yang terfokus pada isu politik, upaya sosialisasi PTSL yang dilakukan oleh BPN Kota Medan mengalami tantangan yang cukup besar.

Menurut keterangan yang disampaikan oleh staf bagian umum, terungkap bahwa pelaksanaan sosialisasi di tengah situasi tahun politik menemui berbagai kendala yang signifikan. Salah satu hambatan yang paling mencolok adalah minimnya partisipasi peserta dalam kegiatan sosialisasi. Dengan suasana politik yang begitu mendominasi, minat masyarakat terhadap agenda-agenda pemerintah, seperti Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL), cenderung menurun.

Sebagai respons terhadap hambatan ini, BPN Kota Medan perlu mengkaji ulang strategi sosialisasi mereka agar tetap efektif dalam menjangkau dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, langkah-langkah kreatif dan inovatif mungkin diperlukan untuk menarik minat masyarakat yang sedang terfokus pada Aktivitas politik. Dengan demikian, meskipun dihadapkan pada hambatan yang kompleks, BPN Kota Medan dapat tetap menjalankan misinya untuk menyampaikan informasi yang penting tentang PTSL kepada masyarakat dengan cara yang efektif dan menyeluruh.

Sebagai respons terhadap hambatan ini, BPN Kota Medan menjawab dengan mengadakan undangan kepada perwakilan dari setiap kelurahan serta walikota. Langkah ini diambil dengan harapan dapat memperkuat kerja sama antara Badan Pertanahan dengan pemerintahan lokal dalam upaya menyampaikan informasi tentang Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) kepada masyarakat Kota Medan secara lebih efektif.

Namun, kendati demikian, pada tahun politik ini, Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Medan tetap menunjukkan optimisme dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Meskipun terdapat distraksi yang disebabkan oleh suasana politik yang memanas, BPN Kota Medan berhasil mencapai pencapaian sebesar 40% dari target yang ditetapkan hingga bulan April. Keterangan yang disampaikan oleh kepala BPN Kota Medan menunjukkan bahwa meskipun kondisi politik yang mempengaruhi, upaya-upaya yang dilakukan oleh BPN Kota Medan dalam sosialisasi dan implementasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) tetap berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif.

Dengan pencapaian 40% dari target yang telah ditetapkan, hal ini memberikan keyakinan bahwa meskipun di tengah situasi politik yang rumit, BPN Kota Medan optimis untuk terus mencapai target yang telah ditentukan diakhir tahun.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Strategi sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis oleh Badan Pertanahan Kota Medan mengadopsi empat pendekatan yang terdiri dari penelitian untuk mendengarkan kebutuhan masyarakat, perencanaan program, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Mulai dari tahap penelitian dan pendengaran, dilakukan pemetaan demografis wilayah serta penentuan target audience berdasarkan golongan ekonomi dan kompleksitas masalah yang dihadapi masyarakat. Dalam tahap perencanaan, penyesuaian gaya bahasa yang sesuai dengan target audiens dilakukan dengan mempertimbangkan lapisan masyarakat menengah ke bawah. Selanjutnya, merancang saluran komunikasi yang efektif seperti media sosial, door to door, dan pemasangan poster untuk mencapai tujuan sosialisasi.

Dalam pelaksanaannya, program sosialisasi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan optimal demi mencapai target yang telah ditetapkan. Pesan kunci yang diusung adalah pemahaman dan edukasi untuk masyarakat tentang pentingnya pendaftaran tanah sistematis. Evaluasi keberhasilan dilakukan melalui dua indikator utama, yaitu tingkat kepuasan masyarakat dan pencapaian target pendaftaran tanah yang ditetapkan dalam satu tahun.

