

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN
DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA
UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
FASILITASI OLAHRAGA MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

Oleh:

FAISAL MAHENDRA
2103110191

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Faisal Mahendra
NPM : 2103110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Kamis, 11 September 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai.

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI II : H. Tenerman, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI III : Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, MAP

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh., MSP

Assoc. Prof. Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR*Bismillahirrahmanirrahim*

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

Nama : Faisal Mahendra
NPM : 2103110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan Dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat

Medan, 9 September 2025

Pembimbing

**Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., MAP**

NIDN : 0115031502

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi**Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom**

NIDN : 0127048401

Dekan


Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh., MSP

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Faisal Mahendra**, NPM 2103110191 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir 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 tugas akhir 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. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 7 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Faisal Mahendra

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis dapat menempuh tahap penyelesaian skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat tugas akhir dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa ada keterbatasan dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penggunaan bahasa. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritikan dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan Dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat”**.

Yang teristimewa, orang tua penulis tercinta dan tersayang, Ayahanda Herman Tanjung dan Ibunda Yusniar Koto, yang telah Mengasuh, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang, dengan kelembutan serta ketulusan kepada penulis, serta amin paling serius yang tak henti mengalir deras di setiap simpul jari yang semakin erat dalam setiap doa-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan selesai nya skripsi ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Dr. Arifin Saleh Siregar, M.SP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial

7. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Assoc. Dr. Arifin Saleh Siregar, M.SP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
13. Bapak Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S., M.SP selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membimbing dan memberikan arahan selama saya berkuliah.

14. Bapak Dr. Irwan Syari TJG, S.Sos., MAP selaku dosen pembimbing penulis skripsi ini. Terimakasih atas waktu dan kesabaran serta membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
16. Ucapan terima kasih yang tak terhingga juga penulis ucapkan kepada Kakanda-kakanda, Bripka Fiki Hambali, S.H., Fauzi Fahrozi, S.H., Wahyu Habibie, S.E., Rinaldi Primadi, Muhammad Abdillah Hakim, S.Ag., yang memberikan dorongan semangat dan dukungan, serta menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
17. Biro Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
18. Saudaraku Muhammad Azhari, Muhammad Febryan Nugroho, S.E., Dea Vanny Cinta, Restu yang tak kenal letih terus memberikan dukungan juga mengingatkan agar tetap semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

19. Secara khusus dengan rasa hormat kepada bapak/ibu Bidang Pembudayaan Olahraga Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, Kepala Bidang Pembudayaan Olahraga Bapak Muhammad Maimun Masri, S.Pd., Bapak Johan Erik Purba, S.Pd., M.Pd., Ibu Sunartik, S.Pd., Ibu Yovira Oktoria Nasution, S.E., Abangda Dirga Bahari Pulungan, Kakanda Karina Lubis. Terima kasih karena menerima dengan baik penulis, dan memberikan lingkungan serta meberikan dukungan yang positif kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai.

20. Abangda-abangda sekaligus rekan seperjuangan yang bersama- sama dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, Galih Wahyu Prasetyo, Alferidho Wahyu Sihotang. Ada banyak kursi kosong dalam kehidupan penulis, dan penulis tidak ingin dibuat gundah oleh orang-orang yang duduk disana. Namun kalian datang dengan membawa kursi sendiri dan duduk disana, memberi sayap-sayap untuk terbang. Memberikan semangat, merangkul dan mendukung, yang tak kenal lelah terus selalu menyulut bara semangat dalam dada, meyakinkan dan memotivasi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

21. Rekan seperjuangan, Raza Rizky Pramana, Nina Yunita, Nelva

Siregar, Nelvi Siregar, Mutia Laina, Rizki Maulida, Dicky Prasetya, Muhammad Abdul Jailani, Dinda Br Purba, Razifsyah Samosir, dan seluruh rekan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Menjadi suatu kebanggaan bisa berada dalam kebersamaan ini.

22. Para Sahabat Bima Habib Al-Azmi, Khairunnisa, Windy Murdayani, yang telah menemani kala suka dan lara sehingga penulis telah sampai pada titik penulisan tugas akhir skripsi.
23. Terima kasih kepada Keponakan-keponakan Faiz, Evano, Zafran, Virzha.
24. Terima kasih kepada Lagu-lagu yang dibawakan oleh Hindia, Sal Priadi, Perunggu, dan Bring Me The Horizon, terkhusus kepada lagu yang dibawakan Hindia, yang berjudul “Kami Khawatir, Kawan” dengan potongan lirik “dan jikalau jengah kami mengerti, namun jangan enggan dicari, hampiri kawan kawan” yang selalu menemani penulis selama masa penulisan skripsi ini.
25. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Laptop pemberian Ibunda, yang telah menemani penulis sedari MABA, yang insyaallah akan disusul oleh gelar Sarjana, yang sekaligus menjadi hadiah terbaik bagi penulis.

26. Last but not least, I wanna thank me ,I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And trying to give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dari materi maupun penggunaan bahasa, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan hal- hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh.

Medan, September 2025

Faisal Mahendra
2103110191

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM FASILITASI OLAHRAGA MASYARAKAT

Faisal Mahendra
2103110191

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara (Dispora Sumut) dalam mensosialisasikan Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat. Latar belakang penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi sebagai jembatan antara program pemerintah dengan masyarakat untuk membangun kesadaran, motivasi, dan partisipasi dalam olahraga. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dispora Sumut menjalankan strategi komunikasi melalui tiga tahap utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan dilakukan dengan menggandeng Komite Olahraga Masyarakat Indonesia (KORMI) sebagai mitra strategis. Pelaksanaan memadukan media konvensional (spanduk, baliho, radio, surat kabar) dengan media digital (Instagram, TikTok, grup WhatsApp). Evaluasi dilakukan dengan mengamati partisipasi masyarakat dan respon dalam setiap kegiatan. Temuan memperlihatkan bahwa strategi komunikasi berhasil mendorong keterlibatan masyarakat, meskipun masih terdapat tantangan dalam meningkatkan kesadaran generasi muda untuk berolahraga.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Publik, Program Pemerintah, Fasilitasi Olahraga, Partisipasi Masyarakat.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.2 Strategi Komunikasi	12
2.3. Komunikasi Pemerintah.....	16
2.4 Sosialisasi Program Publik	18
2.5 Komunikasi Publik.....	19
2.6 Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara.....	20
2.6 Program Fasilitas Olahraga Masyarakat	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Kerangka Konsep	24
3.3 Definisi Konsep.....	25
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	30
3.5 Narasumber	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Hasil Observasi	35
4.1.2 Hasil Wawancara	36
4.1.3 Dokumentasi	46
4.2 Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA.....	55
----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Wawancara dengan Sunarti, S.Pd., dan Oktoria Nasution, S.E.....	46
Gambar 4.2 Wawancara dengan Johan Erik Purba, S.Pd., M.Pd.....	46
Gambar 4.3 Wawancara dengan pak Andi Pengurus FESPATI.....	47
Gambar 4.4 Wawancara dengan pak Abdul Pelatih FESPATI.....	47
Gambar 4. 5 Wawancara dengan Pak Rudy Masyarakat Umum	47
Gambar 4.6 Komunitas Sepeda.....	47
Gambar 4.7 Senam Pagi Masyarakat	48
Gambar 4.8 Masyarakat Pelari Pagi.....	48
Gambar 4.9 Komunitas Sepatu Roda	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerangka Konsep.....	24
Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi menjadi dasar utama untuk kemajuan suatu bangsa. Kesehatan juga merupakan sisi keadaan yang baik, dilihat dari fisik, mental, spiritual, dan sosial, di mana seseorang dapat hidup produktif dalam masyarakat dan ekonomi (Winangsih & Nisa, 2020). Dalam konteks ini, peran olahraga diakui sebagai alat penting yang tidak hanya memperbaiki kesehatan dan kebugaran fisik, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai seperti disiplin, sportivitas, dan persatuan.

Pemerintah menegaskan visi nasional ini melalui Desain Besar Olahraga Nasional (DBON), yang menjadikan olahraga sebagai bagian penting dalam proses pembangunan (Peraturan Presiden No. 86 Tahun 2021)(Achmad et al., 2022). Komitmen ini kemudian dituangkan secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan, yang mewajibkan pemerintah, baik tingkat pusat maupun daerah, untuk mendukung, mengembangkan, dan mempromosikan olahraga sehingga dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat dengan adil.

Sebagai garda terdepan dalam penerapan kebijakan di daerah, Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan (Dispora) memainkan peran yang sangat penting dalam mengimplementasikan mandat tersebut menjadi berbagai program nyata. Salah satu program utama yang dilaksanakan adalah Program “Fasilitasi Olahraga Masyarakat”. Program ini bertujuan untuk meningkatkan

minat dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga melalui berbagai aktivitas, seperti penyediaan fasilitas dan sarana, pelaksanaan acara olahraga rekreasi, serta dukungan untuk komunitas-komunitas olahraga di tingkat dasar. Sasaran utamanya adalah membangun budaya olahraga yang aktif dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip pemasaran di sektor publik yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Program ini dirancang untuk memberikan layanan dan bantuan dalam aktivitas olahraga yang fokus pada komunitas atau masyarakat umum, dengan harapan dapat membangun budaya hidup yang sehat dan aktif di antara warga. Keberhasilan suatu program dari pemerintah, seperti Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat, tidak hanya ditentukan oleh bagaimana program tersebut dirancang, tetapi juga sangat bergantung pada seberapa efektif strategi komunikasi yang dipakai untuk menginformasikannya kepada masyarakat. Komunikasi berperan sebagai jembatan penting yang menghubungkan penyedia program (pemerintah) dengan penerima di masyarakat (Amin, 2022). Bila tidak ada sosialisasi yang berjalan dengan baik, program yang telah dirancang dengan baik bisa saja tidak diketahui, kurang menarik perhatian, dan akhirnya gagal mencapai tujuan yang diinginkan.

Pengiriman pesan dari Dispora sebagai pengirim kepada masyarakat yang menerima memerlukan strategi yang terencana dan sistematis (Rahmah & Zulhazmi, n.d.). Ketidakterhasilan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi ini dapat mengakibatkan penyebaran informasi tidak merata, pesan yang tidak terkait, atau bahkan salah pengertian informasi. Dalam konteks ini,

strategi komunikasi oleh dinas menjadi sangat penting. Strategi komunikasi adalah perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan pendekatan, saluran, dan pesan yang sesuai (Ahda & Rozi, 2022). Oleh karena itu, penyusunan strategi komunikasi yang tepat oleh Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Sumatera Utara sangat penting agar masyarakat dapat memahami, menerima, dan terlibat dalam program Fasilitasi Olahraga Masyarakat (Siregar & Tanjung, 2025).

Kekuatan komunikasi mempunyai peranan penting dalam membentuk pemahaman masyarakat mengenai suatu program. Apabila pesan disampaikan dengan cara yang jelas, tepat sasaran, dan melalui saluran yang sesuai dengan karakter audiens, masyarakat dapat lebih mudah menangkap maksud dan tujuan dari program tersebut. Selain itu, komunikasi yang bersifat persuasif dan melibatkan masyarakat tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga dapat memicu ketertarikan (Ding et al., 2024). Menarik masyarakat untuk berpartisipasi dalam suatu program yang berkembang ketika informasi tersebut dapat membangkitkan emosi positif, menunjukkan manfaat nyata, dan memberi kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat (Kusuma et al., 2023).

