

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN  
KERJASAMA DENGAN MEDIA MASSA**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**SITI WIDYA UTAMI**  
**2103110307P**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : **SITI WIDYA UTAMI**  
NPM : 2103110307P  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Rabu, 22 Mei 2024  
Waktu : 08.15 WIB s.d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP** (.....)

PENGUJI II : **Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.Si** (.....)

PENGUJI III : **Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M. I.Kom** (.....)

### PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

  
**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP**

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





## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : SITI WIDYA UTAMI  
NPM : 2103110307P  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Media Massa

Medan, 22 April 2024

PEMBIMBING

Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0012067106

Disetujui Oleh :

KETUA PROGRAM STUDI

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0127048401

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
DEKAN  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP  
NIDN. 0030017402

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **SITI WIDYA UTAMI**, NPM 2103110307P menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 22 April 2024

Yang Menyatakan



**SITI WIDYA UTAMI**  
NPM. 2103110307P

## KATA PENGANTAR



Segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, kesehatan, dan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Media Massa**” ini penulis persembahkan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda **Ir. Ahmad Zulfan** dan Ibunda **Dra. Mesrahati** tercinta yang dengan kebesaran hati dan ketulusan kasih sayangnya senantiasa memberikan dukungan moral dan materiil hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh S.Sos., M.SP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Faizal Hamzah Lubis. S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr.Lutfi Basit, S.Sos.,M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu Ibu Harvina Zuhra, S.TP, M.Si selaku narasumber pada penelitian ini.
10. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Soosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Kepada saudara kandung penulis Siti Fanny Azmiati, ST yang telah memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
12. Kepada suami tercinta penulis Riski Handrian, SH dan anak tercinta Fahrian Arshaka Ahmad yang selalu menjadi penyemangat dan mendampingi penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.

Kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Medan, 22 April 2024

Penulis

Siti Widya Utami

# **STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN MEDIA MASSA**

**SITI WIDYA UTAMI**  
**2103110307P**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi kemitraan publik yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam menjalin kerjasama dengan media massa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara mengimplementasikan strategi komunikasi kemitraan publik dalam kerjasama dengan media massa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan yang menjadi narasumber dari penelitian ini yaitu Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara memiliki strategi yang terencana dan terarah dalam menjalin kerjasama dengan media massa untuk menyebarkan informasi publik dari pemerintah daerah kepada masyarakat luas. Strategi yang digunakan yaitu menyelenggarakan *Focus Group Discussion*, Konferensi Pers, dan Publikasi informasi. Kerjasama ini tidak hanya memfasilitasi aliran informasi yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan citra pemerintah di mata masyarakat.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Kemitraan Publik, Media Massa, Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penelitian .....	7
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
2.1. Komunikasi .....	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2. Unsur Komunikasi .....	8
2.2. Strategi Komunikasi .....	10
2.2.1. Definisi Strategi Komunikasi .....	10
2.2.2. Fungsi Strategi Komunikasi .....	11
2.3. Media Massa.....	11
2.4. Kemitraan Publik.....	13
2.5. Manajemen Kebijakan Komunikasi .....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1. Jenis penelitian .....	16
3.2. Kerangka Konsep .....	16
3.3. Defenisi Konsep .....	17
3.4. Kategori Penelitian .....	18
3.5. Informan / Narasumber.....	19
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.7. Teknik Analisis Data.....	20
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	22



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1. Hasil Penelitian.....	23
4.2. Hasil Wawancara .....	24
4.3. Pembahasan .....	45
BAB V PENUTUP.....	52
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN.....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategori Penelitian .....	18
--------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Kerangka Konsep.....	17
Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara .....	24
Hasil Rekapitan Kegiatan Konferensi Pers Dinas Kominfo Provsu dengan Media Massa Tahun 2023.....	34
Publikasi Informasi pada Media Luar Ruang.....	38
Publikasi Informasi pada Media Cetak .....	39
Publikasi Informasi pada Media Online.....	39

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi dalam kehidupannya sehari-hari. Manusia dapat saling berhubungan satu sama lain di lingkungan pekerjaan, tempat tinggal, dalam masyarakat atau dimana saja berada dengan adanya komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (secara lisan), maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2006).

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat seperti sekarang ini, masyarakat dapat mengakses informasi lebih luas di berbagai platform media, termasuk media sosial dan situs berita daring. Dalam hal ini media memiliki peran penting dalam masyarakat yaitu sebagai sumber informasi dimana media merupakan penyedia informasi tentang peristiwa terkini, berita lokal maupun global, politik, ekonomi, budaya, dan sebagainya. Selain itu sebagai pengawas kekuasaan yang mana media massa memainkan peran kritis dalam mengawasi kekuasaan di sektor swasta maupun pemerintah. Oleh karena itu, kerjasama antara pemerintah dengan media massa memiliki peran penting dalam upaya menyampaikan informasi kepada masyarakat serta membangun hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yaitu salah satu pemerintah daerah di Indonesia memiliki tantangan dalam menjalin kerjasama yang efektif



dengan media massa. Beberapa masalah yang mungkin dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya kerjasama yang efektif, perbedaan dalam tujuan dan kepentingan, serta kurangnya koordinasi antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dengan media massa.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara perlu melakukan upaya konkret dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan media massa. Seperti yang dilansir dari Medan Bisnis Daily, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara secara aktif dan terbuka memberikan dukungan atas dilaksanakannya ajang pelatihan jurnalistik nasional untuk mahasiswa (Guntara, 2018). Dukungan positif atas pelatihan jurnalistik ini merupakan bentuk harapan dari Pemerintah Provinsi Sumatera Utara agar para mahasiswa bisa menjadi jurnalis media massa yang handal ketika sudah lulus kuliah. Pemerintah Provinsi Sumatera utara mengharapkan hadirnya jurnalis media massa yang kompeten di masa depan sehingga media massa bisa maksimal dalam menjalankan fungsinya, yakni pengawasan terhadap pemerintah serta penginformasian yang akurat kepada masyarakat.

Selain itu, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara juga secara terbuka mendukung kemerdekaan pers. Dukungan terhadap kemerdekaan pers tersebut ditunjukkan oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam wawancaranya bersama wartawan. Sebagaimana dilansir dari laman web Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Ilyas Sitorus selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Sumatera Utara mengungkapkan bahwa

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara menjaga hubungan yang baik dengan awak media, bahkan menyediakan fasilitas berupa ruangan pers yang representatif untuk memudahkan pekerjaan jurnalistik para wartawan di Kantor Gubernur Sumatera Utara (Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, 2023). Pernyataan dari Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Sumatera Utara tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Sumatera Utara telah berkoordinasi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menunjukkan dukungannya secara konkrit terhadap pers media massa. Dukungan konkrit berupa pemberian fasilitas kepada awak pers menjadi salah satu bentuk kerja sama antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dan Dinas Komunikasi dan Informatika dengan pihak media massa.

Pentingnya kerja sama antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dengan media massa juga telah diungkap oleh Gubernur Sumatera Utara Edy Rahmayadi pada acara Pameran Hari Pers Nasional (HPN) di Lapangan Astaka, Kabupaten Deli Serdang pada bulan Februari silam. Berdasarkan lansiran warta Info Sumut, Edy Rahmayadi mengungkapkan bahwa peran pers dalam pemerintahan sangat besar, baik dalam mewartakan agenda pemerintahan ataupun memberi saran dan kritik bagi pemerintah (Aulia, 2023). Selain itu, Gubernur Sumatera Utara juga menyatakan kinerja pemerintah perlu ditunjang oleh media massa dan pers, sebab kinerja pemerintah dalam pembangunan tidak akan diketahui oleh masyarakat jika tidak ada sosialisasi dan penjelasan konkret dari para pers media massa.

Penting untuk diingat bahwa hubungan yang baik antara pemerintah daerah dan media massa sangat krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat. Dengan kerjasama yang efektif, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dapat memastikan informasi yang disampaikan kepada publik dapat lebih tepat, akurat, dan dapat dipahami dengan baik. Sebagai hasilnya, masyarakat dapat lebih terlibat dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan, menciptakan dinamika sosial yang lebih sehat dan berpartisipasi.

Akan tetapi, kerja sama yang dijalin antara pemerintah dengan media massa tidak selamanya berhasil atau efektif. Hal ini ditunjukkan dalam sebuah penelitian berjudul “Efektivitas *Government Public Relation Television* di Indonesia” oleh Reza Achmad Ferdian dan Muhammad.Darwinsyah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kerja sama antara pemerintah dan media massa dalam program siaran GPR TV belum efektif dalam menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat karena ada berbagai gangguan teknis dalam penerapannya (Ferdian & Darwinsyah, 2022). Selain itu, tidak efektifnya komunikasi media yang dilakukan antara pemerintah dengan media massa juga terjadi pada saat pandemi Covid-19 lalu. Dalam penelitian berjudul “Komunikasi Media yang Efektif pada Pandemi Covid-19”, komunikasi media yang dilakukan oleh pemerintah dan media massa dinilai negatif sebab pernyataan-pernyataan blunder dari pemerintah tidak memiliki konsistensi dan memberikan keyakinan berlebihan pada masyarakat (Ardiyanti, 2020). Penelitian-penelitian yang menunjukkan bahwa kerja sama antara pemerintah dan media

massa tidak selalu berhasil dan efektif ini menjadi bukti adanya kesenjangan antara harapan atas komunikasi ideal pemerintah dan media massa dengan realita yang ada. Berdasarkan kesenjangan tersebut, maka diperlukan adanya kemitraan publik yang positif antara pihak pemerintah dengan pihak media massa untuk menjalin kerja sama yang efektif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kemitraan publik yang digunakan oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam menjalin kerja sama yang efektif dengan media massa.