Meskipun memiliki hambatan, yaitu situasi politik yang kompleks, langkah yang diambil termasuk mengundang langsung pemerintah kota, termasuk walikota, serta melakukan kerja sama dengan kecamatan, kelurahan, dan kepala lingkungan untuk mengatasi hambatan tersebut.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian diatas, ada beberapa saran untuk Badan Pertanahan Nasional Kota Medan dalam mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistemati Lengkap yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Oleh karena itu, direkomendasikan untuk lebih meningkatkan interaksi dan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi
2. Berdasarkan temuan penelitian, memperbanyak saluran komunikasi seperti media sosial, pertemuan langsung, dan pemasangan poster telah terbukti efektif. Disarankan untuk terus mengembangkan dan memperluas saluran komunikasi yang ada, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk mencapai jangkauan masyarakat yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Aziiz, A. Z., & Anom, E. (2023). Strategi Humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional dalam Menciptakan Citra Positif Kementerian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 82–93. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5464>
- Affandi, N., Ginting, R., & Saleh, A. (2023). Pengaruh Program Kabar Pandemi Corona tvOne Terhadap Peningkatan Literasi Media Masyarakat Kota Medan di Era Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 68–81. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13147>
- Alfiani, D. L. (2022). Peran Humas Kepolisian Resort Kota Besar Medan Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat. *Jimsipol*, 2, 1–13.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public Dan Ilmu Social Lainnya*. Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Rajawali Press.
- Damayanti, N., Cakra Ningsih, dan, & Moestopo, U. (2020). Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 191–200. <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1121>
- Effendi, O. U. (2010). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *At- Ta’lim : Jurnal Pendidikan*, 4(2), 67–84. <https://doi.org/10.36835/attalim.v4i2.55>
- Herlina, S. (2015). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id
- Kabu, S. R., Rudianto, & Ribut Priadi. (2020). Kompetensi Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Di Kementerian Agama Kabupaten Nias Utara. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 2–22. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4370>
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (ed. 2., cet). Kencana Prenada Media Group.
- Kurniati, N. (2016). "Mediasi-Arbitrase" Untuk Penyelesaian Sengketa Tanah. *Sosiohumaniora*, 18(3), 197. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v18i3.10008>
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Nurdianti, S. R. (2014). Analisis faktor-faktor hambatan komunikasi dalam sosialisasi program keluarga berencana pada masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 149. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma_new_word_\(05-19-14-05-58-25\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma_new_word_(05-19-14-05-58-25).pdf)
- Nurhadi, Z. F., Kurniawan, A. W., Studi, P., Komunikasi, I., & Garut, U. (2017). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-0836 KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. 1*, 90–95.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Rabilzani, S. (2013). Strategi Humas dalam sosialisasi keselamatan dan kesehatan kerja bagi karyawan area Generator Turbin Gas Unit III PT.Menamas Mitra Energi di Desa Tanjung Batu Kecamatan Tenggarong Seberang. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–8.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu komunikasi* (Ed. Rev. C). Rajawali Pres.
- Ruslan, R. (2011). *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Rajawali Press.
- Saleh, A., Rudianto, Anshori, A., & Adhani, A. (2021). Political Communication in Medan Regional Head Election During The Covid-19 Pandemic. *ASPIKOM*, 6(1), 197–207.
- Sinaga, H. (2018). *Hukum Agraria Dalam Teori dan Praktik Kompilasi Tulisan tentang Carut Marut Regulasi di Indonesia*. PT Citra Adytia Bakt.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- sumutsuara.com. (2024). *Menteri ATR/BPN Hadi Tjahjanto Targetkan Medan Jadi Kota Lengkap di 2024*. Sumut.Suara.Com. <https://sumut.suara.com/read/2023/12/19/000952/menteri-atrbpn-hadi-tjahjanto-targetkan-medan-jadi-kota-lengkap-di-2024>
- Suyanto, J. (2016). *Gender dan Sosialisasi*. Nobel Edumedia.
- Wibawanti, E. S., & R. Murjiyanto. (2013). *Hak Atas Tanah & Peralihannya*. Liberty Yogyakarta.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/III/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fisp.umsu.ac.id | fisp@umsu.ac.id | umsumedan | @umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Medan, 16 Januari 2024

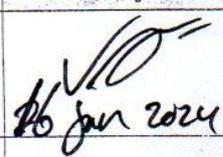
Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Den Dayani
 NPM : 2003110218
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 127,0 SKS, IP Kumulatif 3,76

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|--|---|
| 1 | Strategi Humas Badan Pertanahan Nasional Kota Medan dalam mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap |  16 Jan 2024 |
| 2 | Pemanfaatan media website dalam mempermudah layanan Pendaftaran online di BPN Medan | |
| 3 | Peran Komunikasi dakwah dalam membina ahklak siswa SMA Perguruan Islam Al-amyad Kota Medan | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjaian;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah pernononan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

077.20.311

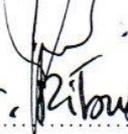
Pemohon,

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 18 Januari 2024
 Ketua
 Program Studi.....


 (..... Den Dayani)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....