Pada akhirnya, partisipasi aktif masyarakat sangat dipengaruhi oleh pandangan positif terhadap informasi yang diterima serta rasa memiliki terhadap program tersebut. Komunikasi yang memberikan kesempatan untuk berpartisipasi, seperti melalui forum diskusi, sosialisasi di lapangan, dan keterlibatan tokoh lokal, terbukti ampuh dalam membangun komitmen masyarakat (Abdul Rahman et al., 2021). Oleh karena itu, komunikasi yang

efektif tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai strategi utama untuk mengubah kesadaran menjadi minat, dan selanjutnya minat menjadi partisipasi nyata dalam program pembangunan, termasuk program fasilitas olahraga masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Yang Diterapkan Oleh Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan Dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi pemerintahan (government public relations), strategi komunikasi, serta komunikasi pemasaran sosial.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang terkait dengan ilmu yang bersangkutan. Penelitian

ini akan memberikan gambaran nyata mengenai efektivitas dari strategi komunikasi

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi ilmiah untuk mahasiswa, pengajar, dan peneliti lainnya yang bermaksud mengeksplorasi strategi komunikasi dalam pemerintahan lingkungan dan program pengembangan masyarakat. Di samping itu, penelitian ini juga bisa memberikan contoh nyata tentang penerapan teori-teori komunikasi, seperti strategi komunikasi, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi dalam praktik di lembaga pemerintahan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (teoritis, praktis, dan akademik), serta anggapan dasar penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITAS

Bab ini menyajikan landasan teori yang relevan dengan objek penelitian, meliputi pengertian dan teori komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi pemerintah, sosialisasi program publik, komunikasi publik, Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat, serta teori-teori yang mendukung program fasilitasi

olahraga masyarakat. Teori-teori ini digunakan sebagai dasar analisis data.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan dan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta lokasi dan waktu penelitian. Bab ini menjelaskan bagaimana penelitian dilaksanakan dan metode yang digunakan untuk memperoleh data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti memaparkan hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada BAB ini menjelaskan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah bagian penting dari kehidupan manusia. Sejak zaman peradaban awal, manusia telah mencoba mengekspresikan pemikiran, ide, dan perasaan mereka melalui berbagai cara, mulai dari tanda-tanda primitif hingga teknologi digital. Berbicara tentang proses akademik, komunikasi bukanlah cara tunggal untuk membawa pesan tetapi juga berarti aktivitas sosial yang kompleks dengan syarat simbol, makna, situasi, dan kuasa.

Secara umum saat ini, komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana informasi, pesan, ide, atau simbol dikirim dan ditukar antara dua atau lebih orang dengan maksud agar pesan dapat dengan mudah dipahami (Taufik, 2020). Lebih dari sekadar mengirim pesan, komunikasi juga mencakup penciptaan makna dan hubungan sosial antara individu, kelompok, organisasi, dan bahkan negara. Tanpa adanya komunikasi, manusia tidak dapat berkolaborasi, menciptakan kebudayaan, atau mengembangkan peradaban.

Komunikasi langsung terjadi melalui pertemuan tatap muka antara individu, sementara komunikasi tidak langsung membutuhkan media atau alat untuk menghubungkan satu orang dengan orang lainnya. Komunikasi adalah faktor penting untuk menyampaikan pesan, baik yang berupa informasi atau lainnya, dengan menggunakan media yang dipilih dan dianggap sesuai dengan kebutuhan dasar manusia dalam mencapai tujuan individu atau kelompok

(Novrica et al., 2017). Sebagai individu yang hidup dalam masyarakat, komunikasi menjadi sangat penting dan diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Ilmu komunikasi juga mengajarkan cara yang baik untuk berinteraksi dengan orang lain. Dengan pengetahuan yang diperoleh, diharapkan manusia dapat menjalankan proses komunikasi dengan benar (Tasruddin & AB, 2022).

Unsur komunikasi adalah elemen-elemen penting yang membentuk proses komunikasi, memastikan bahwa pesan dapat disampaikan dan dipahami dengan efektif. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa untuk menjelaskan tindakan komunikasi dengan benar, perlu dijawab pertanyaan (Who, Says, What In Wich Channel, To Whom, With What Effect) dapat di artikan “Siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa dampaknya(Wenxiu, 2015).

Paradigma Lasswell yang disebutkan sebelumnya menampilkan bahwa komunikasi terdiri dari lima elemen yang menjawab pertanyaan yang diajukan, yakni:

- a. Komunikator (*communicator, sender, source*) adalah individu yang mengirimkan pesan atau informasi.
- b. Pesan (*message*) adalah pernyataan yang menggunakan lambang, bahasa, gambar, dan sejenisnya.
- c. Media (*channel*) merupakan alat atau saluran yang membantu dalam menyebarkan pesan untuk mengirimkan informasi dari sumber kepada penerima pesan.

- d. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*) adalah individu yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.
- e. Efek (*effect, impact, influence*) adalah hasil atau pengaruh yang timbul akibat pesan tersebut. Maka, menurut paradigma Lasswell, komunikasi adalah proses di mana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media yang dapat menghasilkan efek tertentu.

Dari kelima unsur tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pesan yang dikirimkan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) melalui saluran tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan untuk memberikan dampak atau efek kepada komunikan sesuai dengan harapan komunikator (Taufik, 2020).

2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses yang sangat penting dalam hubungan antar manusia, di mana seorang komunikator menyampaikan pesan yang dirancang dengan baik untuk mengubah, membentuk, atau memperkuat sikap, keyakinan, atau perilaku audiens dengan cara yang sukarela. Ini merupakan kombinasi antara seni dan ilmu dalam mempengaruhi orang lain, bukan melalui paksaan atau penipuan, tetapi dengan menggunakan logika, kredibilitas, dan daya tarik emosional dalam konteks pilihan yang bebas (Madan et al., 2022).

Secara umum, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi yang terencana dan strategis, yang bertujuan untuk mempengaruhi, mengubah, atau memperkuat sikap, pandangan, keyakinan, dan perilaku individu atau

kelompok tanpa adanya paksaan atau tekanan. Proses ini melibatkan kemampuan komunikator dalam merancang pesan yang menarik, meyakinkan, serta menyentuh baik aspek rasional maupun emosional dari penerima pesan (O'Keefe & Hoeken, 2021). Persuasi tidak hanya digunakan untuk membuat orang setuju, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran, menggugah emosi, dan mendorong tindakan tertentu yang dianggap penting baik secara sosial maupun pribadi (Almagsosi & Alghezzy, 2020).

Keberhasilan dalam upaya melakukan persuasi sangat bergantung pada keterlibatan empat elemen utama:

1. Sumber (Komunikator): Orang yang menyampaikan informasi. Efektivitas seorang sumber tergantung pada:
 - a. Kredibilitas: Seberapa jauh penonton menganggap sumber itu sebagai seorang ahli (kompetensi) dan dapat dipercaya (kebenaran).
 - b. Daya Tarik: Karisma, kesamaan (keselarasan dengan audiens), serta penampilan fisik dari sumber.
 - c. Kekuasaan: Kemampuan sumber dalam memberikan penghargaan atau sanksi.
2. Pesan (Pesan): Apa yang disampaikan. Beberapa aspek penting dari pesan meliputi:
 - a. Struktur: Apakah argumen terbaik diletakkan pada posisi awal atau akhir? Apakah kesimpulan perlu dinyatakan secara jelas ?
 - b. Isi: Penggunaan bukti (data, pernyataan), daya tarik emosional (perasaan takut, humor, harapan), serta penceritaan (narasi).

- c. Framing (Pembingkai): Cara menyampaikan pesan. Contohnya, menyajikan pesan sebagai “keuntungan yang diraih” dibandingkan dengan “kerugian yang dihindari”.
- 3. Saluran (Channel): Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan saluran (tatap muka, media cetak, televisi, dan media sosial) dapat mempengaruhi bagaimana pesan diterima dan dipahami.
- 4. Penerima (Audiens): Siapa yang mendengarkan pesan. Ciri-ciri audiens seperti usia, pendidikan, nilai-nilai, dan keterlibatan mereka dengan isu-isu tersebut sangat mempengaruhi cara pesan tersebut diproses (sebagaimana dijelaskan dalam Teori ELM).

Teori-Teori Utama dalam Komunikasi Persuasif.

1. Teori Retorika (Aristoteles)

Ini merupakan dasar dari kajian persuasi. Aristoteles mengenali tiga cara yang saling melengkapi dalam janji :

- a. Etos (Karakter Kepercayaan): Hal ini berkaitan dengan menciptakan kepercayaan diri. Seorang pembicara ethosnya dengan menunjukkan kebijaksanaan praktis (phronesis), karakter bermoral yang baik (arête), dan niat baik (eunoia) terhadap pendengar.
- b. Pathos (Daya Pikat Emosional): kemampuan untuk membangkitkan perasaan tertentu dalam diri audiens agar mereka lebih terbuka terhadap pesan. Ini bukan hanya tentang membuat orang merasa sedih atau bahagia, tetapi membimbing emosi mereka menuju keputusan yang diinginkan.

- c. Logos (Daya Tarik Logis): Ini adalah inti dari argumennya. Logos memanfaatkan logika deduktif dan induktif, memberikan bukti, fakta, serta menyusun argumen yang teratur untuk meyakinkan audiens secara rasional.

2. Model Pertimbangan kemungkinan (Elaboration Likelihood Model - ELM)

Diciptakan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo, ELM merupakan sebuah model yang memiliki dua model, yang memaparkan bagaimana proses persuasi berlangsung dalam situasi yang beragam.

- a. Rute Sentral (Central Route) : Audiens dengan aktif dan kritis menilai argumen yang terdapat di dalam pesan. Hal ini terjadi ketika audiens memiliki motivasi yang tinggi (topik tersebut sangat berarti bagi mereka) dan kemampuan yang cukup (mereka mengerti dan punya waktu untuk berpikir).
- b. Rute Periferal (Peripheral Route) : Audiens tidak terlalu mempertimbangkan konten pesan, melainkan mengandalkan petunjuk sederhana. Ini terjadi ketika motivasi atau kemampuan rendah.

2.2 Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi menggabungkan komunikasi korporat, pemasaran sosial, hubungan masyarakat, dan manajemen masalah menjadi satu sistem perencanaan yang bertujuan untuk mencapai hasil jangka panjang dan perubahan perilaku (D. S. Handayani, 2024). Strategi komunikasi merupakan pendekatan yang sistematis dalam berkomunikasi, digunakan oleh organisasi

atau lembaga untuk mencapai tujuan dalam menyampaikan informasi kepada publik serta mengubah perilaku sasaran secara bertahap melalui pesan yang terstruktur.

Menurut KBBI Daring, strategi didefinisikan sebagai rencana terperinci yang berkaitan dengan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu, sementara itu, menurut Rogers, strategi komunikasi adalah desain yang dirancang untuk mengubah perilaku manusia secara luas melalui penyampaian ide-ide baru, di sisi lain, Middleton mendefinisikan strategi komunikasi sebagai kombinasi optimal dari semua unsur komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran penerima, hingga dampak yang diinginkan, guna mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Ilham, 2023).

Seringkali, strategi komunikasi dianggap sebagai suatu proses yang linier dan rasional pesan dibuat, kemudian disampaikan, dan akhirnya menghasilkan respons yang sesuai. Namun pada kenyataannya, komunikasi terjadi dalam konteks sosial yang rumit, yang tidak selalu bisa dikontrol atau diprediksi dengan akurat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak bisa hanya didasarkan pada logika teknis, tetapi juga harus memperhatikan dinamika budaya, politik, dan psikologis dari audiens (Tiani & Trifidya, 2022).

Kata “strategi” memiliki beberapa definisi dalam kamus besar bahasa Indonesia, yaitu :

- a. Pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola semua sumber daya bangsa untuk menerapkan kebijakan tertentu pada saat perang dan dalam keadaan damai.

- b. Pengetahuan dan keterampilan dalam memimpin pasukan untuk melawan musuh dalam kondisi perang atau situasi yang menguntungkan.
- c. Suatu rencana yang terperinci tentang tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Langkah-langkah Dalam Strategi Komunikasi

Langkah-langkah dalam Strategi Komunikasi David dalam teori manajemen strategisnya menjelaskan bahwa ada tiga langkah dalam strategi (D. S. Handayani, 2024). yaitu:

a. Rencana strategi

Langkah awal yang harus dilakukan adalah merancang strategi yang akan diterapkan. Ini sudah termasuk dalam tujuan pengembangan, yang berkaitan dengan peluang dan ancaman dari luar. Menganalisis kekuatan dan kelemahan secara internal, menentukan tujuan, menciptakan strategi, dan memilih strategi yang akan dijalankan.

b. Implementasi strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditentukan, langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang dipilih.

c. Penilaian strategi

Tahap terakhir ini penting karena pada tahap ini, keberhasilan yang dicapai dapat diukur kembali untuk menentukan tujuan. Pace dan rekan-rekan, seperti yang dicatat oleh (Pratiwi, 2018), mengemukakan bahwa ada tiga tujuan utama dalam komunikasi. Tujuan pertama adalah memastikan

bahwa pihak penerima pesan dapat memahami informasi yang disampaikan, yang sering disebut sebagai *to secure understanding* atau mendapatkan pemahaman. Tujuan kedua adalah menciptakan penerimaan dari pihak penerima terhadap informasi tersebut, yang dikenal sebagai *to establish acceptance* atau membangun penerimaan. Tujuan ketiga adalah mendorong pihak yang menerima untuk melakukan tindakan, yang disebut sebagai *to motivate action* atau memotivasi tindakan. Ketiga tujuan ini harus diterapkan agar strategi komunikasi yang dibuat dapat berhasil dan mencapai tujuan yang diinginkan (Asghary, 2020).