Dengan memahami latar belakang ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi kemitraan publik Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yang lebih efektif dalam menjalin kerjasama dengan media massa. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesepahaman antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dengan masyarakat melalui media massa, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui media massa.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk mengangkat judul “Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Dalam Menjalinkan Kerjasama Dengan Media Massa”.



## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam menjalin kerjasama dengan media massa ?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam menjalin kerjasama dengan media massa.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara untuk menjalin kerjasama dengan media massa.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat dalam penerapan strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara untuk menjalin kerjasama dengan media massa. Selain itu juga dapat membantu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media massa.

## **1.5. Sistematika Penelitian**

### **BAB I: Pendahuluan**

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

### **BAB II: Uraian Teoritis**

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan, tentang pengertian dari Komunikasi, Strategi Komunikasi, Media Massa, Kemitraan Publik (Public Partnership), Manajemen Kebijakan Komunikasi.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan tentang Pembahasan Penelitian.

### **BAB V: Penutup**

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang Simpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi**

##### **2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi, ide, gagasan, pikiran, dan perasaan antara individu atau kelompok. Komunikasi merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia yang memungkinkan kita untuk berinteraksi, berbagi pengetahuan, membangun hubungan, dan mengkoordinasikan tindakan. Menurut Agus M. Hardjana (2016) Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan.

##### **2.1.2. Unsur Komunikasi**

Menurut Harold Lasswell dalam Riswandi (2009) menjelaskan bahwa defenisi komunikasi dapat diturunkan 5 unsur dalam komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, diantaranya :

1. Sumber (source)

Sering disebut sebagai pengirim (sender), penyandi (encoding), komunikator, pembicara (speaker). Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

## 2. Pesan

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima dimana pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik).

## 3. Saluran atau media

Saluran atau media merupakan alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran dibagi menjadi dua yaitu langsung (tatap muka) atau melalui media (cetak dan elektronik).

## 4. Penerima (receiver)

Sering juga disebut sasaran/tujuan (destination), komunikan, penyandi balik (decoder) atau khalayak, pendengar, penafsir, yaitu orang yang menerima sumber.

## 5. Efek

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal:

- a. Pengaruh kognitif, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu dengan komunikasi. Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.



- b. Pengaruh afektif, dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan atau sikap.
- c. Pengaruh konatif, pengaruh yang berupa tingkah laku atau tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu.

Kelima unsur komunikasi diatas perlu ditambah dengan unsur-unsur lain yaitu umpan balik (feedback), gangguan komunikasi (noise), dan konteks atau situasi komunikasi.

## **2.2. Strategi Komunikasi**

### **2.2.1. Definisi Strategi Komunikasi**

Rogers dalam Wijaya (2017) mengartikan strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Strategi komunikasi juga bisa dimaknai sebagai kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran penerima, sampai pada pengaruh yang sengaja dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal. Konsep strategi komunikasi adalah bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, sehingga komunikasi yang dilakukan terukur dan terarah secara sistematis.

Pada penelitian ini, konteks strategi komunikasi ditujukan kepada

efektivitas kerja sama yang akan dilakukan oleh beberapa pihak, yakni Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Dinas Komunikasi dan Informatika, serta media massa. Komunikasi yang efektif dan tepat sasaran sangat bergantung kepada strategi komunikasi yang dioperasikan.

### **2.2.2. Fungsi Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi yang baik harus dilakukan secara taktis, menyesuaikan situasi dan kondisi yang dihadapi (Priantoro, 2019). Berdasarkan pemaknaan tersebut, fungsi strategi komunikasi menurut Edi Suryadi (2018) adalah sebagai berikut:

1. Menyebarluaskan isi pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis serta tepat sasaran demi memperoleh hasil optimal yang dituju.
2. Menjembatani pesan dari cultural gap, misalnya suatu pesan yang ingin dikomunikasikan mengandung kebudayaan tertentu maka pesan tersebut harus dikemas dan disesuaikan dengan kebudayaan yang akan dituju.

### **2.3. Media Massa**

Media massa adalah salah satu pilar utama dalam dunia komunikasi modern yang memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, menyediakan informasi, menghibur, dan berperan sebagai pengawas terhadap kebijakan pemerintah dan institusi lainnya. Dalam era digital saat ini, media massa telah mengalami perkembangan signifikan, termasuk peralihan dari media tradisional ke media online.

Media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian dari media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010).

Melanjutkan definisi yang dikemukakan oleh Cangara (2010), penting untuk memahami peran media dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Media massa tidak hanya merupakan alat teknis untuk menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk opini, budaya, dan pandangan masyarakat.

Media massa mencakup berbagai bentuk, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet. Setiap bentuk media memiliki karakteristik dan keunggulan sendiri dalam menyampaikan pesan. Misalnya, surat kabar dan majalah cenderung memberikan informasi yang lebih mendalam dan terperinci, sementara radio dan televisi dapat menjangkau audiens dengan cara yang lebih langsung dan audiovisual.

Peran media massa tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk identitas budaya, nilai-nilai, dan norma-norma sosial. Media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa, membentuk opini publik, dan memicu perubahan sosial.

Penting untuk diingat bahwa media massa tidak bersifat netral; mereka

dapat membawa pesan-pesan yang tercermin dari sudut pandang tertentu. Oleh karena itu, kritisitas dalam mengonsumsi informasi dari media sangat penting. Masyarakat perlu mampu memilah, menyaring, dan mengevaluasi informasi yang diterima agar dapat membentuk pemahaman yang seimbang dan akurat.

Selain itu, perkembangan teknologi telah mengubah lanskap media massa. Internet, sebagai salah satu bentuk media baru, memberikan ruang bagi partisipasi aktif masyarakat dalam pembuatan dan penyebaran konten. Sosial media juga menjadi platform yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna, menciptakan dinamika baru dalam proses komunikasi.

Dengan demikian, pemahaman tentang media massa dan peran mereka dalam membentuk persepsi dan budaya masyarakat sangat penting dalam konteks komunikasi modern. Kesadaran akan dampak media massa dapat membantu masyarakat mengembangkan literasi media yang tinggi dan menjadi konsumen informasi yang cerdas.

#### **2.4. Kemitraan Publik**

Kemitraan Publik-Privat (PPP) merupakan paradigma kerja sama kolaboratif antara pemerintah dan sektor swasta dengan tujuan utama meningkatkan penyediaan layanan kepada masyarakat. Bentuk kerjasama ini melibatkan dukungan sukarela dan timbal balik antara berbagai entitas, termasuk organisasi nirlaba, guna mencapai misi pemerintah dalam menyediakan layanan publik yang efektif. Keberadaan kemitraan ini menjadi



sangat krusial dalam upaya membuat layanan publik lebih mudah diakses, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, serta menjembatani kekurangan yang mungkin ada dalam kapabilitas sektor publik atau swasta secara individu.

Pentingnya kemitraan ini semakin terasa seiring kompleksitas dan dinamika tuntutan masyarakat yang terus berkembang. Dalam rangka menjawab tantangan tersebut, diperlukan pengembangan berbagai model kemitraan yang dapat mengantisipasi dan merespons secara optimal terhadap beragam kebutuhan layanan publik. Model-model ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk menyeimbangkan dominasi yang mungkin terjadi dari pihak pemerintah atau pasar dalam penyediaan barang dan jasa publik.

## **2.5. Manajemen Kebijakan Komunikasi**

Dalam eksplorasi yang mendalam mengenai manajemen kebijakan komunikasi di Indonesia, jurnal "Kebijakan Komunikasi di Indonesia" karya Aritonang (2011) memberikan gambaran yang kaya terkait implementasi Undang-Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Dalam konteks ini, Aritonang mengemukakan bahwa kebijakan komunikasi memiliki tujuan sosiologis yang penting, yaitu menempatkan proses komunikasi sebagai bagian integral dari dinamika sosial. Selain itu, jurnal tersebut merinci lima kriteria terkait bentuk kebijakan komunikasi sebagai sebuah kebijakan publik. Kriteria-kriteria ini mencakup penetapan tujuan spesifik, analisis tahap adopsi kebijakan, pemberian rekomendasi,

pelaksanaan di lapangan, dan penerapan strategi komunikasi yang efektif.

Penting untuk mencatat bahwa tujuan sosiologis ini memberikan dimensi yang lebih luas dan menyeluruh terhadap peran komunikasi dalam mengakomodasi dan merefleksikan dinamika masyarakat. Analisis kritis terhadap tahap adopsi kebijakan, seperti yang dibahas dalam jurnal, menjadi panduan berharga bagi praktisi dan pengambil kebijakan dalam menyusun strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan dinamika masyarakat.