(.....)
 NIDN:


 (..... Dr. Ribut Priadi)
 NIDN:





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

JMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 157/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **18 Januari 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DEVI DAYANTI**
N P M : 2003110218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA
MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP**

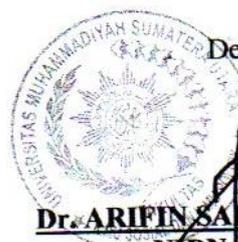
Pembimbing : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 077.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 18 Januari 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 07 Rajab 1445 H
19 Januari 2024 M



Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN/0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 555/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Tanggal : --

Isi : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 16 Ramadhan 1445 H
26 Maret 2024 M

Kepada Yth, **Kepala Badan Pertanahan Nasional
Kota Medan**

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

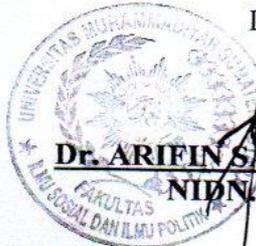
Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **DEVI DAYANTI**
NPM : 2003110218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya memberikan izin penelitian diucapkan terimakasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



: File.





**KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL
KANTOR PERTANAHAN KOTA MEDAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

STM, Kelurahan Sitirejo II, Kecamatan Medan Amplas 20219 Telepon: (061) 7861447 email: kot-medan@atrbtn.go.id

Nomor : UP.04.05/1262-12.71.100/IV/2024 Medan, 17 April 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Menindaklanjuti surat permohonan Saudara Nomor:
555/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 26 Maret 2024 perihal tersebut di
atas, dengan ini memberikan izin penelitian kepada Saudara :

| No. | Nama | NIM | Bidang |
|-----|--------------|------------|-----------------|
| 1. | Devi Dayanti | 2003110218 | Ilmu Komunikasi |

untuk melakukan penelitian guna memperoleh informasi/keterangan dan data-
data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul: **"STRATEGI
HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS
LENGKAP"**.

Kami sangat menghargai dukungan seluruh pengguna layanan
Kantor Pertanahan Kota Medan dengan tidak memberikan gratifikasi dalam
bentuk apapun terhadap layanan yang kami berikan demi untuk mewujudkan
Zona Integritas menuju Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani.

Demikian kami sampaikan untuk menjadi maklum.

a.n. Kepala Kantor Pertanahan
Kota Medan
Kepala Subbagian Tata Usaha,

Inneke Tania Arsyad, S.H., M.Kn.
NIP 197512222005022001



Dokumen ini sah dan telah ditandatangani secara elektronik melalui e-Office ATR/BPN menggunakan
sertifikat elektronik ESrE, BSSN. Untuk memastikan keasliannya, silakan pindai Kode QR menggunakan
fitur 'Validasi Surat' pada aplikasi Sentuh Tanahku



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bisa menjawab surai ini agar disebarkan nomor dan tanggapnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/DAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan unsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth. Medan, 16 Februari 2019
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Devi Dayanti
 N P M : 2003110218
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi Humas Badan Pertanahan Nasional Kota Medan dalam mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
 Pembimbing
 (.....)

Pemohon,
 (.....)

Devi Dayanti

NIDN:





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 356/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 28 Februari 2024
Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMBIMBING | JUDUL PROPOSAL SKRIPSI |
|-----|----------------------------|-----------------------|---|---|--|
| 1 | IREAN SYAHPUTRA | 1803110061 | Dr. JUNALDI, S.Pd. M.Si. | Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP. | KAMPANYE KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARATEAM DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG KEBERSIHAN LINGKUNGAN |
| 2 | SALSABILA MUEIDAH NASUTION | 2003110069 | CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A. | Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS DESKRIPSI VISUAL PADA IKLAN TELEVISI PEPODENT ORANG TUA DAN ANAK "PENCEGAH GIGI BERLUBANG" |
| 3 | LISA ADELIA PUTRI | 2003110220 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si. | Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom. | PROSES AKULTURASI ANTAR ETNIS JAWA DAN KARO MELALUI TRADISI REWANGAN DI KELURAHAN BINAI ESTATE |
| 4 | DEVI DAYANTI | 2003110218 | Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP |
| 5 | MUHAMMAD ARIFF PRATAMA | 1703110110 | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS SEMOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "KERETA API VERSI GIA AKIBAT MENEROBOS PERLINTASAN KA" |

Medan, 16 Syaaban 1445 H
26 Februari 2024 M

Dekan

(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.)