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Adapun beberapa tujuan dari strategi komunikasi(PILIANG, 2022). Di antara nya :

a. Mengumumkan

Strategi ini bertujuan untuk menyampaikan inti pesan yang akan disampaikan, sehingga dapat menarik perhatian audiens target dan mengungkapkan informasi pendukung lainnya.

b. Memotivasi

Tindakan seseorang seringkali didorong oleh motivasi pribadi. Oleh karena itu, strategi ini dirancang untuk memotivasi individu untuk mengambil tindakan yang berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang disampaikan.

c. Mendidik

Lebih dari sekadar memberikan informasi, strategi ini bertujuan untuk mendidik masyarakat melalui pesan yang disampaikan, sehingga mereka dapat menilai dengan tepat apakah pesan tersebut layak diterima atau tidak.

d. Memberikan Informasi

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, strategi ini bertujuan untuk menyebarkan informasi yang disesuaikan secara khusus dengan audiens target atau komunikator yang telah ditentukan.

e. Mendukung Pengambilan Keputusan

Strategi ini bertujuan untuk mendorong individu untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang telah mereka terima. Kesuksesan suatu strategi komunikasi diukur dari sejauh mana implementasinya selaras dengan tujuan dan sasaran yang direncanakan oleh komunikator.

2.3. Komunikasi Pemerintah

Komunikasi dapat dikatakan efektif ketika terdapat pemahaman yang baik antara komunikator dan penerima. Untuk mencapai pemahaman ini, komunikator perlu berkomunikasi dengan cara yang tepat agar tidak menimbulkan reaksi negatif yang dapat menyebabkan penolakan dari penerima, serta menghindari berbagai hambatan lain yang dapat menghalangi efektivitas komunikasi (Nofiardi Syarif, Elva Ronaning Roem, 2021).

Komunikasi pemerintah adalah proses interaksi antara pemerintah dan masyarakat yang bertujuan untuk menyebarluaskan ide dan program guna

mencapai tujuan nasional, dalam konteks ini, pemerintah umumnya berperan sebagai komunikator (pengirim pesan), sementara masyarakat berperan sebagai komunikant (penerima pesan). Namun, hubungan ini tidak kaku dan dapat dibalik. Pada waktu-waktu tertentu, masyarakat menjadi sumber ide dan aspirasi, sementara pemerintah mengambil posisi mendengarkan dan memahami dengan cermat keinginan masyarakat(Mujib, 2022).

Untuk memastikan efektivitas, semua kegiatan komunikasi harus dimulai dengan perencanaan yang cermat. Proses perencanaan ini mencakup langkah-langkah penting, mulai dari menetapkan tujuan komunikasi, menentukan audiens sasaran, merancang konten pesan, hingga memilih waktu yang paling tepat untuk penyampaian(Luas et al., 2020). Dari rencana awal, beberapa tahap dibuat dalam pengembangan perencanaan komunikasi(Ummah, 2019). Yang meliputi langkah-langkah berikut:

- Menganalisis masalah yang ada.
- Menentukan peran yang akan dimainkan oleh komunikasi.
- Mengidentifikasi audiens target.
- Menentukan tujuan komunikasi.
- Mengidentifikasi strategi atau pesan yang akan disampaikan.
- Menentukan alat komunikasi yang akan digunakan.
- Mengalokasikan dana untuk kegiatan komunikasi.
- Mengorganisir kegiatan komunikasi.
- Mengembangkan rencana.
- Melakukan evaluasi.

2.4 Sosialisasi Program Publik

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), sosialisasi didefinisikan sebagai upaya untuk memperkenalkan sesuatu kepada masyarakat agar dapat dikenali, dipahami, dan diinternalisasi oleh mereka, atau dengan kata lain, merupakan proses sosialisasi (Dayanti, 2024). Sosialisasi adalah proses yang dilalui individu untuk mempelajari berbagai adat istiadat, termasuk cara hidup, nilai-nilai, dan norma-norma sosial yang ada dalam masyarakat, dengan tujuan agar individu dapat diterima oleh lingkungannya (Aprilia, 2018).

Sosialisasi pada dasarnya merujuk pada berbagai faktor dan proses yang memungkinkan individu untuk beradaptasi dan hidup harmonis di antara orang-orang di sekitar mereka (Nurdianti, 2014). Istilah sosialisasi merujuk pada proses di mana seorang anggota masyarakat belajar untuk mengenali dan menghargai budaya yang mengelilinginya. Selain itu, sosialisasi juga dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memperkenalkan sesuatu agar dapat dikenali, dipahami, dan dihargai oleh masyarakat (Anjelica et al., 2017).

Peran pemerintah dalam masyarakat telah terlihat sepanjang sejarah manusia. Pemerintah memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan keamanan dasar, mengelola urusan agama dan keyakinan, serta mengatur perekonomian negara. Selain itu, pemerintah juga bertanggung jawab untuk memastikan keamanan dalam kegiatan sosial masyarakat modern saat ini (Nasution & Marliyah, 2023).

Program pemerintah adalah serangkaian kegiatan yang terorganisir dan terintegrasi yang dilaksanakan oleh satu atau lebih lembaga pemerintah, bekerja sama dengan masyarakat, untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Oktha, 2013). Untuk memastikan kesuksesan program pemerintah, dukungan dari masyarakat yang terlibat sangatlah penting (Collins et al., 2021).

2.5 Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah proses pertukaran informasi antara berbagai kelompok orang yang memiliki minat untuk berinteraksi, baik secara langsung maupun melalui media yang sudah ada. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi publik tidak selalu bersifat satu arah biasanya, informasi tersebut dapat berupa undangan, ide, atau berita (M. Siregar, 2021). Berbagai jenis media dapat digunakan untuk tujuan ini, seperti pidato dalam rapat kerja, media massa, situs web, platform media sosial, jurnal, koran, majalah, spanduk, dan papan iklan. Selain itu, media yang sedang tren seperti TikTok atau Instagram Reels juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi.

Lembaga pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menyebarluaskan informasi mengenai program-program yang relevan dengan kepentingan publik. Setiap lembaga mengembangkan strategi yang berbeda-beda dalam upaya untuk menyampaikan program-program tersebut secara efektif kepada masyarakat (Ananditya & Rafdeadi, 2021). Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, setiap lembaga pemerintah perlu memiliki strategi komunikasi yang baik. Mengingat keragaman masyarakat, penting bagi setiap

lembaga untuk merancang strategi yang sesuai guna mencapai target yang telah ditetapkan dan diinginkan oleh lembaga tersebut.

Tujuan komunikasi publik adalah untuk menciptakan transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab pemerintah terkait program dan kebijakan yang secara langsung berkaitan dengan kepentingan masyarakat(Widodo Muktiyono, Edy Prihantoro, 2023).

2.6 Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara

Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara adalah organisasi pemerintah daerah yang bertugas mengelola dan mengembangkan sektor kepemudaan serta olahraga. Kantornya terletak di Jalan Williem Iskandar No.9, Medan, Sumatera Utara(Samsudin et al., 2022). Pendirian Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara (Disporasu) dilakukan pada tahun 1999 untuk mendukung pelatihan dan pengembangan pemuda serta olahraga. Hal ini dianggap sebagai elemen penting dalam pembangunan Sumatera Utara secara keseluruhan dan merata. Maka, Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara (Disporasu) dibentuk mengikuti pasal 49 ayat 1 Undang-Undang No 5 tahun 1974 serta Peraturan Daerah No 14 Tahun 1997(Syaqila et al., 2024).

2.6 Program Fasilitas Olahraga Masyarakat

Kemajuan teknologi yang sangat pesat membuat banyak individu menjadi malas melakukan aktivitas fisik. Banyak orang yang cenderung menggunakan fasilitas yang sangat praktis. Aktivitas fisik merupakan hal yang penting bagi masyarakat. Mengingat bahwa olahraga memiliki peran dalam proses dan pencapaian tujuan pembangunan SDM. Fasilitas adalah elemen

penting untuk mendukung kegiatan olahraga. Dengan adanya fasilitas olahraga, diharapkan semua kalangan masyarakat, seperti anak-anak, remaja, orang dewasa, dan lansia, dapat terpenuhi kebutuhannya untuk berolahraga (S. Purnama, 2017).

Oleh karena itu, tujuan utama dari olahraga dapat tercapai dengan baik jika ada standar untuk fasilitas dan peralatan olahraga (S. Purnama, 2017). Dinas Kepemudaan Dan Keolahragaan provinsi Sumatera Utara juga berperan dalam mendukung kegiatan olahraga tersebut melalui program Fasilitas Olahraga Masyarakat. dan telah menjadi tanggung jawab pemerintah untuk mengatur pelaksanaan olahraga.

Sarana prasarana olahraga mencakup semua fasilitas dan tempat yang digunakan untuk kegiatan olahraga, termasuk gedung dan lapangan beserta alat-alatnya. Sarana olahraga terdiri dari semua jenis alat dan perlengkapan yang berfungsi sebagai dukungan dalam aktivitas olahraga. Sementara itu, prasarana olahraga merujuk pada semua tempat yang dibangun khusus untuk olahraga yang memiliki batas fisik yang jelas dan memenuhi standar yang ditetapkan untuk mendukung kegiatan olahraga. Dengan memiliki sarana prasarana olahraga yang baik, masyarakat dapat berkembang, terutama dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Peranan fasilitas dan infrastruktur olahraga adalah untuk menjadi ruang atau tempat bagi kegiatan olahraga. Hal ini membuat tempat dan peralatan saling mendukung satu sama lain. Selain itu, fasilitas dan infrastruktur yang berkualitas baik sangat penting untuk keselamatan penggunaannya, sehingga bisa

mengurangi kemungkinan terjadinya cedera dalam setiap kegiatan yang menggunakan fasilitas tersebut (L. Purnama & Setyawan, 2019). Maka dapat disimpulkan bahwa peranan fasilitas dan infrastruktur adalah sebagai alat bantu yang mendukung pelaksanaan aktivitas fisik, sehingga kegiatan fisik yang berkualitas dapat tercapai.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk menyampaikan data dengan kata-kata atau penjelasan yang berasal dari wawancara mendalam, observasi yang dilakukan secara langsung, dokumentasi, rekaman, dan bukti fisik lainnya. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang ditujukan untuk mengumpulkan data tentang kondisi suatu fenomena yang terjadi, yaitu fenomena yang ada pada saat penelitian berlangsung (Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah, 2023).