Di sisi lain, jurnal "Kemitraan Dalam Pelayanan Publik: Sebuah Penjelajahan Teoritik" oleh Fatmawati (2011) menyumbangkan perspektif teoretis terkait manajemen kebijakan komunikasi, khususnya dalam konteks kemitraan dalam pelayanan publik. Dengan mendalami teori-teori yang relevan, jurnal ini membantu memahami bagaimana manajemen kebijakan komunikasi dapat menjadi landasan kuat untuk membangun kemitraan yang efektif dalam penyelenggaraan layanan publik.

Keduanya, baik jurnal Aritonang maupun Fatmawati, memberikan landasan teoretis yang kokoh untuk memahami dan meningkatkan efektivitas manajemen kebijakan komunikasi di berbagai tingkatan organisasi di Indonesia. Implikasinya sangat penting, terutama dalam konteks penyelenggaraan pelayanan publik dan pelaksanaan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, di mana komunikasi yang baik menjadi kunci untuk memastikan keterlibatan masyarakat yang lebih baik serta transparansi dalam pelaksanaan kebijakan publik

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif menekankan pemahaman tentang pengalaman subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang terlibat dalam Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu dengan media massa. Penelitian kualitatif akan menjadi pendekatan yang sangat relevan untuk menggali pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Kominfo Provsu dalam menjalin kerjasama dengan media massa. Metode penelitian kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena ini dalam konteks alamiah dan menggambarkannya secara holistik melalui deskripsi kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini akan mencakup penggunaan berbagai metode alamiah, seperti wawancara terpusat, observasi alami, dan analisis teks, sesuai dengan kondisi obyek yang alamiah dan peneliti sebagai instrument.

#### **3.2. Kerangka Konsep**

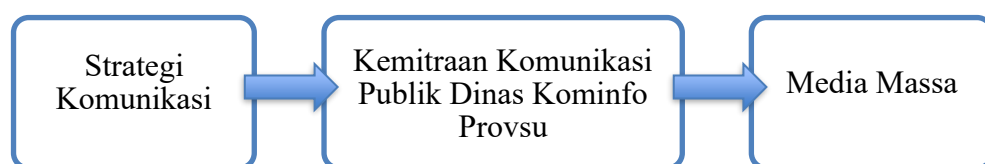
Dalam penelitian strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu dalam menjalin kerjasama dengan media massa, kerangka berpikir memiliki peran sentral sebagai landasan konseptual yang memberikan arah dan struktur bagi keseluruhan penelitian. Sugiyono

(2017) mendefinisikan kerangka berpikir sebagai suatu model konseptual yang mengaitkan faktor-faktor yang relevan dengan penelitian, menjadi suatu jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan aktivitas penelitian yang akan dilaksanakan.

Dengan demikian, kerangka berpikir akan memberikan fondasi yang kuat untuk menggali pemahaman mendalam tentang efektivitas dan dampak strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu dalam menjalin kerjasama dengan media massa. Berikut gambaran kerangka berpikir strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu.

Agar konsep tersebut dapat dijelaskan, maka kerangka konsep dirangkum dalam sebuah gambar yang mewakili pola pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1. Kerangka Konsep**



Sumber : Olahan Penulis, 2024

### 3.3. Defenisi Konsep

Dalam konteks strategi komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu, konsep menjadi tonggak penting untuk memahami, merinci, dan menjelaskan dinamika kompleks yang terlibat dalam kemitraan

tersebut. Silalahi (2009) menyoroiti definisi konseptual sebagai suatu gambaran yang menggambarkan konsep dengan menggunakan konsep-konsep lain. Ini menandakan bahwa ketika sedang membahas Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu, kita harus memahami berbagai konsep yang terlibat, seperti strategi komunikasi, kemitraan publik, dan peran media massa.

Adapun yang menjadi konsep dalam kerangka berpikir di atas adalah:

1. Strategi Komunikasi
2. Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu
3. Media Massa

### 3.4. Kategori Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep yang telah diuraikan, maka kategorisasi yang akan di jelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Kategori Penelitian**

No.	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalain Kerjasama dengan Media Massa	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Penyelenggaraan <i>Focus Group Discussion</i> atau forum dialog dengan media massa</li> <li>● Penyelenggaraan konferensi pers dan pertemuan rutin dengan media massa</li> <li>● Publikasi informasi melalui media massa</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis, 2024

### **3.5. Informan / Narasumber**

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan orang yang dianggap tahu, memiliki wawasan yang cukup, memiliki jabatan dalam suatu instansi sehingga akan memudahkan peneliti dalam mencari hasil yang diteliti. Dengan kata lain, sampel dipilih berdasarkan pertimbangan yang disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian.

Adapun yang menjadi informan / narasumber dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara, Harvina Zuhra STP, M.Si

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah menggambarkan keadaan yang diobservasi. Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti mengerti tentang situasi dan konteks dan menggambarkannya sealamiah mungkin (Semiawan, 2010). Observasi atau pengamatan dilakukan dengan kunjungan langsung ke Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, pada umumnya sumber data utama dari penelitian adalah manusia yang berkedudukan sebagai informan. Oleh sebab itu, wawancara mendalam merupakan teknik penggalian data yang

utama yang sangat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya, yang lengkap, dan mendalam (Nugrahani, 2014).

Teknik wawancara, merupakan teknik penggalian data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih yaitu pewawancara (*interviewer*) adalah orang yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*) yang mana berperan sebagai narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan (Nugrahani, 2014).

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014).

Peneliti melakukan dokumentasi dengan memanfaatkan catatan, arsip, gambar, film, foto, dan dokumen-dokumen lainnya. Termasuk dalam dokumen itu adalah catatan penting yang berhubungan dengan masalah, yang memungkinkan pemerolehan data secara lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan saja (Nugrahani, 2014).

#### **3.7. Teknik Analisis Data**

Analisis data model interaktif, dikemukakan oleh Miles & Huberman (1984:23). Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu (Nugrahani, 2014) :

a. Reduksi Data

Komponen pertama adalah reduksi data. Dalam reduksi data peneliti melakukan proses pemilahan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penggalian data di lapangan. Proses reduksi ini dilakukan secara terus menerus sepanjang penelitian masih berlangsung, dan pelaksanaannya dimulai sejak peneliti memilih kasus yang akan dikaji.

b. Sajian Data

Komponen kedua adalah sajian data. Sajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data ini merupakan suatu rakitan organisasi informasi, dalam bentuk deskripsi dan narasi yang lengkap, yang disusun berdasarkan pokok-pokok temuan yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan menggunakan bahasa peneliti yang logis, dan sistematis, sehingga mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

Penarikan Kesimpulan merupakan salah satu hal penting dalam penelitian kualitatif. Penarikan kesimpulan akhir dapat dibuat secara singkat, jelas, dan lugas agar mudah dipahami. Kesimpulan penelitian harus sesuai dengan tema/topik dan judul penelitian, tujuan penelitian, pemecahan masalah, data-data dalam penelitian, temuan-temuan dari hasil analisis data dalam penelitian, dan teori yang berkaitan.



### **3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dijadwalkan untuk dilaksanakan mulai bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2024.

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan secara langsung di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara, serta lokasi-lokasi terkait dimana implementasi strategi komunikasi kemitraan publik dapat teramati dengan baik.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Visi, Misi dan Tujuan**

a. Visi

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara memiliki visi yang tidak terlepas dari visi Pemerintah Provinsi Sumatera Utara yaitu ***“SUMATERA UTARA YANG MAJU, AMAN DAN BERMARTABAT”***.

b. Misi

Melalui Misi Kedua Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara dapat mewujudkan :

1. Meningkatkan Penyediaan dan pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik.
2. Meningkatkan pengelolaan Aplikasi.
3. Penyelenggaraan Statistik Sektoral dilingkungan Provinsi.
4. Meningkatkan pengelolaan Persandian untuk Pengamanan Informasi Pemerintah Daerah.

c. Tujuan

1. Meningkatnya kualitas SDM Aparatur dibidang Komunikasi dan Informatika dalam Peningkatan Kinerja.

2. Meningkatnya tata kelola pemerintahan yang baik, bersih, transparan dan akuntabel melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi.
3. Meningkatkan Data Statistik Sektoral.
4. Meningkatkan pelayanan Informasi Publik yang transparan dan partisipatif.
5. Meningkatkan Persandian untuk Pengamanan Informasi.

#### 4.1.2. Struktur Organisasi Dinas Kominfo Provsu

Berikut ini struktur organisasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.

**Gambar 2. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara**



Sumber : Arsip Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu

#### 4.2. Hasil Wawancara

Hasil Penelitian diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber utama dari Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera

Utara yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si yang merupakan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu.

#### **4.2.1. Media Massa**

Jenis media massa yang telah menjalin kerjasama dengan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara sangatlah beragam, mencakup media cetak, media online, dan media elektronik. Dalam konteks media cetak, kerjasama tersebut meliputi kolaborasi dengan berbagai koran yang tersebar di wilayah tersebut. Di sisi media online, kerjasama terjalin dengan situs web berita dan platform sosial media yang memiliki audiens yang luas dan terdiversifikasi. Sementara itu, dalam ranah media elektronik, dinas tersebut menjalin kemitraan dengan sejumlah stasiun radio dan televisi yang memberikan liputan yang signifikan bagi informasi yang disampaikan oleh Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara.