SU

Terpercaya

UMSU Akreditasi Unggul! Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mulhtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan unsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Devi Dayanti

NIM : 2003110218

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Humas Badan Persanahan Nasional Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap

| Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----------|---|------------------|
| 16/1/2023 | Diskusi Judul skripsi dan masalah yang diteliti | |
| 12/2/2023 | Diskusi dan Revisi Proposal Penelitian | |
| 16/2/2023 | Diskusi dan Acc Proposal | |
| 23/2/2023 | Diskusi hasil Seminar proposal dan revisi | |
| 5/3/2023 | Diskusi Bab 1 - 3 | |
| 22/3/2023 | Diskusi Draft wawancara | |
| 25/3/2024 | Diskusi Hasil wawancara | |
| 28/3/2024 | Diskusi bab 4 - 5 dan revisi | |
| 27/4/2023 | Diskusi skripsi | |
| 30/4/2023 | Acc skripsi | |

Medan, 30 April 2024

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Akhya Anson, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0129048401

(Dr. Ribun Priadi, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0120057303





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 790/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



Slr-10

| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENGUJI | | | Judul Skripsi |
|-----|------------------------------|-----------------------|---|---------------------------------------|---|---|
| | | | PENGUJI I | PENGUJI II | PENGUJI III | |
| 31 | NABILLA AZZAHRA | 2003110217 | Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom. | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos, M.A. | KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL I RADIO MEDAN 98,3 FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN |
| 32 | LISA ADELLA PUTRI | 2003110220 | Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos, M.A. | Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom | POLA KOMUNIKASI ANTAR ETNIS JAWA DAN KARO MELALUI TRADISI REMWANGAN DI KELURAHAN BINJAI ESTATE |
| 33 | DEMI DAYANTI | 2003110218 | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom. | Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom | STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP |
| 34 | ADAM RAGA | 2003110257 | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos, M.A. | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom. | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom. | ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR |
| 35 | GHAITZA ZAHIRA SOFA BATUBARA | 2003110306 | Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom | NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom | PERBANDINGAN PESAN MORAL DALAM FILM MEMORABILIA KARYA ALBERTUS NICO WICAKSONO DENGAN FILM WE KARYA ACCO TENRİYAGELI |

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :
Dekan
Dekan Fakultas
Dekan Fakultas

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.HumI

DR. ARIFINSALEH, S.Sos, MSP.

Panitia Ujian

Sekretaris
Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



Draft Pertanyaan Wawancara
Strategi Humas Badan Pertanahan Negara Kota Medan Dalam Mensosialisasikan
Program Pendaftaran Tanah Sistematis

A. Indikator Penelitian dan Mendengarkan

- 1) Apakah BPN Kota Medan ada melakukan penelitian untuk memahami kebutuhan dan preferensi komunikasi masyarakat terkait Program Pendaftaran Tanah Sistematis?
- 2) Jika iya, bagaimana BPN Kota Medan melakukan penelitian untuk memahami kebutuhan dan preferensi komunikasi masyarakat terkait Program Pendaftaran Tanah Sistematis?
- 3) Apa saja metode yang digunakan BPN Kota Medan untuk mendengarkan masukan dan keluhan masyarakat terkait program tersebut?
- 4) Bagaimana BPN Kota Medan menganalisis hasil penelitian dan masukan masyarakat untuk merumuskan strategi sosialisasi yang efektif?

B. Indikator Perencanaan Program

- 5) Apakah BPN Kota Medan ada melakukan perencanaan program sosialisasi yang matang dalam program penyebaran informasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis
- 6) Bagaimana BPN Kota Medan menentukan target audience yang ingin dicapai dalam program sosialisasi?
- 7) Apa saja pesan kunci yang ingin disampaikan BPN Kota Medan kepada masyarakat melalui program sosialisasi?
- 8) Bagaimana BPN Kota Medan memilih saluran komunikasi yang tepat untuk menjangkau target audience?
- 9) Bagaimana BPN Kota Medan menyusun anggaran dan timeline untuk program sosialisasi?

C. Indikator Pelaksanaan Program

- 10) Siapa saja komunikator dalam melaksanakan sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis?
- 11) Apa saja media saluran dalam melaksanakan sosialisasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis?
- 12) Apa saja kegiatan yang dilakukan BPN Kota Medan dalam melaksanakan program sosialisasi?
- 13) Bagaimana BPN Kota Medan memastikan bahwa program sosialisasi berjalan sesuai dengan rencana?
- 14) Bagaimana BPN Kota Medan mengatasi hambatan dan kendala yang muncul selama pelaksanaan program sosialisasi

D. Indikator Evaluasi Program

- 15) Apa saja indikator yang digunakan BPN Kota Medan untuk mengevaluasi efektivitas program sosialisasi?
- 16) Apa saja hasil dan kesimpulan dari evaluasi program sosialisasi?
- 17) Apa saja rekomendasi yang diajukan untuk meningkatkan efektivitas program sosialisasi di tahun mendatang?

Acc PB P
25/3/2024