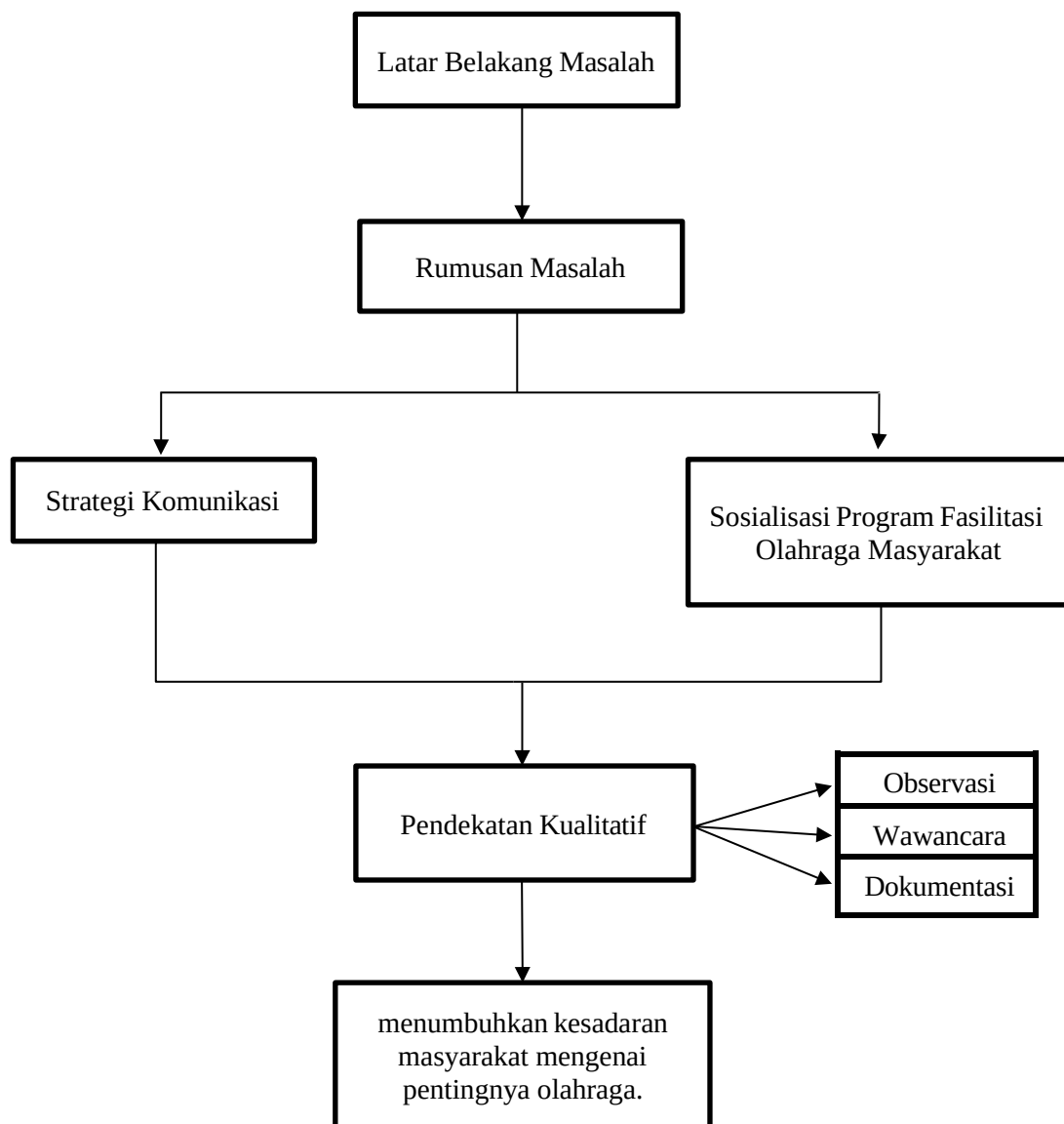
Studi merupakan elemen penting dalam suatu pengetahuan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan ilmu pengetahuan (Fadli, 2008). Penelitian kualitatif biasanya mengandalkan bahasa yang santai dan bersifat pribadi seperti konsep, penemuan, dan makna. Dari segi metode, penelitian ini menerapkan logika induktif dengan mengelompokkan data yang diperoleh selama proses penelitian. Hasilnya adalah pola atau teori yang dapat menjelaskan fenomena yang terjadi (Surayya, 2018).

Dalam penelitian kualitatif, tujuannya bukanlah untuk menguji teori yang sudah ada. Sebaliknya, teori-teori yang telah ada bisa menjadi pertimbangan untuk menilai keabsahan temuan peneliti (Yusanto, 2020). Metode deskriptif memiliki tujuan untuk menemukan teori. Karakteristik utama dari penelitian ini adalah peneliti terlibat langsung di lapangan, berfungsi

sebagai pengamat, mengelompokkan pelaku, memperhatikan fenomena, mencatatnya dalam buku catatan observasi, tidak mengubah variabel, dan fokus pada pengamatan yang alami (R. Handayani, 2020).

3.2 Kerangka Konsep

Tabel 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2025

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah sebuah penjabaran yang menjelaskan arti atau makna dari istilah atau ide yang diterapkan dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk memastikan tidak adanya perbedaan pemahaman antara para peneliti, pembaca, atau individu lain yang berpartisipasi dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian, sering kali ditemui istilah-istilah yang memiliki makna yang luas atau dapat diartikan berbeda berdasarkan konteksnya.

Oleh karena itu, peneliti perlu menetapkan batasan makna yang jelas dan spesifik untuk konsep-konsep ini. Ini adalah apa yang dikenal sebagai definisi konsep. Definisi ini bukan sekedar arti dalam kamus, melainkan harus disesuaikan dengan konteks penelitian, tujuan dari penelitian itu sendiri, serta kerangka teori yang diterapkan. Dengan cara ini, setiap orang yang membaca hasil penelitian akan memahami istilah-istilah tersebut dalam konteks yang sama seperti yang dimaksudkan oleh peneliti.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan rencana yang disusun secara sistematis untuk menyampaikan informasi kepada audiens sasaran demi mencapai sasaran tertentu. Dalam cakupan organisasi pemerintah, strategi komunikasi meliputi langkah-langkah seperti menetapkan tujuan komunikasi, memilih audiens sasaran, menentukan media, menyusun pesan, dan menilai hasil dari penyampaian informasi. Pendekatan strategi komunikasi disusun secara teratur untuk memandu proses komunikasi dengan tujuan tertentu, seperti mengubah pandangan, membentuk opini, atau meningkatkan partisipasi masyarakat.

Dalam sektor pemerintahan, strategi komunikasi sangat penting dalam menyampaikan kebijakan atau program kepada publik dengan cara yang efektif dan terukur.

Strategi komunikasi adalah sebuah rencana komprehensif yang memikirkan bagaimana pesan disusun dan disampaikan, serta bagaimana tanggapan dapat dikelola agar hubungan antara organisasi dan masyarakat tetap harmonis. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara dalam mensosialisasikan Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, dukungan, dan keterlibatan dalam program masyarakat ini.

2. Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat

Program ini merupakan langkah dari Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kebiasaan berolahraga di kalangan masyarakat. Hal ini dilakukan dengan penyediaan sarana olahraga, mengadakan pelatihan bagi komunitas, dan memperkuat kegiatan olahraga yang berbasis pada masyarakat.

Program ini juga termasuk dalam pelaksanaan kebijakan nasional, seperti Desain Besar Olahraga Nasional (DBON) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan. Agar Program ini dapat diketahui, dipahami, dan diterima secara luas oleh masyarakat, diperlukan komunikasi yang baik.

3. Program Fasilitas Olahraga Masyarakat

Program ini merupakan langkah dari Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kebiasaan berolahraga di kalangan masyarakat. Hal ini dilakukan dengan penyediaan sarana olahraga, mengadakan pelatihan bagi komunitas, dan memperkuat kegiatan olahraga yang berbasis pada masyarakat.

Program ini juga termasuk dalam pelaksanaan kebijakan nasional, seperti Desain Besar Olahraga Nasional (DBON) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan. Agar Program ini dapat diketahui, dipahami, dan diterima secara luas oleh masyarakat, diperlukan komunikasi yang baik.

4. Perencanaan Strategi Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah langkah pertama dalam strategi komunikasi yang meliputi penentuan sasaran, penetapan tujuan, pemilihan pesan utama, dan media komunikasi yang sesuai. Hal ini sangat penting dalam konteks program pemerintah untuk memastikan informasi disampaikan dengan tepat dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Perencanaan komunikasi adalah langkah awal dalam pelaksanaan strategi. Di dalamnya terdapat:

1. Penetapan sasaran komunikasi (contohnya: meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat mengenai program)

2. Identifikasi audiens sasaran (komunitas olahraga, pemuda, masyarakat umum)
3. Penentuan pesan yang mudah dipahami (edukatif dan persuasif, seperti keuntungan dari olahraga dan ajakan untuk ikut berpartisipasi)
4. Pemilihan saluran komunikasi (baik offline maupun online, media sosial, brosur, spanduk, tatap muka)

Perencanaan yang matang menjadi dasar untuk keberhasilan program sosialisasi. Jika perencanaan tidak dilakukan dengan baik, pesan yang ingin disampaikan bisa jadi tidak relevan, kurang menarik, atau bahkan sulit dipahami oleh audiens yang dituju.

5. Pelaksanaan Strategi Komunikasi

Pelaksanaan adalah tahap di mana rencana komunikasi diubah menjadi tindakan nyata, termasuk cara menyampaikan pesan melalui media yang telah dipilih. Pada tahap ini, pesan diumumkan kepada masyarakat dengan pendekatan tertentu, melalui kegiatan lapangan, media cetak, media sosial, atau interaksi langsung. Dalam organisasi publik, pelaksanaan komunikasi melibatkan penyampaian pesan dengan cara yang teratur kepada publik melalui berbagai jenis media dan interaksi, sambil mempertimbangkan karakteristik audiens yang dituju. Beberapa indikator untuk pelaksanaan dalam penelitian ini mencakup :

1. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi melalui interaksi langsung, seperti penyuluhan, forum diskusi, dan acara olahraga untuk masyarakat.

2. Penyampaian pesan menggunakan media seperti poster, spanduk, media sosial, dan acara.
3. Penggunaan jaringan komunitas untuk menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas.

Pelaksanaan ini akan menunjukkan sejauh mana masyarakat menerima pesan dengan baik, dan apakah pesan tersebut dapat membangkitkan kesadaran serta dorongan untuk ikut serta dalam program.

6. Evaluasi Strategi Komunikasi

Evaluasi merupakan langkah terakhir dalam proses komunikasi strategi yang bertujuan untuk menilai seberapa efektif dan efisien strategi yang telah dilaksanakan. Proses evaluasi tidak hanya dilakukan setelah semua kegiatan selesai, tetapi juga dapat dilakukan selama pelaksanaan sebagai bagian dari monitoring. Evaluasi komunikasi adalah proses yang bertujuan untuk menilai efektivitas dari strategi komunikasi yang telah diterapkan.

Tujuan evaluasi adalah untuk mengetahui sejauh mana pesan dapat diterima, dipahami, dan memberi dampak pada tindakan atau perubahan sikap masyarakat. Pelaksanaan evaluasi komunikasi penting untuk menilai pencapaian tujuan komunikasi serta untuk menemukan hambatan atau kekurangan yang muncul selama proses, dan juga untuk memperbaiki kelemahan dalam pelaksanaan strategi di waktu mendatang. Indikator yang digunakan dalam evaluasi penelitian ini adalah :

1. Tingkat pemahaman dan respon masyarakat terhadap program fasilitasi olahraga masyarakat.

2. Mengamati tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan.
3. Mengidentifikasi hambatan seperti kurangnya akses informasi, masalah teknis, atau rendahnya tingkat minat, serta kendala komunikasi selama proses sosialisasi.
4. Mengambil langkah-langkah atau upaya untuk memperbaiki strategi kedepannya, misalnya dengan merancang ulang pesan, mengubah media yang digunakan, atau bekerja sama dengan tokoh masyarakat dalam menyampaikan pesan.

3.4 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Penelitian	Indikator
1.	Strategi Komunikasi Disporasu dalam mensosialisasikan program pemerintah	- Perencanaan strategi komunikasi, menentuka media yang akan digunakan. - Komunikasi Pemerintah - Komunikasi Publik - Pelaksanaan, menggunakan media konvensional dan media digital, juga relasi dengan KORMI. - Sosialisasi program Publik. - Evaluasi, peningkatan antusias masyarakat dapat dilihat dari massa yang datang.
2.	Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat	- Program Publik - Program Pemerintah - Fasilitasi Olahraga Masyarakat

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2025

3.5 Narasumber

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, khususnya bidang yang mempunyai tugas untuk menjalankan dan menyampaikan informasi tentang Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat. Dalam penelitian ini, pemilihan narasumber dilakukan dengan metode purposive sampling, yang artinya pengambilan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk data penelitian. Pemilihan narasumber ini mempertimbangkan partisipasi mereka dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan penerimaan program komunikasi oleh masyarakat. Informan yang terlibat :

1. Pejabat di Dinas Kepemudaan dan keolahragaan Provinsi Sumatera Utara yang mengelola program fasilitas olahraga untuk masyarakat.
2. Staf yang bertugas melaksanakan kegiatan sosialisasi terkait program.
3. Anggota masyarakat atau komunitas olahraga yang menerima program dan secara langsung merasakan dampak dari sosialisasi tersebut.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi yang mendalam, menyeluruh, dan sesuai dengan tujuan penelitian (Dr. Faustyna, S.Sos., M.M, 2023). Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berasal dari sumber utama (informan), situasi lapangan, dan dokumen pendukung.

Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam konteks yang alami, dengan peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Ini berarti peneliti terlibat langsung dalam proses wawancara, observasi, dan interpretasi data. Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama yang sering digunakan dalam pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara dapat dilakukan pada tahap awal penelitian dan dilanjutkan dengan wawancara yang lebih mendalam. Dalam konteks penelitian kualitatif, orang yang melakukan wawancara disebut pewawancara, sedangkan orang yang diwawancarai disebut informan (Wijoyo, 2022). Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari informan yang memiliki peran penting dalam komunikasi dan pelaksanaan Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat. Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan terbuka, namun tetap memungkinkan informan untuk menjelaskan lebih dalam sesuai dengan pengalaman mereka.

2. Observasi

Observasi merupakan proses mengamati kondisi, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian (Pratiwi et al., 2023). Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan sosialisasi yang diadakan oleh Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan. Observasi dilakukan tanpa keterlibatan langsung dalam aktivitas, tetapi hanya dengan mengamati bagaimana pesan disampaikan, media yang digunakan, dan reaksi masyarakat. Teknik ini sangat membantu dalam memahami situasi komunikasi secara langsung.

3. Dokumentasi

Metode ini meliputi pengumpulan data dari berbagai dokumen pendukung, laporan kegiatan, foto dokumentasi, dan unggahan dari media sosial resmi Dispora Sumut. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil dari wawancara dan observasi serta memberikan bukti fisik mengenai strategi komunikasi yang diterapkan (Anwar Thalib et al., 2023).

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga langkah utama:

1. Reduksi Data :

Proses untuk menyaring, memilih, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data :

Menyusun data dalam narasi, kutipan, atau tabel yang mempermudah dalam melihat pola serta hubungan antar kategori.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi :

Menyimpulkan temuan yang diperoleh dari wawancara dan observasi, selanjutnya memeriksa ulang keakuratan data melalui triangulasi.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Kepemudaan Dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Jalan Williém Iskandar No.9, Indra Kasih, Medang Tembung, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Medang, Sumatera Utara 20222. Waktu pengerjaan penelitian ini sudah dilakukan sejak Juni 2025 s/d September 2025

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi dilapangan. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini yaitu : Bidang Pembudayaan olahraga Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, Masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat. Selanjutnya penulis ingin mengklasifikasikan terlebih dahulu narasumber berdasarkan nama, umur, dan status.

4.1.1 Hasil Observasi

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara, dokumentasi, serta observasi langsung di lapangan. Narasumber yang berperan dalam penelitian meliputi Bidang Pembudayaan Olahraga dari Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, serta masyarakat yang berpartisipasi dalam Program Fasilitas Olahraga Masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, pelaksanaan sosialisasi Program Fasilitas Olahraga Masyarakat menggunakan berbagai bentuk aktivitas komunikasi. Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan (Dispora) memanfaatkan media komunikasi seperti spanduk, poster, dan brosur yang dipasang di area kegiatan olahraga maupun tempat umum yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Selain itu, Dispora juga aktif menggunakan media sosial resmi untuk menyebarkan informasi terkait jadwal kegiatan, tujuan, dan manfaat program. Hal ini menunjukkan adanya perpaduan antara strategi komunikasi langsung dan tidak langsung.

Di lapangan, interaksi tatap muka menjadi strategi utama yang diterapkan. Petugas Dispora menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat melalui dialog saat kegiatan olahraga bersama, penyuluhan, maupun forum diskusi kecil yang melibatkan tokoh masyarakat dan komunitas olahraga. Observasi mengindikasikan bahwa masyarakat, terutama kalangan pemuda, menunjukkan antusiasme tinggi dalam menerima informasi serta memahami tujuan program yang menekankan peningkatan kebiasaan hidup sehat melalui olahraga.

Antusiasme tersebut tercermin dari tingginya kehadiran masyarakat dalam kegiatan olahraga massal serta partisipasi aktif mereka dalam diskusi mengenai manfaat program. Namun, terdapat kendala berupa keterbatasan fasilitas olahraga di beberapa wilayah serta minimnya publikasi di daerah yang jauh dari pusat kota. Kondisi ini menyebabkan sebagian masyarakat belum sepenuhnya mengetahui detail program dan peluang keterlibatan yang tersedia.

Secara keseluruhan, hasil observasi mengungkapkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dispora Sumut telah memanfaatkan berbagai media komunikasi dan pendekatan persuasif yang mendorong partisipasi masyarakat. Pendekatan tatap muka terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan warga, sementara media sosial berperan dalam memperluas jangkauan informasi. Meski demikian, efektivitas sosialisasi masih dapat ditingkatkan dengan memperluas akses informasi ke daerah pinggiran serta melibatkan lebih banyak tokoh masyarakat dalam proses penyampaian pesan.

4.1.2 Hasil Wawancara

Peneliti bertanya kepada narasumber pertama, Johan Erik Purba, S.Pd., M.Pd., selaku Perencana Ahli Muda Bidang Pembudayaan Olahraga. Mengenai tujuan utama dari Program Fasilitas Olahraga Masyarakat yang dijalankan oleh Dispora Sumatera Utara. Johan Erik Purba, menyatakan bahwa *“Tujuan utamanya mengajak masyarakat untuk mempunyai kesadaran supaya masyarakat sadar bahwa olahraga itu penting dan mau berolahraga serta menjadikan olahraga itu sebagai kebutuhan. Juga sebagai tugas kami dalam menjalankan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan”*.

Hal serupa juga disampaikan oleh Sunarti, S.Pd., sebagai Bendahara, yang menjelaskan bahwa *“Tujuan dari program ini adalah, untuk memasarkan olahraga kepada masyarakat, agar masyarakat sadar kalau sehat itu juga penting, serta agar masyarakat lebih terpacu lagi untuk menjaga kesehatan, dan juga agar masyarakat sadar bahwa olahraga itu bukan hanya soal prestasi atau atlet”*.

Sementara itu Yovira Oktoria Nasution, S.E., sebagai Penyusun Rencana Kegiatan dan Anggaran, menambahkan bahwa tujuan utama dari kegiatan ini adalah *“Membudayakan olahraga dalam rangka meningkatkan kesehatan dan kebugaran bagi masyarakat”*.

Terlihat jelas bahwa tujuan utama Program Fasilitas Olahraga Masyarakat berfokus pada pembentukan kesadaran akan pentingnya olahraga, mendorong masyarakat menjadikannya sebagai kebutuhan, serta memperluas pemahaman bahwa olahraga tidak hanya untuk pencapaian prestasi, melainkan juga untuk kesehatan dan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Selain menjelaskan tujuan utama program, peneliti juga menggali informasi terkait proses perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan sebelum Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat disosialisasikan. Johan Erik Purba menyampaikan bahwa *“Strategi komunikasi yang pertama dilakukan adalah mengupayakan Program Layanan Masyarakat ini masuk kedalam anggaran, setelah itu kita bisa melakukan sosialisasi melalui organisasi-organisasi olahraga masyarakat yang tergabung di organisasi Komite Olahraga Masyarakat Indonesia (KORMI) yang menjadi mitra Dispora dalam membina olahraga di masyarakat yang tidak berhubungan dengan prestasi. Dengan berhubungan dengan KORMI, mereka yang memiliki basis atau massa yang mereka itu langsung ke kelurahan, ke kecamatan untuk mengajak masyarakat itu berolahraga”*.

Selain menjelaskan tujuan utama program, peneliti juga menggali informasi terkait proses perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan sebelum Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat disosialisasikan. Johan Erik Purba menguraikan bahwa langkah awal yang dilakukan adalah memastikan program layanan masyarakat ini dapat masuk ke dalam anggaran, sehingga memiliki dasar yang kuat untuk dilaksanakan. Setelah itu, sosialisasi dilakukan melalui organisasi-organisasi olahraga masyarakat yang tergabung dalam Komite Olahraga Masyarakat Indonesia (KORMI), sebagai mitra Dispora dalam membina olahraga non-prestasi di masyarakat. Menurutnya, keterlibatan KORMI sangat penting karena organisasi ini memiliki basis massa yang luas dan berhubungan langsung dengan masyarakat di tingkat kelurahan maupun kecamatan. Melalui jaringan tersebut, masyarakat

dapat diajak untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan olahraga, sekaligus memperkuat budaya olahraga di lingkungan mereka.

Terkait media atau saluran komunikasi, narasumber menyebutkan bahwa Dispora menggunakan berbagai bentuk media, seperti yang disampaikan oleh Sunarti *“Yang pasti menggunakan media elektronik, media massa, media elektronik disetiap tempat venue-venue, kemudian melalui akun-akun media sosial Dispora, mulai dari Instagram, Tiktok, dari grup Whatsapp, media cetak spanduk, baliho”*.

Sementara itu Yovira Oktoria Nasution, juga menambahkan *“Bisa juga dari lisan ke lisan, kepada relasi-relasi ke keluarga, ke kerabat juga tetangga”*.

Kemudian tambahan dari Johan Erik Purba yang menjelaskan bahwa *“Media kan terbagi menjadi dua, ada Media Konvensional dan Media Digital, jadi karena Disporasu itu telah mempunyai relasi dengan media-media Konvensional misalnya Surat kabar dari organisasi-organisasi wartawan indonesia yang khususnya bergerak dibidang olahraga, radio-radio, kemudian juga dengan petugas-petugas Kelurahan, Kecamatan, juga lingkungan, baik lisan maupun tulisan, kemudian dengan Media Elektronik Digital”*.

Dari pernyataan para narasumber, terlihat bahwa strategi komunikasi Dispora Sumut mengombinasikan media tradisional dengan media modern, serta memperkuat penyampaian pesan melalui jalur formal maupun informal agar informasi program dapat diterima oleh masyarakat secara lebih luas dan merata.

Dalam merancang pesan, Johan Erik Purba menyampaikan *“Kita membuat selebaran itu agak unik memang, menggunakan bahasa-bahasa yang mudah*

dimengerti, bahasa-bahasa yang mengundang masyarakat untuk pingin tau, bahasa bahasa reklame, kemudian kita sampaikan disitu bahwasannya parkirnya gratis, kadang juga ada luckydraw, kemudian ada minuman gratis, ada juga cek kesehatan gratis, senam gratis yang dibawa oleh instruktur yang memang sudah qualified di olahraga masyarakat itu, juga kita sekalian mempromosikan venue yang kita punya disitu”.

Dalam proses perancangan pesan, Johan Erik Purba menjelaskan bahwa Dispora berupaya menyusun pesan dengan cara yang menarik sekaligus mudah dipahami oleh masyarakat. Ia menyampaikan bahwa selebaran dirancang dengan desain yang khas, menggunakan bahasa yang sederhana dan persuasif seperti bahasa iklan, agar dapat menimbulkan rasa ingin tahu di kalangan masyarakat. Isi selebaran tidak hanya mengajak masyarakat untuk berolahraga, tetapi juga dilengkapi dengan informasi tambahan yang menarik, seperti fasilitas parkir gratis, adanya undian hadiah atau lucky draw, pembagian minuman gratis, serta layanan pemeriksaan kesehatan tanpa biaya.

Selain itu, Dispora juga menyelenggarakan senam bersama yang dipandu oleh instruktur berpengalaman dalam bidang olahraga masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, Dispora sekaligus memanfaatkan kesempatan untuk memperkenalkan dan mempromosikan fasilitas olahraga yang mereka miliki kepada masyarakat luas.

Johan Erik Purba juga menegaskan bahwa *“Secara teknis untuk hambatan sama sekali tidak ada, hanya saja kadang kala masyarakat itu, yang perlu kita*

sugesti itu menghilangkan rasa mager alias rasa malas Bergeraknya. Dengan slogan-slogan seperti Sehat itu Mahal, Olahragalah Sebelum Sakit”.