Dalam Wawancara bersama narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si menjelaskan bahwa:

“Jenis media yang sudah bekerjasama dengan Dinas Kominfo Provsu yaitu Media Cetak, Media Online, dan Media Elektronik”.

Dengan menggandeng berbagai jenis media massa ini, dinas tersebut menunjukkan komitmen untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara komprehensif dan merata, mengakomodasi preferensi konsumen informasi yang beragam.

Namun, semakin banyaknya permintaan dari berbagai perusahaan media massa untuk bermitra memicu perlunya proses seleksi yang lebih teliti. Proses seleksi ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan media yang dipilih sebagai mitra memenuhi standar yang telah ditetapkan, sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Dewan Pers No. 03/Peraturan-DP/X/2019 tentang standar perusahaan pers.

Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“pada dasarnya Dinas Kominfo Provsu tidak pernah membatasi media massa yang ingin bekerjasama, namun semakin banyaknya permintaan perusahaan media massa yang ingin bekerjasama maka perlu dilakukan seleksi untuk menentukan perusahaan media massa yang bisa bekerjasama dengan Dinas Kominfo Provsu. Perusahaan media massa tersebut harus memenuhi kriteria sesuai dengan peraturan Dewan Pers No. 03/Peraturan-DP/X/2019 tentang standar perusahaan pers. Selain itu juga terverifikasi dewan pers, administratif dan bersifat faktual. Hal ini perlu diperhatikan agar dapat menyeleksi wartawan yang berkompeten sehingga berita/informasi yang dihasilkan, diharapkan bukan berita yang hoaks.”

Selain mempertimbangkan kriteria yang disebutkan dalam peraturan tersebut, Dinas Kominfo Provsu juga menekankan pentingnya verifikasi oleh Dewan Pers, kepatuhan administratif, dan kemampuan dalam menyajikan informasi yang faktual. Tujuan dari seleksi ini bukan hanya untuk memastikan bahwa berita yang disampaikan tidak bersifat hoaks, tetapi juga untuk memastikan bahwa wartawan yang bekerja dengan perusahaan media mitra memiliki kompetensi yang memadai dalam menjalankan tugas jurnalistik mereka dengan etika dan integritas yang tinggi.

#### **4.2.2. Strategi Komunikasi**

Dalam upaya menjalankan strategi komunikasi yang efektif dengan media massa, Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Provinsi Sumatera Utara mengadopsi serangkaian pendekatan yang luas dan beragam. Salah satunya adalah melalui rapat koordinasi dan diskusi reguler dengan perwakilan media massa. Dalam forum ini, mereka membahas berbagai isu terkini, pertukaran informasi, serta menciptakan saling pengertian yang lebih baik antara dinas dan para jurnalis.

Tak hanya itu, Kominfo Provinsi Sumatera Utara juga aktif menggelar konferensi pers untuk menyampaikan informasi penting kepada media massa. Melalui konferensi pers ini, mereka dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang kebijakan, program, atau kegiatan yang sedang dilakukan oleh pemerintah provinsi. Hal ini juga menjadi kesempatan bagi wartawan untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi langsung dari narasumber yang kompeten.

Selain berfokus pada interaksi langsung, dinas tersebut juga memberikan dukungan aktif kepada kegiatan-kegiatan jurnalistik melalui penyelenggaraan pelatihan atau workshop. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan profesionalisme para wartawan dalam melaksanakan tugas mereka. Dengan demikian, diharapkan informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat lebih akurat dan berimbang.

Tidak hanya memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, Kominfo Provinsi Sumatera Utara juga menyediakan fasilitas ruang pers yang dapat digunakan oleh media massa untuk keperluan liputan dan kegiatan jurnalistik lainnya. Ruang pers ini terletak di Kantor Gubernur Sumatera Utara, sehingga memudahkan akses bagi para wartawan dalam melaksanakan tugas mereka.

Selain itu, dinas tersebut juga secara aktif mengundang media massa untuk hadir dalam acara-acara yang diselenggarakan oleh pihaknya. Hal ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi media massa untuk meliput langsung kegiatan yang diadakan oleh dinas, tetapi juga memperluas jaringan kerjasama antara dinas dan media massa.

Terakhir, Kominfo Provinsi Sumatera Utara juga menjalin kerjasama dalam pembuatan konten bersama dengan media massa. Melalui kerjasama ini, mereka menciptakan konten-konten yang informatif dan relevan untuk disajikan kepada masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan komitmen dinas tersebut dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan media massa, serta meningkatkan aksesibilitas dan kualitas informasi yang disampaikan kepada publik.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Provsu dengan media massa biasanya diadakan rapat koordinasi atau diskusi,

konferensi pers. Selain itu juga kami mendukung kegiatan-kegiatan jurnalistik seperti pelatihan atau workshop. Dinas Kominfo Provsu juga menyediakan fasilitas ruang pers yang berada di Kantor Gubernur Sumatera Utara. Selain itu juga mengundang media massa dalam acara Dinas Kominfo Provsu agar media massa mendapat kesempatan untuk meliput kegiatan yang kami adakan. Kemudian juga dilakukan pembuatan konten bersama.”

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara didasarkan pada sejumlah faktor penting, termasuk tujuan kerjasama yang telah ditetapkan, serta kepentingan bersama antara dinas tersebut dan pihak media. Penetapan tujuan kerjasama ini menjadi landasan untuk merumuskan langkah-langkah komunikasi yang efektif guna mencapai hasil yang diharapkan. Selain itu, kepentingan bersama antara Dinas Kominfo Provsu dan pihak media menjadi faktor krusial yang memengaruhi strategi komunikasi yang diimplementasikan. Dengan memahami kepentingan bersama, dinas dan media dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Selain itu, strategi komunikasi juga mempertimbangkan penargetan media agar sesuai dengan audiens yang dituju. Dengan melakukan penelitian pasar dan analisis target audiens, dinas dapat mengidentifikasi media mana yang paling efektif untuk mencapai target audiens yang ditentukan. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan dapat lebih terarah dan efisien dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat secara tepat dan relevan

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina



Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Strategi komunikasi ditentukan berdasarkan beberapa faktor seperti tujuan kerjasama, kepentingan bersama antara Dinas Kominfo Provsu dengan pihak media. Kemudian penargetan media untuk sesuai target audiens.”

Hambatan utama yang dihadapi adalah kurangnya dana yang memadai untuk mendukung pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi. Hal ini mengakibatkan kendala dalam mengimplementasikan strategi-strategi tersebut secara optimal. Selain itu, permasalahan terkait alokasi waktu juga menjadi tantangan serius. Keterbatasan waktu dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi setiap kegiatan komunikasi dapat memengaruhi efektivitas keseluruhan strategi yang direncanakan. Oleh karena itu, manajemen sumber daya, baik itu finansial maupun waktu, menjadi kunci dalam mengatasi hambatan tersebut untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan dalam menjalankan strategi komunikasi yang direncanakan.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Hambatan yang paling utama yaitu anggaran yang tidak mencukupi untuk dilakukannya kegiatan-kegiatan strategi komunikasi tersebut. Kemudian waktu pelaksanaannya.”

#### **4.2.3. Focus Group Discussion**

Pada tahun lalu, Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara menyelenggarakan Focus Group Discussion (FGD) dengan para

media massa di Parapat. Kegiatan FGD ini merupakan salah satu upaya untuk memperkuat hubungan dengan media massa dan mendapatkan masukan yang berharga dari para jurnalis. Namun, untuk tahun ini, Dinas Kominfo menghadapi kendala karena terbatasnya anggaran yang tidak memungkinkan untuk melaksanakan kegiatan FGD kembali. Keputusan untuk tidak melanjutkan FGD tahun ini diambil karena pertimbangan keuangan yang tidak memadai. Meskipun demikian, Dinas Kominfo tetap berkomitmen untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan media massa meskipun dengan sumber daya yang terbatas, dan terus mencari alternatif lain dalam memperkuat kerjasama dengan para mitra media massa.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Tahun lalu Dinas Kominfo Provsu mengadakan Focus Group Discussion dengan para media massa di Parapat. Kegiatan FGD dilakukan sekali. Untuk tahun ini, FGD ditiadakan karena terkendala di anggaran yang tidak memadai untuk diadakannya kegiatan ini.”

Tujuan dari Focus Group Discussion (FGD) adalah untuk menciptakan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara dan media massa. Melalui FGD, dinas tersebut berupaya membangun pemahaman yang lebih baik antara kedua belah pihak, memungkinkan terciptanya komunikasi yang efektif dan saling menguntungkan. Selain itu, FGD juga bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara melalui media massa sesuai

dengan tujuan dan nilai yang ingin disampaikan. Dengan demikian, FGD menjadi sarana penting dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik melalui media massa memiliki kesesuaian dan akurasi yang optimal sesuai dengan visi dan misi dinas tersebut.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Tujuan dilaksanakannya FGD yaitu untuk menciptakan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan, membangun pemahaman yang lebih baik antara Dinas Kominfo Provsu dengan media massa serta memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dan nilai yang ingin di informasikan.”