Kemudian Sunarti menambahkan tentang hambatan bahwa *“Kemauan pada masing-masing itu sendiri, yang sudah pasti tantangannya saat ini adalah kecanggihan teknologi instan yang biasa digunakan oleh masyarakat, seperti menonton film dengan durasi waktu yang cukup lama, bermain game hingga berjam-jam, karena juga kan namanya Olahraga Masyarakat, jika memaksakan juga tidak bisa kalau bukan dari kemauannya sendiri, kalau olahraga prestasi-kan masih bisa dipaksa, kalau dari individunya tidak sadar ya tidak akan mau dan harus dari kesadarannya sendirilah baru bisa”.*

Yovira menyatakan *“Kalau dari hambatan tidak ada, karena dengan berjalan pun sudah bisa dikatakan olahraga, kalau untuk senam yang mungkin instrukturnya gerakannya sedikit lebih aerobik untuk peserta berusia diatas 40 tahun yang jarang berolahraga mungkin agak kewalahan, tapi kalau yang dilihat dari kegiatan Fasilitas Olahraga Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sena, justru hampir semua kalangan yang berolahraga, bahkan mereka rela sabar dan menunggu, mulai dari anak kecil, remaja, orang dewasa, bahkan yang sudah lanjut usia. Karena di zaman sekarang ini orang-orang sedang gemar-gemarnya berolahraga dengan cara apapun, ga mesti harus yang mahal-mahal lagi dan tidak perlu pakai alat-alat lagi”.*

Tambahan dari Johan Erik Purba *“kemudian yang mejadi pemicu, disamping kita mempromosikan kegiatan di venue-venue Sport Centre yang di Desa*

Sena kita juga kadang-kadang mempromosikan olahraga-olahraga atau permainan lama tradisional yang sudah lama ditinggalkan atau dilupakan dikalangan masyarakat, seperti pecah piring, main kasti, patok lele, dll. Sehingga membuat masyarakat mengingat kembali permainan tersebut, dan membuat masyarakat semakin penasaran, menjadi ingin tau dan ingin mencoba kembali permainan tersebut, itu saja sih. Terutama orang tua-orang tua yang membawa anak yang masih SMP, anaknya tidak mengetahui permainan itu, tetapi orang tua yang justru jadi mengingat kembali permainan lama itu bahwasannya permainan itu dulu pernah ada dan mereka bisa memperkenalkan kepada anak-anaknya”.

Dalam wawancara mengenai hambatan, Johan Erik Purba menjelaskan bahwa secara teknis tidak ada kendala besar, hanya saja tantangan utama terletak pada rasa malas masyarakat untuk bergerak. Oleh karena itu, Dispora berusaha memotivasi dengan slogan-slogan seperti “*Sehat itu Mahal*” dan “*Olahragalah Sebelum Sakit*”. Sunarti menambahkan bahwa hambatan lain berasal dari kebiasaan masyarakat yang lebih banyak menghabiskan waktu dengan teknologi instan, seperti menonton film atau bermain game berjam-jam, sehingga kesadaran pribadi menjadi faktor penentu untuk mau berolahraga.

Sementara itu, Yovira menilai bahwa hambatan relatif kecil karena masyarakat justru menunjukkan antusiasme tinggi, seperti terlihat pada kegiatan di Desa Sena yang diikuti semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga lansia. Johan Erik juga menambahkan bahwa untuk menarik minat, Dispora mempromosikan kembali permainan tradisional seperti kasti, patok lele, dan pecah piring, sehingga

membangkitkan nostalgia bagi orang tua sekaligus memperkenalkan budaya olahraga lama kepada generasi muda.

Mengenai evaluasi, narasumber menjelaskan bahwa penilaian efektivitas strategi komunikasi dilakukan dengan mengamati tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang diselenggarakan. Seperti yang disampaikan Johan Erik Purba *“Penilaian itu kan kalau dimasyarakat tidak berhubungan dengan prestasi, penilaian efektifitas diukur dari massa yang datang dan mengikuti. Kemudian biasanya klub-klub olahraga masyarakat mempunyai grup-grup komunitas di whatsapp grup merespon dengan sangat baik, malahan mereka malah menantang mengapa hanya dilakukan cuma sekali seminggu mengapa tidak 2 atau 3 kali seminggu. Intinya Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat sampai saat ini masih di respon dengan sangat positif, karena mereka merasakan bahwa mereka butuh dengan program tersebut. Dari awal kita berupaya supaya membuat masyarakat sadar dan sekarang sudah dapat dilihat dengan jumlah masyarakat yang hadir”*.

Sunarti menyarankan *“Bisa juga budaya olahraga dikampus dibawakan ke Sport Centre yang berlokasi di Desa Sena atau di Astaka”*.

Sedikit pernyataan dari Johan Erik Purba *“Justru sekarang ini trendnya malah kebanyakan Mahasiswa yang lebih banyak bermalas-malasan olahraga, tidur larut malam, bangun kesiangin mengejar trip ke kampus, selesai kuliah nongkrong ngopi seharian, pulang larut malam dan tidak waktu olahraga. Pernah kami bahas di KEMENPORA, sekarang yang menjadi sasaran Olahraga Masyarakat ini bukan lagi masyarakat, malah Gen Z nya, mahasiswa-mahasiswa*

nya. Jadi berbanding terbalik, jadi kita fokus ke Olahraga Masyarakat justru, yang menjadi corong itu sebenarnya generasi muda-nya yang malahan tidak berolahraga”.

Yovira “Justru mahasiswa yang menjadi peluru, yang menjadi ujung tombaknya, malahan yang tidak berolahraga. Bahkan Gen Z saat ini lebih gampang lelah serta emosional yang tidak stabil. Malah yang menjadi hambatan dan tantangan dalam program ini adalah kesadaran Gen Z”.

Evaluasi efektivitas strategi komunikasi Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat dilakukan dengan melihat partisipasi masyarakat dalam kegiatan. Johan Erik Purba menjelaskan bahwa keberhasilan diukur dari banyaknya peserta yang hadir serta respon positif komunitas olahraga, bahkan ada yang meminta kegiatan ditambah frekuensinya. Sunarti menyarankan agar budaya olahraga juga dibawa ke lingkungan kampus, seperti di Sport Centre Desa Sena atau Astaka, untuk menumbuhkan kebiasaan sejak dini.

Namun, tantangan besar justru datang dari kalangan mahasiswa dan Gen Z yang kurang aktif berolahraga. Johan Erik menilai gaya hidup mereka cenderung tidak sehat, sementara Yovira menegaskan bahwa generasi muda yang seharusnya menjadi ujung tombak malah kurang sadar pentingnya olahraga. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya menekankan pada jumlah partisipasi, tetapi juga pada peningkatan kesadaran generasi muda agar menjadikan olahraga bagian dari gaya hidup sehat.

Peneliti melakukan wawancara dengan dua perwakilan dari FESPATI Sumut dan satu orang masyarakat umum untuk mengetahui pandangan mereka terhadap Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat yang dijalankan Dispora Sumut.

Narasumber pertama, Bapak Andi (45 tahun, pengurus FESPATI Sumut), menyampaikan bahwa ia mengetahui program ini melalui koordinasi resmi KORMI dan undangan kegiatan dari Dispora. Menurutnya, informasi yang diberikan jelas dan mudah dipahami karena selalu disampaikan secara langsung melalui rapat koordinasi maupun surat resmi. Ia menilai program ini bermanfaat karena membuka ruang bagi komunitas olahraga tradisional seperti panahan untuk lebih dikenal masyarakat.

Andi berkata *“Kami tahu program ini dari koordinasi dengan KORMI dan undangan resmi Dispora. Informasinya jelas karena selalu ada rapat dan surat pemberitahuan. Program ini bagus, membuat olahraga tradisional seperti panahan bisa ikut berkembang. Harapan saya, kegiatan bisa lebih sering diadakan dan tidak hanya terpusat di kota”*

Narasumber kedua, Bapak Abdul (47 tahun, pelatih FESPATI), mengetahui program ini dari grup WhatsApp komunitas olahraga dan juga sosialisasi langsung Dispora di lapangan. Ia menilai informasi yang diterima cukup jelas, apalagi dilengkapi dengan jadwal dan lokasi kegiatan. Menurutnya, manfaat program terasa besar karena mendorong masyarakat, khususnya anak muda, untuk ikut mencoba olahraga panahan tradisional. Abdul menuturkan *“Saya tahu dari grup WhatsApp komunitas dan sosialisasi langsung Dispora. Informasinya mudah dipahami, ada*

jadwal dan lokasi yang jelas. Program ini sangat membantu memperkenalkan panahan tradisional kepada masyarakat. Saran saya, kegiatan ini harus menjangkau semua generasi termasuk Gen Z, agar olahraga tradisional bisa makin berkembang”

Narasumber ketiga, Bapak Rudy (43 tahun, masyarakat umum), mengatakan bahwa ia mengetahui program ini dari spanduk di sekitar Sport Centre serta unggahan Instagram Dispora. Ia menilai informasi yang disampaikan sederhana dan mudah dimengerti. Rudy berpendapat program ini sangat bermanfaat karena membuat masyarakat lebih peduli dengan kesehatan sekaligus memberi ruang kebersamaan. Ia menyampaikan *“Saya tahu program ini dari spanduk dan Instagram Dispora. Informasinya gampang dimengerti, bahasanya sederhana. Program ini bermanfaat, bikin masyarakat lebih sehat dan kompak. Saya sendiri sekarang lebih rutin ikut latihan bersama”*.

Dari ketiga narasumber, terlihat bahwa baik komunitas olahraga tradisional maupun masyarakat umum sama-sama menilai program ini penting dan bermanfaat. Mereka menyatakan informasi yang disampaikan jelas, mudah dipahami, dan program memberi dorongan untuk lebih aktif berolahraga. Namun, semua narasumber juga berharap agar kegiatan lebih sering diadakan serta diperluas jangkauan kalangannya, sehingga manfaatnya bisa dirasakan merata.

4.1.3 Dokumentasi

Gambar 4.1 Wawancara dengan Johan Erik Purba, S.Pd., M.Pd.



Gambar 4.3 Wawancara dengan Sunarti, S.Pd., dan Oktorina Nasution, S.E.





Gambar 4.6 Wawancara dengan pak Abdul Pelatih FESPATI



Gambar 4.4 Wawancara dengan pak Andi Pengurus FESPATI



Gambar 4. 8 Wawancara dengan Pak Rudy Masyarakat Umum



Gambar 4.9 Komunitas Sepeda



Gambar 4.10 Masyarakat Pelari Pagi



Gambar 4.11 Senam Pagi Masyarakat



Gambar 4.12 Komunitas Sepatu Roda

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan (Dispora) Sumatera Utara dalam mensosialisasikan Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat berangkat dari satu tujuan besar, yaitu menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa olahraga bukan hanya aktivitas tambahan, tetapi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Melalui program ini, pemerintah berupaya agar olahraga dapat dipandang sebagai kebutuhan, bukan sekadar sarana prestasi. Arah kebijakan tersebut juga sejalan dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan yang menekankan bahwa olahraga merupakan hak setiap warga negara.

Dalam perencanaannya, Dispora tidak hanya berhenti pada tataran konsep, tetapi memastikan program ini memiliki dasar yang kuat melalui penganggaran resmi pemerintah daerah. Setelah itu, sosialisasi dijalankan dengan menggandeng Komite Olahraga Masyarakat Indonesia (KORMI) yang menjadi mitra strategis.

Dengan jaringan yang dimiliki KORMI hingga tingkat kelurahan dan kecamatan, pesan program dapat menjangkau masyarakat lebih luas, termasuk kelompok yang sebelumnya sulit disentuh. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi dibangun melalui sinergi antara pemerintah dan komunitas, sehingga penyampaian pesan tidak bersifat sepihak, melainkan lebih dekat dengan kehidupan warga.

Dari sisi media, Dispora menggunakan pola komunikasi yang berlapis. Media konvensional seperti spanduk, baliho, surat kabar, dan radio masih dimanfaatkan untuk menjangkau khalayak umum. Di sisi lain, media digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp dipilih untuk menyasar kelompok muda yang lebih akrab dengan teknologi. Tidak hanya itu, jalur komunikasi informal berupa obrolan antartetangga dan antaranggota keluarga juga ikut membantu memperluas jangkauan pesan. Strategi ini menunjukkan bahwa Dispora memahami pentingnya memadukan berbagai saluran komunikasi agar pesan tidak hanya sampai, tetapi juga diterima dan dipahami.