Bagi Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara, Focus Group Discussion (FGD) tidak hanya berperan sebagai alat untuk mengevaluasi dampak dan efektivitas program atau kebijakan yang telah diterapkan, tetapi juga sebagai forum untuk mendapatkan masukan yang berharga guna perbaikan di masa depan. Selain itu, FGD juga dijadikan sebagai sarana untuk melakukan edukasi dan penyebaran informasi terkait kebijakan, program, atau perkembangan terbaru dalam bidang komunikasi dan informatika. Melalui FGD, dinas dapat menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi dan respons masyarakat terhadap program atau kebijakan yang telah diterapkan, serta menemukan area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Selain itu, FGD juga menjadi platform interaktif di mana dinas dapat menyampaikan secara langsung kepada peserta mengenai tujuan, manfaat, dan perkembangan terbaru dalam

bidang komunikasi dan informatika, sehingga memungkinkan terciptanya pemahaman yang lebih baik dan partisipasi yang lebih aktif dari masyarakat dalam mendukung upaya-upaya dinas tersebut.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Penyelenggaraan FGD diharapkan dapat menjadi salah satu instrumen penting untuk mendengarkan masukan langsung dari berbagai pihak terkait, memperoleh informasi yang lebih mendalam, dan membangun kebijakan yang lebih responsif dan efektif dalam bidang komunikasi dan informatika.”

#### **4.2.4. Konferensi Pers**

Pada tahun 2023, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu) mengadakan konferensi pers sebanyak 28 kali dengan media massa. Kegiatan ini sering dilaksanakan di dua lokasi utama, yaitu Aula Tengku Rizal Nurdin dan Kantor Gubernur Sumatera Utara (Gubsu). Konferensi pers tersebut menjadi platform penting bagi pemerintah untuk berinteraksi dengan media massa guna menyampaikan informasi terkini, kebijakan, dan program-program yang sedang dilaksanakan. Melalui konferensi pers ini, berbagai isu dan perkembangan terkini di Provinsi Sumatera Utara dapat disampaikan dengan lebih transparan dan akurat kepada masyarakat melalui berbagai media massa yang hadir. Dengan frekuensi yang tinggi dan kehadiran di dua lokasi yang strategis, konferensi pers tersebut menjadi salah satu upaya efektif dalam memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan media massa, serta

meningkatkan kesadaran publik akan berbagai isu penting yang terjadi di Provinsi Sumatera Utara.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Pada tahun 2023, konferensi pers yang diadakan Dinas Kominfo Provsu ada sebanyak 28 kali. Untuk lokasi pelaksanaannya kami sering mengadakan di Aula Tengku Rizal Nurdin dan Kantor Gubsu.”

### **Gambar 3. Hasil Rekapitan Kegiatan Konferensi Pers Dinas Kominfo Provsu dengan Media Massa Tahun 2023**

1	18 Januari 2023	Pelepasan 150 Abang Becak Untuk HPN
2	23 Januari 2023	Peluncuran Pra HPN & Expo Tahun 2023
3	27 Januari 2023	Persiapan Menjelang HPN 2023 di Sumut
4	7 Februari 2023	Konferensi Pers HPN di Mercure
5	8 Februari 2023	Konferensi Pers HPN di Mercure
6	9 Februari 2023	Konferensi Pers HPN di Mercure
7	10 Februari 2023	Konferensi Pers HPN di Mercure
8	13 Februari 2023	Pertemuan Forum Wartawan Unit Kantor Gubsu
9	2 Maret 2023	Program Pelatihan DLA Kemenkominfo
10	9 Maret 2023	Rapat TPID
11	27 Maret 2023	Silaturahmi Forum Wartawan
12	31 Maret 2023	Peletakan Batu Sport Center
13	3 April 2023	Ketersediaan Bahan Pokok
14	4 April 2023	Penyediaan Rumah
15	5 April 2023	Persiapan Angkutan Mudik
16	10 April 2023	Ketersediaan Pangan
17	12 April 2023	Musrenbang
18	13 April 2023	Kesiapan dan Antisipasi Titik Rawan Bencana di Jalur Mudik
19	14 April 2023	HUT Pemprovsu
20	11 Juni 2023	Penyelenggaraan PRSU 2023
21	13 Juni 2023	Persiapan Jelang Akhir PRSU 2023
22	16 Juni 2023	Scam Online
23	27 Juni 2023	Diskusi Terpumpun Wartawan Sumut
24	20 Juni 2023	Kampung beasiswa
25	17 Agustus 2023	Pawai Kemerdekaan
26	6 Oktober 2023	Rangkaian Bus KPK
27	18 Oktober 2023	Persiapan Penyelenggaraan Roadshow KPK
28	26 Oktober 2023	Roadshow KPK PRSU

Sumber : Arsip Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu

Tujuan dilaksanakannya konferensi pers dengan media massa adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan luas

mengenai suatu peristiwa atau isu tertentu. Melalui konferensi pers, para pembuat keputusan, pejabat pemerintah, atau perwakilan organisasi dapat menjelaskan kebijakan, program, atau peristiwa yang relevan dengan transparan kepada media, yang kemudian akan disampaikan kepada khalayak melalui berbagai platform media massa. Selain itu, konferensi pers juga menjadi sarana bagi media untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi langsung, sehingga meningkatkan akurasi dan keberimbangan dalam pemberitaan.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Tujuan pelaksanaan kegiatan konferensi pers dengan media massa adalah untuk memberikan informasi kepada media massa tentang berbagai hal, seperti kebijakan baru, produk atau layanan baru, peristiwa penting, penemuan terbaru, atau pernyataan resmi, mengklarifikasi dan memperjelas situasi secara terstruktur dan resmi kepada publik melalui media, serta membangun mitra dengan media massa.”

Dalam penyelenggaraan konferensi pers tersebut, Dinas Kominfo Provsu berharap dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada media massa serta masyarakat umum mengenai kebijakan, program, dan berbagai hal terkait dengan pelayanan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Provinsi Sumatera Utara, termasuk informasi tentang upaya penanggulangan stunting. Selain itu, mereka juga berharap konferensi pers dapat menjadi sarana untuk membangun hubungan yang baik antara

pemerintah daerah dan media massa dalam hal penyebaran informasi yang berkualitas tentang isu-isu dalam provinsi demi meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya pencegahan.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Harapan Dinas Kominfo Provsu dengan diadakannya konferensi pers dengan media adalah dapat meningkatkan transparansi dan keterbukaan dalam penyampaian informasi kepada publik dan mengatasi potensi miskomunikasi. Selain itu dapat menyebarluaskan pencapaian dan program-program yang telah dilakukan Pemerintah Provinsi Sumatera Utara serta dapat membangun citra positif di mata masyarakat, media maupun pemangku kepentingan.”

#### **4.2.5. Publikasi Informasi**

Pada tahun 2023, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu) menjalin kerjasama yang erat dengan sebanyak 102 perusahaan media massa yang telah memenuhi syarat dan menjadi mitra resmi. Kerjasama ini mencakup berbagai jenis media massa, mulai dari cetak, online, hingga elektronik, yang memberikan liputan terkait berbagai kegiatan dan informasi yang berkaitan dengan Provinsi Sumatera Utara. Kemitraan ini menjadi penting dalam memastikan penyampaian informasi yang akurat, transparan, dan tepat waktu kepada masyarakat luas. Dengan kerjasama yang kuat antara Dinas Kominfo dan media massa, diharapkan informasi-informasi penting terkait kebijakan, program, serta berbagai peristiwa di Provinsi Sumatera Utara dapat tersampaikan secara efektif dan merata kepada masyarakat, sehingga

meningkatkan kesadaran publik dan partisipasi dalam pembangunan daerah. Alin kerjasama dengan mitra-mitra lainnya dalam upaya menyebarkan informasi kepada masyarakat. Meskipun tidak terlibat dalam kemitraan langsung dengan Kominfo, media publikasi tetap berperan dalam mengkomunikasikan pesan-pesan yang relevan kepada khalayak melalui berbagai platform yang tersedia.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Media massa yang sudah memenuhi syarat dan sudah menjadi mitra Dinas Kominfo Provsu pada tahun 2023 yaitu sebanyak 102 perusahaan media massa.”

Selain itu Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu) telah memanfaatkan beragam platform publikasi melalui mitra media massa untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat pada tahun 2023. Dalam upaya memperluas jangkauan dan mendukung aksesibilitas informasi, Provsu aktif menggunakan media online seperti sosial media, di mana berbagai informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat yang terkoneksi dengan internet. Selain itu, media cetak seperti koran, baliho, dan spanduk turut menjadi sarana efektif dalam menjangkau audiens secara luas di berbagai wilayah. Tak hanya itu, media elektronik seperti televisi dan radio juga dimanfaatkan untuk mencapai audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak memiliki akses internet. Dengan berbagai platform publikasi ini,



Dinas Kominfo Provsu dapat memastikan bahwa informasi-informasi penting terkait kebijakan, program pemerintah, dan peristiwa daerah dapat tersampaikan secara merata dan efektif kepada masyarakat Sumatera Utara.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Publikasi yang digunakan Dinas Kominfo Provsu melalui mitra media massa itu ada media online seperti sosial media, website media online. kalau media cetak seperti koran, media luar ruang ada baliho dan spanduk. Selain itu juga ada media elektronik seperti tv dan radio.”

#### **Gambar 4. Publikasi Informasi pada Media Luar Ruang**



Gambar 5. Publikasi Informasi pada Media Cetak



Gambar 6. Publikasi Informasi pada Media Online

Dalam menjalankan strategi publikasi, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (ProvSU) memperhatikan konteks dan kepentingan acara yang sedang berlangsung. Penjadwalan publikasi media disesuaikan dengan berbagai acara penting, peringatan hari nasional, pengumuman informasi terkait kebijakan dan program pemerintah, serta pemberitahuan-pemberitahuan khusus yang perlu disampaikan kepada masyarakat. Dengan pendekatan yang kontekstual ini, ProvSU dapat mengoptimalkan efektivitas dan dampak dari setiap publikasi yang dilakukan, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan tepat oleh audiensnya. Hal ini memastikan bahwa pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh pemerintah daerah dapat tersebar dengan lebih luas dan efisien, serta mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Publikasi media dijadwalkan dalam berbagai waktu tergantung pada konteksnya misalnya acara penting, peringatan hari nasional, pengumuman berbagai informasi, maupun pemberitahuan tertentu.”

Publikasi informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (ProvSU) memiliki beberapa tujuan utama. Pertama-tama, tujuan utama dari publikasi adalah untuk menyebarkan informasi yang relevan dan penting kepada masyarakat

secara luas. Dengan menyampaikan informasi tersebut, pemerintah daerah dapat memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang cukup terhadap berbagai kebijakan, program, dan peristiwa yang terjadi di Provinsi Sumatera Utara. Selain itu, melalui publikasi, Provsu juga bertujuan untuk membangun opini publik yang positif terhadap kebijakan dan program yang dilaksanakan, serta untuk memperkuat dukungan masyarakat terhadap upaya pembangunan daerah. Selain itu, publikasi juga menjadi sarana untuk mengedukasi masyarakat tentang berbagai isu dan perkembangan terkini, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka akan berbagai masalah dan potensi di daerah tersebut. Terakhir, publikasi juga digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan penting, seperti himbauan keselamatan, peringatan bencana, atau informasi-informasi yang bersifat mendesak dan memerlukan respons cepat dari masyarakat. Dengan demikian, melalui berbagai kegiatan publikasi, Provsu bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat Sumatera Utara tetap terinformasi, terlibat, dan berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan kemajuan daerah mereka.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Tujuan dilaksanakannya publikasi informasi adalah menyebarkan informasi, membangun opini publik, mengedukasi masyarakat, maupun menyampaikan pesan penting.”

Setiap tahunnya, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu) menyesuaikan strategi publikasi mereka sesuai dengan anggaran yang tersedia. Pengaturan anggaran ini memungkinkan Provsu untuk merancang dan melaksanakan berbagai jenis publikasi yang beragam, yang dapat mencakup media cetak, online, serta media elektronik. Dengan pendekatan ini, Provsu dapat menyesuaikan prioritas publikasi dan alokasi anggaran untuk memaksimalkan dampak dari setiap kampanye informasi yang dilakukan. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, meskipun dalam kondisi keterbatasan anggaran. Dengan strategi yang fleksibel ini, Provsu dapat terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan tantangan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Sumatera Utara, sambil tetap memastikan pengelolaan keuangan yang efisien dan bertanggung jawab.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Publikasi yang dilakukan Dinas Kominfo Provsu setiap tahunnya berbeda beda menyesuaikan anggaran yang tersedia untuk publikasi.”

Media online, khususnya sosial media, telah menjadi salah satu alat komunikasi paling efektif bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu). Platform sosial media memberikan kesempatan yang luas untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, memungkinkan Provsu untuk menyampaikan

informasi secara cepat dan langsung kepada audiens yang berasal dari berbagai kalangan. Dengan kemampuan untuk berbagi berita, video, gambar, dan informasi lainnya dengan cepat, sosial media menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada audiens yang luas. Selain itu, platform ini juga memungkinkan Provsu untuk mempromosikan kebijakan pemerintah dengan lebih efisien, menghasilkan kesadaran yang lebih besar dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Melalui strategi yang tepat dan kreatif dalam menggunakan media online, Provsu dapat memaksimalkan dampak dari setiap kampanye informasi yang mereka luncurkan, sambil tetap menjaga keterlibatan dan partisipasi aktif dari masyarakat Sumatera Utara.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Saat ini media online merupakan media massa paling efektif bagi Dinas Kominfo Provsu. Sosial media memberikan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, menyebarkan informasi cepat untuk mencapai audiens yang luas dari berbagai kalangan, serta dalam mempromosikan kebijakan pemerintah.”

Terkait dengan mengukur efektivitas suatu media melibatkan beberapa pendekatan yang meliputi survei, analisis data, dan evaluasi konten. Pertama, survei dapat dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media tersebut. Survei ini dapat memberikan wawasan tentang seberapa efektif pesan telah disampaikan dan dipahami oleh audiens target. Selanjutnya, analisis data dilakukan

dengan mengamati tren pembaca/pemirsa atau pendengar dari waktu ke waktu, serta memperhatikan jumlah pengikut, like, share, dan komentar di platform media sosial. Data ini memberikan indikasi interaksi dan keterlibatan masyarakat terhadap konten yang disampaikan. Terakhir, analisis konten dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian pesan yang disampaikan dengan target audiens yang dituju. Hal ini melibatkan evaluasi terhadap isi dan gaya komunikasi, serta memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan relevan dan menarik bagi audiens target. Dengan kombinasi pendekatan ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu) dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas media yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Mengukur keefektifan suatu media dengan cara survei, analisis data dengan mengamati tren pembaca/pemirsa atau pendengar dari waktu ke waktu, mengamati jumlah pengikut, like, share, dan komentar dapat memberikan indikasi interaksi dan keterlibatan, serta melakukan analisis konten, apakah pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan target audiens yang dituju.”

Ketidakefektifan suatu media bisa disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah konten yang tidak relevan atau bias. Media massa sering kali cenderung menyajikan berita dengan sudut pandang tertentu atau memihak pada suatu pihak, sehingga mengurangi kepercayaan dan minat audiens. Solusi untuk mengatasi

hal ini adalah dengan memastikan konten yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat audiensnya. Selain itu, media massa juga perlu mengikuti perkembangan teknologi agar tetap menarik bagi audiens. Namun, jika tidak mampu mengikuti perkembangan tersebut, media massa bisa kehilangan daya tariknya. Oleh karena itu, inovasi dalam teknologi menjadi kunci, seperti melalui pemanfaatan media sosial, podcast, atau platform digital untuk tetap relevan dan menarik bagi audiens.

Kesesuaian dengan penjelasan narasumber yaitu Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si memaparkan bahwa:

“Yang menjadi penyebab ketidakefektifan suatu media yaitu konten yang tidak relevan atau bias. Media massa sering kali memiliki kecenderungan untuk menyajikan berita dengan sudut pandang tertentu atau memihak pada suatu pihak. Solusinya media massa harus memastikan konten yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat audiensnya. Kemudian media massa tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi akibatnya kehilangan daya tarik audiens. Solusinya media massa harus berinovasi dalam teknologi misalnya melibatkan pemanfaatan media sosial, podcast, atau platform digital.”.

#### **4.3. Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dengan media massa menunjukkan bahwa ada dukungan terbuka dari Pemerintah Provinsi Sumatera Utara terhadap kemerdekaan pers. Dukungan terhadap kemerdekaan pers tersebut ditunjukkan oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam wawancaranya bersama wartawan. Pernyataan dari Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Sumatera Utara tersebut



menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Sumatera Utara telah berkoordinasi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menunjukkan dukungannya secara konkrit terhadap pers media massa. Dukungan konkrit berupa pemberian fasilitas kepada awak pers menjadi salah satu bentuk kerja sama antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dan Dinas Komunikasi dan Informatika dengan pihak media massa.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Gubernur Sumatera Utara Edy Rahmayadi menyatakan bahwa peran pers dalam pemerintahan sangat besar, baik dalamewartakan agenda pemerintahan ataupun memberi saran dan kritik bagi pemerintah.

Selain itu, Gubernur Sumatera Utara juga menyatakan kinerja pemerintah perlu ditunjang oleh media massa dan pers, sebab kinerja pemerintah dalam pembangunan tidak akan diketahui oleh masyarakat jika tidak disampaikan melalui media.