Dalam merancang pesan, Dispora berusaha menghadirkan informasi yang sederhana namun mampu mengundang rasa penasaran. Bahasa yang digunakan dibuat lugas, persuasif, dan dikemas seperti iklan. Selebaran yang disebar tidak hanya berisi ajakan untuk berolahraga, tetapi juga disertai informasi penunjang seperti fasilitas parkir gratis, undian berhadiah, pemeriksaan kesehatan, hingga senam bersama instruktur profesional. Cara ini menjadikan pesan lebih hidup karena masyarakat tidak hanya menerima ajakan, tetapi juga melihat langsung manfaat yang ditawarkan.

Meski demikian, pelaksanaan program tidak lepas dari tantangan. Hambatan utama bukan berasal dari keterbatasan teknis, melainkan dari sikap masyarakat yang sering merasa malas bergerak serta pola hidup yang dipengaruhi oleh teknologi instan seperti tontonan daring atau permainan digital.

Namun, menariknya, di lapangan justru terlihat antusiasme yang tinggi, misalnya pada kegiatan di Desa Sena yang diikuti berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang lanjut usia. Untuk menjaga antusiasme itu, Dispora bahkan menghidupkan kembali permainan tradisional seperti kasti dan patok lele yang mampu membangkitkan nostalgia sekaligus memperkenalkan olahraga tradisional kepada generasi muda.

Proses evaluasi memperlihatkan bahwa program ini diterima positif oleh masyarakat. Partisipasi warga yang tinggi menjadi ukuran keberhasilan sekaligus bukti bahwa masyarakat merasa membutuhkan kegiatan ini. Bahkan, beberapa komunitas meminta agar program dilaksanakan lebih sering. Akan tetapi, tantangan baru justru muncul dari kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, yang semakin kurang aktif berolahraga. Padahal, generasi inilah yang diharapkan dapat menjadi teladan bagi masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa sosialisasi perlu diperluas ke lingkungan kampus dan sekolah untuk menumbuhkan kembali kesadaran berolahraga di kalangan muda.

Wawancara dengan perwakilan FESPATI menegaskan bahwa program ini juga memberi dampak positif terhadap pelestarian olahraga tradisional. Melalui kegiatan sosialisasi, olahraga seperti panahan dan permainan tradisional mendapatkan ruang untuk berkembang dan dikenal masyarakat.

Hal ini memperlihatkan bahwa program tidak hanya berorientasi pada kesehatan, tetapi juga pada pelestarian budaya lokal. Sementara itu, masyarakat umum menilai program ini bermanfaat karena dapat meningkatkan kebugaran, menumbuhkan rasa kebersamaan, serta mendorong mereka lebih rutin berolahraga. Meski begitu, ada harapan agar kegiatan lebih sering dilaksanakan, jangkauan sosialisasi diperluas hingga ke desa-desa, dan sarana olahraga lebih diperhatikan agar manfaatnya bisa dirasakan merata.

Dari keseluruhan pembahasan dapat dipahami bahwa strategi komunikasi Dispora Sumut sudah berjalan cukup efektif dengan perencanaan yang matang, pemanfaatan media yang beragam, dan pesan yang persuasif. Namun, masih ada tantangan yang perlu diatasi, terutama terkait dengan rendahnya kesadaran generasi muda dan keterbatasan jangkauan program di wilayah tertentu. Perlu adanya langkah lanjutan berupa peningkatan frekuensi kegiatan, perluasan sosialisasi hingga ke desa dan kampus, serta penguatan kolaborasi dengan komunitas olahraga untuk memperkuat dampak program dalam membangun budaya olahraga di tengah masyarakat Sumatera Utara.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan (Dispora) Sumatera Utara dalam mensosialisasikan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat berperan besar dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya olahraga. Program ini tidak hanya dipandang sebagai sarana prestasi, tetapi juga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari yang berkaitan dengan kesehatan, kebugaran, dan kualitas hidup. Strategi komunikasi yang dilakukan telah memperlihatkan efektivitasnya melalui perencanaan yang matang, pemanfaatan berbagai media, serta perancangan pesan yang sederhana dan persuasif sehingga mudah dipahami oleh masyarakat luas. Tingginya partisipasi masyarakat dalam kegiatan menjadi bukti bahwa program ini mendapat respon positif dan dianggap relevan dengan kebutuhan mereka.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan yang masih perlu diperhatikan, terutama terkait rendahnya motivasi sebagian masyarakat untuk berolahraga serta kurangnya kesadaran generasi muda, khususnya mahasiswa, yang justru cenderung kurang aktif dalam aktivitas fisik. Padahal, generasi ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak dalam membangun budaya olahraga di tengah masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Dispora Sumut telah berjalan baik dan berdampak positif, meskipun masih perlu penguatan agar program ini dapat memberikan manfaat yang lebih luas, merata, dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Dispora Sumatera Utara dapat memperluas jangkauan sosialisasi program ini, tidak hanya berpusat di perkotaan, tetapi juga menjangkau desa-desa agar manfaatnya dapat dirasakan secara merata. Perhatian yang lebih besar juga perlu diberikan kepada generasi muda dengan membawa budaya olahraga ke lingkungan sekolah dan kampus, serta mengemas pesan melalui media digital yang lebih dekat dengan keseharian mereka. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas olahraga, termasuk olahraga tradisional, sebaiknya terus diperkuat sehingga program tidak hanya berorientasi pada kesehatan tetapi juga turut menjaga identitas budaya lokal.

Dispora juga diharapkan lebih kreatif dalam menyampaikan pesan dengan pendekatan yang mampu memotivasi masyarakat, misalnya melalui kampanye publik, penggunaan figur panutan lokal, atau menggabungkan unsur hiburan dengan olahraga agar lebih menarik. Dengan langkah-langkah tersebut, program diharapkan tidak hanya sekadar menjadi agenda rutin pemerintah, tetapi benar-benar menjadi gerakan bersama yang menumbuhkan budaya olahraga dalam kehidupan masyarakat Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, M. S., Naumar, A., Mohammed, A. H., & Azis, S. S. A. (2021). Factors Affecting Participation in a Community-Based Program: Padang City-West Sumatra'S Experience. *Journal of Sustainable Technology and Applied Science (JSTAS)*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.36040/jstas.v2i1.3575>
- Achmad, B. F., Alim, S., Kusumawati, H. I., Fitriawan, A. S., Kurniawan, D., & Kafil, R. F. (2022). Cardiovascular Disease Risk Profiles in Indonesian Athletes. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 10(A), 924–929. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2022.9648>
- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 14–26. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>
- Almagsosi, A. J., & Alghezzy, D. K. H. (2020). Persuasion in Media. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 10(3), 336–344. <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v10i03.027>
- Amin, M. A. S. (2022). Role of Communications in Improving Community Participation in Development. *International Journal of Health Sciences*, 6(April), 4385–4394. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns1.5888>
- Ananditya, B., & Rafdeadi, R. (2021). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (Dppkbp3a) Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Bangkinang. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(3), 170. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v3i3.13475>
- Anjelica, S., Mingkid, E., & Rondonuwu, S. A. (2017). Manfaat Sosialisasi Program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan bagi Masyarakat Di Kecamatan Sario. *E-Jurnal "Acta Diurna" Volume VI. NO.1. Tahun 2017*, VI(1), 18.
- Anwar Thalib, M., Studi Akutansi Syariah, P., Sultan Amai Gorontalo, I., & Sultan Amay, J. (2023). Seandanan: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Pelatihan Teknik Pengumpulan Data dalam Metode Kualitatif untuk Riset Akutansi Budaya History Artikel. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 44–50. <http://seandanan.fisip.unila.ac.id/index.php/seandanan/>
- Aprilia, Y. (2018). Strategi Badan Narkotika Nasional Provinsi Sumatera Utara Dalam Melakukan Program Sosialisasi Komunikasi, Informasi Dan Edukasi (KIE) Kepada Pelajar Kota Medan. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, April, 83.
- Asghary, H. (2020). Strategi komunikasi pariwisata dinas pariwisata kabupaten

- Bima dalam meningkatkan minat wisatawan. *Commicast*, 1(1), 6.
<https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2410>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 167–186.
- Dayanti, D. (2024). *STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DAN DAMENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH*.
- Ding, J., Ying, M., & Chu, G. (2024). The impact of normative appeals and affective priming on public service announcements (PSAs) – a moderating role of self-construals. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(2), 496–511. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2023-0320>
- Dr. Faustyna, S.Sos., M.M, M. I. K. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*. umsu press.
- Fadli, M. R. (2008). Eksploitasi Seksual Komersial Anak di Indonesia. *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal.57*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Handayani, D. S. (2024). *Peranan Komunikasi Dalam Sistem Sosial : Analisis Teori Niklas Lukman Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*. 4(2), 417–423.
- Handayani, R. (2020). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue September).
- Ilham, R. M. (2023). *No. 5801/KOM-D/SD-S1/2023. 5801*.
- Kusuma, A., Lestari, P., & Sosiawan, E. A. (2023). Persuasive communication model of the “Satuan Gugus Tugas” Pandemic (A case study of the “SATGAS COVID-19” in Yogyakarta). *International Journal of Communication and Society*, 5(2), 48–59.
<https://doi.org/10.31763/ijcs.v5i2.1226>
- Luas, A. F., Sondakh, M., & Londa, J. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1), 5.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/27106>
- M.Siregar, N. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat*.
- Madan, A., Rosca, L. D., Dumitru, I., & Canda, A. (2022). The Value of Art in Persuasive Marketing Communication and Its Sustainable Effect on the Country of Origin. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3), 1–17.
<https://doi.org/10.3390/su14031228>
- Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah, F. (2023). Cendikia pendidikan.

- Cendekia Pendidikan*, 2(5), 10–20.
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendekiapendidikan/article/view/769>
- Mujib, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban Dalam Pengembangan Desa Wisata Terban Sebagai Wisata Unggulan Di Kabupaten Kudus*. 70–76.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/39935%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/39935/18321153.pdf?sequence=1>
- Nasution, R., & Marliyah, M. (2023). Analisis Program Pemerintah Dalam Penanggulangan Kemiskinan Dan Pengangguran Di Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan. *Jesya*, 6(1), 810–823.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1031>
- Nofiard Syarif, Elva Ronaning Roem, E. A. (2021). *Strategi komunikasi pemerintah kota pariaman pada program satu keluarga satu sarjana*. 10(1).
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kapten, J., & No, M. B. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.
- 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%20(05-19-14-05-58-25).pdf)
- O’Keefe, D. J., & Hoeken, H. (2021). Message Design Choices Don’t Make Much Difference to Persuasiveness and Can’t Be Counted On—Not Even When Moderating Conditions Are Specified. *Frontiers in Psychology*, 12(June), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.664160>
- Oktha, D. (2013). *Kinerja humas pemerintah kabupaten bengkalis dalam mensosialisasikan program pemerintah*.
- PILIANG, M. S. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Anggar Di Kota Sibolga*.
[http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18091%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/18091/MAWADDA SSKRIPSI AVITRI_NPM 1803110154.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18091%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/18091/MAWADDA%20SSKRIPSI%20AVITRI_NPM%201803110154.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pratiwi, P. A., Mashalani, F., Hafizhah, M., Sabrina, A. B., Harahap, N. H., & Siregar, D. Y. (2023). *Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL*. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2 (1), 133–149.
- Purnama, L., & Setyawan, F. H. (2019). Manajemen Pengelolaan Fasilitas Olahraga Milik Pemerintah Kabupaten Ngawi Tahun 2018. *Jurnal*