Kesesuaian hasil penelitian ini dengan hasil penelitian lainnya dapat dilihat pada bagian 4.2.2.1. dalam jurnal "Kebijakan Komunikasi di Indonesia" karya Aritonang (2011). Dalam jurnal tersebut, penelitian menunjukkan bahwa kemitraan publik atau kemitraan publik-privat (PPP) merupakan paradigma kerja sama kolaboratif antara pemerintah dan sektor swasta dengan tujuan utama meningkatkan penyediaan layanan kepada masyarakat. Model kemitraan yang dapat mengantisipasi dan merespons secara optimal terhadap beragam kebutuhan layanan publik juga diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk menyeimbangkan dominasi yang mungkin

terjadi dari pihak pemerintah atau pasar dalam penyediaan barang dan jasa publik. Collaborative governance adalah sebuah pengaturan yang mengatur satu atau lebih lembaga publik yang secara langsung terlibat dengan pemangku kepentingan nonpublik dalam proses pengambilan keputusan kolektif. Proses tersebut bersifat formal, berorientasi konsensus, dan musyawarah, serta bertujuan membuat atau mengimplementasikan kebijakan publik atau mengelola program atau aset publik (Ansell & Gash, 2008, h. 544). Dalam rangka mencapai sebuah tujuan, kerja sama antar organisasi merupakan suatu hal yang biasa terjadi. Kerja sama dapat dilakukan antara instansi pemerintah dengan badan usaha dan juga antara lembaga swadaya masyarakat dengan perguruan tinggi. Tujuan masing-masing organisasi dan tujuan bersama dapat tercapai melalui sinergi kegiatan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Salah satu contoh adalah kolaborasi antara pemerintah daerah dan perusahaan daerah dalam kasus perbankan lokal dan pemerintah daerah dalam rangka pemberdayaan pengusaha mikro di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi (Agus, 2019).

Pada saat ini, media merupakan sarana yang sangat penting untuk menginformasikan, mengedukasi, dan mengumpulkan informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Media massa juga memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, membentuk opini, dan memicu perubahan sosial. Dengan peran media massa yang signifikan, kemitraan publik antara pemerintah dan media massa adalah salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengatur dan mengatur informasi yang disampaikan kepada

masyarakat.

Penelitian yang berkaitan dengan kemitraan publik antara pemerintah dan media massa juga menunjukkan bahwa kemitraan publik ini dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan transparansi, meningkatkan kinerja, dan membantu pemerintah dalam mengatur informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Kemitraan publik juga dapat membantu pemerintah dalam mengatur informasi yang disampaikan kepada masyarakat dengan tujuan agar informasi yang disampaikan adalah informasi yang benar, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hasil wawancara dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Provsu), terungkap bahwa terdapat berbagai jenis media massa yang telah menjalin kerjasama dengan dinas tersebut. Media massa yang terlibat meliputi media cetak, media online, dan media elektronik. Kerjasama ini mencakup kolaborasi dengan koran, majalah, situs web berita, platform sosial media, stasiun radio, dan televisi yang tersebar di wilayah Sumatera Utara. Dengan menggandeng berbagai jenis media massa, dinas tersebut berkomitmen untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara komprehensif, mengakomodasi preferensi konsumen informasi yang beragam.

Proses seleksi mitra media massa dilakukan dengan teliti, mempertimbangkan standar yang telah ditetapkan dalam Peraturan Dewan Pers. Dinas Kominfo Provsu menekankan pentingnya verifikasi oleh Dewan Pers, kepatuhan administratif, dan kemampuan dalam menyajikan informasi

yang faktual. Hal ini tidak hanya untuk memastikan bahwa berita yang disampaikan tidak bersifat hoaks, tetapi juga untuk memastikan bahwa wartawan yang bekerja dengan perusahaan media mitra memiliki kompetensi yang memadai dalam menjalankan tugas jurnalistik mereka dengan etika dan integritas yang tinggi.

Dalam menjalankan strategi komunikasi dengan media massa, Dinas Kominfo Provsu mengadopsi pendekatan yang luas dan beragam. Mereka melibatkan rapat koordinasi dan diskusi reguler dengan perwakilan media massa, menggelar konferensi pers, memberikan dukungan kepada kegiatan jurnalistik melalui pelatihan, menyediakan fasilitas ruang pers, serta menjalin kerjasama dalam pembuatan konten bersama. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memastikan penyampaian informasi yang akurat, transparan, dan tepat waktu kepada masyarakat, serta untuk meningkatkan kualitas jurnalisme dan hubungan yang saling menguntungkan antara dinas dan media massa.

Hambatan utama yang dihadapi dalam menjalankan strategi komunikasi adalah kurangnya dana yang memadai dan keterbatasan waktu dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi setiap kegiatan komunikasi. Namun, Dinas Kominfo Provsu tetap berkomitmen untuk mengatasi hambatan tersebut dengan manajemen sumber daya yang efisien dan mencari alternatif lain dalam memperkuat kerjasama dengan media massa.

Dengan penyelenggaraan Focus Group Discussion (FGD), dinas tersebut bertujuan untuk membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara Dinas Kominfo Provsu dan media massa. FGD juga

menjadi sarana untuk mendapatkan masukan yang berharga dari para jurnalis, memperbaiki kualitas informasi yang disampaikan, dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dan nilai yang ingin disampaikan.

Dalam hal publikasi informasi dengan media massa, Dinas Kominfo Provsu memanfaatkan beragam platform publikasi melalui mitra media massa, termasuk media cetak, online, dan elektronik. Penjadwalan publikasi disesuaikan dengan konteks dan kepentingan acara yang sedang berlangsung, serta prioritas publikasi yang telah ditetapkan. Melalui publikasi informasi, dinas tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi yang relevan, membangun opini publik yang positif, mengedukasi masyarakat, serta menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat.

Dalam mengukur keefektifan media massa, Dinas Kominfo Provsu menggunakan pendekatan yang melibatkan survei, analisis data, dan evaluasi konten. Survei digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, analisis data digunakan untuk mengamati tren pembaca/pemirsa atau pendengar dari waktu ke waktu, serta analisis konten digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian pesan yang disampaikan dengan target audiens yang dituju.

Ketidakefektifan suatu media bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti konten yang tidak relevan atau bias. Solusi untuk mengatasi hal ini adalah dengan memastikan konten yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat audiensnya, serta mengikuti perkembangan teknologi

agar tetap menarik bagi audiens. Inovasi dalam teknologi menjadi kunci untuk tetap relevan dan menarik bagi audiens.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalin Kerjasama dengan Media Massa, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu dalam menjalin kerjasama dengan Media Massa melalui *Focus Group Discussion*, Konferensi Pers, dan Publikasi informasi
2. Strategi Komunikasi yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menyebarkan informasi publik dari pemerintah daerah kepada masyarakat melalui media massa. Hal ini diharapkan agar mampu memperluas jangkauan serta meningkatkan citra pemerintah di mata masyarakat.
3. Kerjasama yang terjalin tidak hanya berdampak positif pada hubungan dengan media massa, tetapi juga pada pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah daerah.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian "Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalin

Kerjasama dengan Media Massa" dapat disarankan hal-hal berikut ini:

1. Diperlukan diverifikasi strategi komunikasi: Selain kegiatan seperti Focus Group Discussion, Konferensi Pers, dan Publikasi informasi, dinas dapat mempertimbangkan penggunaan platform digital dan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.
2. Melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang digunakan dan melakukan perubahan yang diperlukan berdasarkan umpan balik dari media massa dan masyarakat.
3. Mengembangkan keterlibatan masyarakat: Dinas dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi dengan melibatkan mereka dalam diskusi publik, forum, atau kegiatan partisipatif lainnya untuk memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat.
4. Pelatihan dan Workshop untuk Wartawan: Untuk meningkatkan pemahaman wartawan mengenai kebijakan dan program yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, dapat diadakan pelatihan dan workshop khusus. Materi yang diberikan dapat mencakup penjelasan mendalam mengenai kebijakan, teknologi informasi terkini, atau isu-isu terkait yang sedang berkembang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. T. 2020. Model Public Private Partnership Penyediaan Infrastruktur Pelayanan Publik: Pengalaman Indonesia dan India. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 9(2), 102. <https://doi.org/10.31314/pjia.9.2.102-114.2020>.
- Agus M.Hardjana, 2016. Ilmu Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ahmadi, R. 2016. Metode penelitian kualitatif. Yogyakarta. Ar-ruzz Media.
- Ansell, C., Gash, A. 2008. Collaborative Governance in Theory and Practice (*Journal of Public Administration Research and Theory*), 18(4), 543-571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>.
- Ardianto, E. L. 2017. Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi). Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Ardiyanti, H. 2020. Komunikasi Media Yang Efektif Pada Pandemi Covid-19. *Info Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis DPR RI*, 12(7), 25–30.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Aritonang, A. I. 2011. Kebijakan Komunikasi di Indonesia: Gambaran Implementasi UU No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Komunikasi*, Volume 1, Nomor 3, Juli 2011
- Ary, Donald. 1982. Pengantar Penelitian dalam Pendidikan. (Terjemahan Arief Furchan). Surabaya: Usaha Nasional.
- Aulia, F. 2023. *Gubernur Edy Rahmayadi Buka Pameran Hari Pers Nasional 2023*. Info Sumut. <https://infosumut.id/gubernur-edy-rahmayadi-buka-pameran-hari-pers-nasional-2023/>
- Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. 2015. Penelitian kualitatif dan desain riset: Memilih diantara lima pendekatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendi, O. U. 2000. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana, MA. 2002. Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. ILMU KOMUNIKASI : Teori dan Praktek. Bandung : Rosdakarya.

- Fatmawati, F. 2011. *Kemitraan Dalam Pelayanan Publik: Sebuah Penjelajahan Teoritik*. Otoritas : Jurnal Ilmu Pemerintahan, 1(2). <https://doi.org/10.26618/ojip.v1i2.23>
- Ferdian, R. A., & Darwinsyah, M. 2022. Efektivitas Government Public Relation Television Di Indonesia. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 4(1), 27. <https://doi.org/10.33376/ic.v4i1.1122>
- Guntara, I. 2018. *Pemprov Sumut Dukung Ajang Pelatihan Jurnalistik Nasional Pers Mahasiswa*. Medan Bisnis Daily. <https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2018/10/31/56173/pemprov-sumut-dukung-ajang-pelatihan-jurnalistik-nasional-pers-mahasiswa/>
- Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. 2023. *Pemprov Sumut Dukung Kemerdekaan Pers*. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. <https://sumutprov.go.id/artikel/artikel/pemprov-sumut-dukung-kemerdekaan-pers>
- Priantoro, B. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Whatsapp (Studi Kasus Garuda Indonesia Solo). *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5783>
- Riswandi, 2009. *Ilmu Komunikasi (cetakan Pertama)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Silalahi, Dr. Ulber, MA. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wijaya, I. S. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan, XVIII(VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA)*, 53–61. [https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera\\_journal/article/view/428](https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428)

## LAMPIRAN

### A. Pedoman Wawancara

**Judul : Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Media Massa**

1. Jenis media massa apa saja yang sudah menjalin kerjasama dengan dinas kominfo provsu ?
2. Apa saja kriteria media massa untuk dijadikan mitra dinas kominfo provsu ?
3. Strategi komunikasi apa yang dilakukan Dinas Kominfo Provsu untuk dapat menjalin kerjasama dengan media massa ?
4. Berdasarkan apa strategi komunikasi tersebut ditentukan Dinas Kominfo Provsu ?
5. Apa hambatan yang dihadapi Dinas Kominfo Provsu dalam menjalankan strategi komunikasi tersebut ?
6. Apa tujuan dilaksanakannya Focus Group Discussion dengan media massa ?
7. Kapan, dimana dan berapa kali dilaksanakannya Focus Group Discussion dengan media massa ?
8. Apa yang diharapkan Dinas Kominfo Provsu dari penyelenggaraan Focus Group Discussion tersebut ?
9. Apa tujuan dilaksanakannya konferensi pers dengan media massa ?
10. Kapan, dimana dan berapa kali dilaksanakannya konferensi pers dengan media massa ?
11. Apa yang diharapkan Dinas Kominfo Provsu dari penyelenggaraan konferensi pers tersebut ?
12. Berapa banyak media publikasi yang bekerja sama dengan Dinas Kominfo Provsu ?
13. Publikasi apa saja yang digunakan Dinas Kominfo Provsu ?
14. Kapan dijadwalkan publikasi tersebut ?
15. Apa tujuan dilaksanakannya publikasi informasi dengan media massa ?
16. berapa kali dilaksanakannya publikasi informasi dengan media massa ?
17. Media massa apa yang efektif dan tidak efektif ?
18. Bagaimana cara mengukur keefektifan media massa tersebut ?
19. Apa yang menjadi penyebab ketidakefektifan media massa tersebut dan bagaimana solusinya ?

## B. Dokumentasi Foto



**Keterangan: Wawancara dengan Ibu Harvina Zuhra STP, M.Si selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara.**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

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

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN**  
**JUDUL SKRIPSI**

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

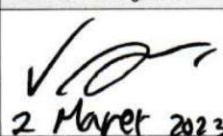
Medan, 2 Februari 2023

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Siti Widya Utami  
N P M : 2103110307P  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 142 sks, IP Kumulatif 3,59

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Kemitraan Publik Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dalam Menjalani Kerjasama dengan Media Massa Melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Provsu	 2 Maret 2023
2	Analisis Wacana Iklan Advertorial "3 Tahun Kinerja Edy-Ijeck Sukses Pimpin Sumut" di Surat Kabar SIB	
3	Komunikasi Organisasi antara Atasan dan Bawahan dalam Meningkatkan Kinerja di Dinas Kominfo Provsu	

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.*

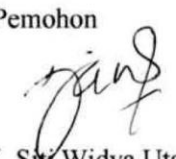
Rekomendasi Ketua Program Studi :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 08 Maret 2023

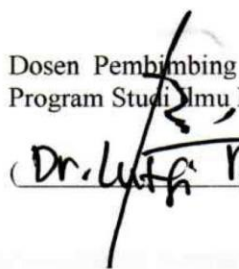
Ketua,

NIDN:

Pemohon

  
( Siti Widya Utami )

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi Ilmu Komunikasi

  
( Dr. Lutfi Nasit )





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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

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

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 405/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **02 Maret 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **SITI WIDYA UTAMI**  
N P M : 2103110307P  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN MEDIA MASSA**  
Pembimbing : **Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.IKom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 094.21P.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 02 Maret 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 15 Sya'ban 1444 H  
08 Maret 2023 M

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



**Tembusan :**

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





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) 📍 [umsu.medan](#) 📷 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, ... 15 Januari ... 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Siti Widya Utami  
N P M : 2103 110307P  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 405.../SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal ... 0 Maret 2023 .. dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK PEMERINTAH PROVINSI  
SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN MEDIA  
MASSA MELALUI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Mengetujui :

Pembimbing

(Dr. Ulfat Basit)

NIDN:

Pemohon,

(Siti Widya Utami)







**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 168/UM/ID/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Selasa, 23 Januari 2024  
 Waktu : 09.00 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	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
16	SHOLAHUDDIN AL AYYUBI	1803110134	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA TEBING TINGGI DALAM PENCEGAHAN PERNIKAHAN USIA DINI DI KECAMATAN PADANG HULU
17	AGIL TRI HAYUNINGTYAS	1803110170	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAFE TENANG KOTA MEDAN
18	THERESIA NUQE LAURIN	1903110359	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT LUBUK PAKAM TENTANG PASANGAN CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN PADA PEMILU TAHUN 2024
19	D. JEGEDHIS WARAN SHAGI	1903110085	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI STATUS SOSIAL DALAM FILM PENDEK "KTP" KARYA ADITYA AHMAD PADA CHANNEL YOUTUBE BPMTP
20	<b>SITI WIDYA UTAMI</b>	2103110307P	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN MEDIA MASSA MELALUI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVSU

Medan, 08 Rajab 1445 H  
20 Januari 2024 M



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



BR00PT





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

**UMSU**  
 Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Dia menjajaki sunat ni agar diebuskan  
 nomor dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisip.umsu.ac.id>    [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id)    [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)    [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)    [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan)    [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Siti Widya Utami  
 NPM : 2103110307P  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Strategi komunikasi kemitraan publik dinas komunikasi dan informatika provinsi Sumatera Utara dalam menjalin kerjasama dengan Media Massa

No	Tanggal	Kegiatan Advis / Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	8/3/2023	penetapan judul skripsi	
2.	9/11/2023	Bimbingan proposal Bab 1 - 3	
3.	28/11/2023	Revisi proposal	
4.	7/12/2023	Acc seminar proposal	
5.	5/2/2024	Bimbingan Hasil seminar proposal	
6.	28/2/2024	Bimbingan penyusunan pertanyaan wawancara	
7.	1/3/2024	Acc draft pertanyaan wawancara	
8.	28/3/2024	Bimbingan skripsi Bab 4 - 5	
9.	18/4/2024	Revisi skripsi Bab 4 - 5	
10.	22/4/2024	Acc sidang skripsi	

Dekan  
  
 (Dr. Anam Saleh, S.Sos, M.Sp)  
 NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi  
  
 (Alkhyar Anhari, S.Sos, M.Ikan)  
 NIDN: 0127048401

Medan, ..... April ..... 2024  
 Pembimbing  
  
 (D. Lutfi Basit, S.Sos, M.Ikan)  
 NIDN: 012067106



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

Sik-10



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**

Nomor : 790/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

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

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
11	SITI WIDYA UTAMI	2103110307P	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. JUNAIDI, S.PdJ, M.SI	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN MEDIA MASSA
12	SEINYA SALSABILA	2003110023	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. JUNAIDI, S.PdJ, M.SI	PENGARUH MENONTON DEBAT CAPRES 2024 TERHADAP SIKAP MEMILIH MASYARAKAT DI DESA MEDAN KRIO
13	NINDYA AULIA PUTRI	2003110082	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS MAKNA VISUAL IKLAN PANTENE "RAMBUT CAPEK, KEANU AGL" DI CHANNEL YOUTUBE PANTENE INDONESIA
14	CYNTHIA SINJI	2003110067	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. JUNAIDI, S.PdJ, M. SI	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS ISI PESAN IKLAN CHANNEL YOUTUBE SOLUSI BCA "DON'T KNOW? KASH NO"
15	RIZKA AMANDA	2003110137	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI NILAI NASIONALIS PADA FILM PENDEK "PUSAKAKU INDONESIA" DAN "NASIONALIS DONG" DI CHANNEL YOUTUBE

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

Rektor  
 Wakil Rektor I  
 Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

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



Panitia Ujian

Sekretaris

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

Medan, 12 Dzulqaidah 1445 H

20 Mei 2024 M