- Pendidikan Modern*, 5(1), 32–41. <https://doi.org/10.37471/jpm.v5i1.65>
- Purnama, S. (2017). Pengaruh Manajemen Fasilitas Olahraga dan Layanan Guru terhadap Efektivitas Pendidikan Jasmani Olahraga dan kesehatan (Studi Pada Sekolah Menengah Atas Negeri di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Sport Area*, 2(2), 105–114. <https://journal.uir.ac.id/index.php/JSP/article/view/704/653>
- Rahmah, S. A., & Zulhazmi, A. Z. (n.d.). *THE DA ' WA STRATEGY OF @NGAJIASIK . ID COMMUNITY*. 3(2), 188–198.
- Samsudin, S., Nurhalizah, N., & Fadilah, U. (2022). Sistem Informasi Pendaftaran Magang Dinas Pemuda Dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(2), 324–332. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i2.489>
- Siregar, A. A., & Tanjung, I. S. (2025). *Strategi Komunikasi Internal Biro K3L Dalam Meningkatkan Budaya Keselamatan Kerja di PT PLN (Persero) UIP Sumbagut Internal Communication Strategy of K3L Bureau in Improving Occupational Safety Culture at PT PLN (Persero) UIP Sumbagut*. 4(1), 12–20.
- Surayya, R. (2018). Pendekatan Kualitatif (Seminar). *AVERROUS: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan Malikussaleh*, 1(2), 75.
- Syaqila, S., Hasibuan, M. S., Hamzah, A., Studi, P., & Komputer, I. (2024). UML dan ERD Proses Sistem Informasi Korespondensi Pada Dinas Pemuda dan Olahraga Sumatera Utara. *Cosmic Jurnal Teknik*, 2(1), 1–9. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Tasruddin, R., & AB, S. (2022). Communication towards the Vehicle of Community Interaction (Analysis of Sociology of Contemporary Communication). *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 02(12), 699–702. <https://doi.org/10.55677/ijssers/v02i12y2022-01>
- Taufik, A. (2020). Interaksi Komunikasi dalam Pendidikan. *Edification Journal*, 2(2), 123–132. <https://doi.org/10.37092/ej.v1i2.114>
- Tiani, R., & Trifidya, M. (2022). Communication strategy in cultural evolution through verbal expression on film dua garis biru. *E3S Web of Conferences*, 359. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202235906002>
- Ummah, M. S. (2019). Peranan Komunikasi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat (Studi Pada Pemerintah Kelurahan Bengkol Kecamatan Mapanget). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wenxiu, P. (2015). Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's

“5W” Model. *Journal of Educational and Social Research*, 5(3), 245–250.
<https://doi.org/10.5901/jesr.2015.v5n3p245>

Widodo Muktiyono, Edy Prihantoro, D. M. (2023). *KOMUNIKASI PUBLIK*.

Wijoyo, H. (2022). Analisis teknik wawancara (pengertian wawancara, bentuk-bentuk pertanyaan wawancara) dalam penelitian kualitatif bagi mahasiswa teologi dengan tema pekabaran injil melalui penerjemahan alkitab. *Academia.Edu*, 1–10.

Winangsih, R., & Nisa, H. (2020). Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Serang Mengenai Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS). *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 14–26.
<https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7765>

Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bina mahasiswa untuk menghadapi masa depan
dengan kompetensi

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 Mukhtasir Bauri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fislip.umsu.ac.id fislip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 13 Juni 2025.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Faisal Mahendra
N P M : 210320191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 153,0 SKS, IP Kumulatif 3,22

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Persepsi Masyarakat tentang pembangunan kawasan properti Citra land di desa Sampari	
2	Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan dan Kesejahteraan Pemuda Sumatera Utara dalam Mensosialisasikan Program "Fasilitasi Olahraga Masyarakat"	✓ 13 Juni 2025
3	Strategi Komunikasi Dakwah Guru dalam Meningkatkan Spiritualitas peserta didik di SMP Muhammadiyah Sukaramai Medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

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

Medan, tanggal 18 Juni 2025

Ketua,
Program Studi: Ilmu Komunikasi

(Arhyar Arkhori, S.Sos, M.I Kom.)
NIDN: 0127048401

Pemohon,

(Faisal Mahendra)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi:

(Dr. Inwan Syari T.)

NIDN:



SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1061/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Dzulhijjah 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **13 Juni 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: FAISAL MAHENDRA
N P M	: 2103110191
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM "FASILITASI OLAHRAGA MASYARAKAT"
Pembimbing	: Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 219.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 13 Desember 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 22 Dzulhijjah 1446 H
18 Juni 2025 M



Tembusan :

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


Assoc. Prof. Dr. **ARJUN SALEH, MSP.**
NIDN 0030017402



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Qualifications Agency



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa membuat surat-surat dengan nomor dan tanggal

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 Bauri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6627400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://falsp.umsu.ac.id> ✉ falsp@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 20....

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Faisal Mahendra
N P M : 2103110191
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1061.../SK/IL3-AU/UMSU-03/F/20.25 tanggal 13 Juni 2025 dengan judul sebagai berikut :

- Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program "Fasilitasi Olahraga Masyarakat"

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.Kom)

(Moh. San Taufiq)

(Faisal Mahendra)

NIDN: 0127048401

NIDN: 0115731502





UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1301/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 28 Juli 2025
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMPIN	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
11	PUTRI ANGGRAINI SINAGA	2103110224	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	KEGENDERUNGAN ALEXITHYMIA DALAM HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTARA ANAK-ANAK DI PANTI ASUHAN MUHAMMADIYAH KISARAN
12	FAISAL MAHENDRA	2103110191	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPENYUJUAN DAN KEOLAHAGAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM "FASILITASI OLAH RAGA MASYARAKAT"
13	SYAFWAN DIFAZA	21103110231	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.Si., M.SP.	REPRESENTASI KRITIK SOSIAL DALAM FILM FULL TIME KARYA JON RYAN SUGIMOTO DAN THE LOOP KARYA SADIEL GOMEZ
14	DONNY BAGASKARA	2103110214	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	ANALISIS FRAMING ISU PEMAKZULAN GIBRAN DAL. M PEMBERTAAN MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN LIPUT. 16.COM
15	ARVIN YOGI SIREGAR	2103110200	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	REPRESENTASI ADEGAN LGBT + PADA FILM LIGHTY-AR DAN ZOOTOPIA MILIK DISNEY

Medan, 30 Muharram 1447 H
25 Juli 2025 M

(Asoc. Prof. Dr. RUFIN SALEH, MSP.)

MOB
CS STARS



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dikembangkan dari ke-10 perguruan tinggi terbaik di Indonesia

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

UMSU Terakreditasi 'Junggul' Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 191/JIK/BAN-PT/IAK/KPIPT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20235 Telp. (061) 6622409 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
Website: <https://fkip.umhu.ac.id> Email: fkip@umhu.ac.id Instagram: @umsumedan Facebook: umsumedan YouTube: umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap

: Faisal Mahendra

NPM

: 2103110191

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan dan Kesejahteraan
Provinsi Sumatera Utara Dalam Memfasilitasi
Program Fasilitas Olahraga Masyarakat

No	Tanggal	Materi / Bimbingan	Pembimbing
1	13 Juni 2025	ACC Judul	JA
2	30 Juni 2025	Bimbingan proposal	JA
3	20 Juli 2025	ACC Seminar proposal	JA
4	3 Agustus 2025	Revisi tugas akhir	JA
5	20 Agustus 2025	ACC Draft wawancara	JA
6	29 Agustus 2025	Bimbingan Hasil penelitian dan pembahasan	JA
7	3 September 2025	Revisi Hasil penelitian dan pembahasan	JA
8	6 September 2025	Bimbingan Tugas Akhir	JA
9	9 September 2025	ACC sidang Tugas Akhir	JA

Medan, 9 September 2025

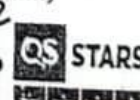
Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Dr. Anhyar Anshori, S.Pd, M.Pd)
NIDN: 010 4076504

(Muhammad Fauzi)
NIDN: 010 77702





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1555/UND/II.3.A/II/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 11 September 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
26	WIRI YADI	2003110249	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom.	MODEL KOMUNIKASI REMAJA MASJID NURUL IMAN DALAM MEMBANGUN KARAKTER REMAJA DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
27	FAISAL MAHENDRA	2103110191	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM "FASILITASI OLARAGA MASYARAKAT"
28	GALIH WAHYU PRASETYO	2003110092	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KOTA PEMATANG SIANTAR TENTANG EFEKTIVITAS LAYANAN PUBLIK MELALUI MALL PELAYANAN PUBLIK
29						
30						

Notulis Sidang :

1.

Disiapkan oleh :



Assoc. Prof. Dr. ARIEFIN SALEH, MSP.

Medan, 12 Rabiul Awwal 1447 H

09 September 2025M

Sekretaris



Disiapkan oleh : Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



Ace Draft Wawancara
30/8-2020 Jember
Inom Syah Tunggul

DRAFT PERTANYAAN

IDENTITAS PENELITIAN

JUDUL : STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM FASILITASI OLAAHRAGA MASYARAKAT

NAMA : Faisal Mahendra

NPM : 2103110191

FAKULTAS : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

JURUSAN : Ilmu Komunikasi (Hubungan Masyarakat)

IDENTITAS NARASUMBER

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

1. Apa tujuan utama dari Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat yang dijalankan oleh Dispora Sumatera Utara?
2. Bagaimana proses perencanaan strategi komunikasi dilakukan sebelum program ini disosialisasikan?
3. Media atau saluran komunikasi apa saja yang dipilih Dispora dalam menyampaikan program ini kepada masyarakat?
4. Bagaimana cara Dispora merancang pesan program agar mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai kalangan?
5. Apa saja hambatan atau tantangan yang biasanya muncul dalam pelaksanaan sosialisasi program?

6. Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi yang sudah dijalankan?
7. Apakah Bapak/Ibu/saudara mengetahui Program Fasilitasi Olahraga Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dispora Sumut? Dari mana mengetahuinya?
8. Menurut Bapak/Ibu/saudara, apakah informasi yang disampaikan Dispora tentang program ini sudah jelas dan mudah dipahami?
9. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu/saudara tentang manfaat program ini bagi masyarakat?
10. Apakah program ini mendorong Bapak/Ibu/saudara atau lingkungan sekitar untuk lebih aktif dalam kegiatan olahraga?
11. Apa saran Bapak/Ibu/saudara kepada Dispora agar sosialisasi program ini lebih efektif dan bisa menjangkau lebih banyak masyarakat?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengwebi surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

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 [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Nomor : **1542/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025**

Medan, **10 Rabiul Awwal 1447 H**

Lampiran : **-.-**

02 September 2025 M

Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Kepada Yth : **Kepala Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara**
di-
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 Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara, atas nama :

Nama mahasiswa	: FAISAL MAHENDRA
N P M	: 2103110191
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM "FASILITASI OLAHRAGA MASYARAKAT"

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,


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





PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS KEPEMUDAAN DAN KEOLAHRAGAAN

Jalan Williem Iskandar No. 9, Medan, Kode Pos 20222
Telepon/Faksimile (061) 6645501
Pos-el dispورا@sumutprov.go.id, Laman dispورا.sumutprov.go.id

Nomor : 400.3/ 3063 /Dis Pora/IX/2025
Sifat : --
Lampiran : --
Perihal : **Izin Melaksanakan Penelitian**

Medan, 8 September 2025

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

Menindaklanjuti surat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor 1542/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 2 September 2025 Perihal Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada saat ini kami dapat menerima Mahasiswa Saudara untuk melakukan Penelitian pada Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara. Adapun nama yang Saudara usulkan adalah sebagai berikut :

Nama : **Faisal Mahendra**
NPM : 2103110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *"Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan dan Keolahragaan Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Program Fasilitas Olahraga Masyarakat"*

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n.KEPALA DINAS KEPEMUDAAN
DAN KEOLAHRAGAAN
SEKRETARIS


ISMAIL, S.H., M.SP.
PEMBINA/IV.a
NIP 197911122007011004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IDENTITAS DIRI

Nama : Faisal Mahendra
NPM : 2103110191
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 16 September 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Dusun 1 Musyawarah A, Desa Saentis
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : 6 (Enam) dari 6 (Enam) bersaudara
Email : mahendrafaisal31@gmail.com

DATA ORANG TUA

Ayah : Herman Tanjung
Ibu : Yusniar
Alamat : Jl. Dusun 1 Musyawarah A, Desa Saentis

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 1 Beureunuen, Aceh
SMP : SMP YP. Al-Fattah Medan
SMA : SMA YP. Al-Fattah Medan
Kuliah : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara