

**PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA
MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN
PILKADA 2020**

SKRIPSI

Oleh :

BAMBANG RIZKI PRAYOGA SIMARMATA

NPM : 1603110238

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**




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 adalah :

Nama : Bambang Rizki Prayoga Simarmata
NPM : 1603110238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Senin, 23 November 2020
Waktu : 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI


PENGUJI I : Dr. LEYLIA KKHAIRANI, M.Si ()
PENGUJI II : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom ()
PENGUJI III : Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A ()

PANITIA PENGUJI

Ketua


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Sekretaris


Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

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

Nama Lengkap : Bambang Rizki Prayoga Simarmata
NPM : 1603110238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Pilkada 2020


Medan, 23 November 2020

Pembimbing


Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

Dekan


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Bambang Rizki Prayoga Simarmata, NPM 1603110238, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

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

Medan, 23 November 2020

Yang Menyatakan


BAMBANG RIZKI PRAYOGA SIMARMATA

PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2020

**Bambang Rizki Prayoga Simarmata
1603110238**

ABSTRAK

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan sebuah ajang pesta demokrasi yang merepresentasikan hak-hak rakyat dalam sebuah pemilihan pimpinan baik di tingkat daerah dan tingkat nasional. Masih banyak persoalan terkait kesadaran masyarakat untuk terlibat dan menggunakan hak-hak suaranya karena pengalaman-pengalaman politik yang dipraktikkan oleh penguasa. Oleh karena itu KPU sebagai penyelenggara memiliki tugas untuk mensukseskan pesta demokrasi ini melalui peran humas dalam menjembatani dan memberikan informasi-informasi yang konstruktif kepada masyarakat untuk meyakinkan masyarakat secara sukarela memberikan hak suaranya pada Pilkada Kota Medan tahun 2020. Tujuan penelitian ini meliputi: 1). Mengidentifikasi tugas dan tanggung jawab Humas KPU dalam mensosialisasikan Pilkada 2020; 2). Menganalisis bentuk-bentuk sosialisasi yang dilakukan Humas KPU dalam mensosialisasikan Pilkada 2020. Metode yang digunakan untuk menggali data ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengenalan sasaran komunikasi diketahui bahwa sebelum melakukan sosialisasi pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Medan maka dilakukan rapat guna merencanakan sosialisasi yang akan diselenggarakan serta objek yang akan dituju untuk sosialisasi. Dari pemilihan media komunikasi dilakukan dengan membuat selebara-selebaran atau pamphlet mengenai pilkada Kota Medan guna menambah informasi bagi masyarakat yang membacanya dan dapat membantu melancarkan sosialisasi. Dari pengkajian tujuan pesan komunikasi diketahui pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan sosialisasi Pilkada Kota Medan harus lebih fokus terutama dalam menyampaikan tujuan dari sosialisasi. Peran humas dalam komunikasi dapat dilihat dari dampak positif yang dihasilkan dalam sosialisasi pilkada yang mana semua pihak yang terkait dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsi yang telah ditetapkan sebelum sosialisasi dilakukan.

Kata Kunci: Peran Humas KPU, Mensosialisasikan Pilkada 2020

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul Peran Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Pilkada 2020 tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewah yaitu Ayahanda Jamaluddin simarmata dan Ibunda Sri nurmawarni, engkau adalah orang tua nomor satu di dunia ini. Serta kakek nenek dan adik penulis Jasmani, katijah, dan syella agustiana simarmata yang merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak penulis lahir hingga sekarang.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Anang Anas Azhar, M.A selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
6. Fatur Rahman Panjaitan dan Novita Belia Munthe yang bersedia direpotkan dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Komisi pemilihan umum kota medan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh Staff KPU yang telah meyambut baik penulis
9. Teman-teman saya yang tergabung dalam grup “adventure”, Novita belia munthe, ayu, Bang ryan, Fathur, Fazar, Wahyu, Bagus, Rendi, Deaneira, dan Rizki pratama..

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
2.1 Rumusan Masalah.....	3
3.1 Tujuan Penelitian	3
4.1 Manfaat Penelitian	3
5.1 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II URAIAN TEORITIS	5
2.1 Komunikasi	5
2.1.1 Definisi Komunikasi	5
2.1.2 Karakteristik Komunikasi	8
2.1.3 Fungsi Komunikasi	11
2.1.4 Tujuan Komunikasi	13
2.2 Komunikasi Organisasi.....	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	13
2.2.2 Karakteristik Organisasi.....	14

2.3 Public Relation (Humas).....	16
2.4 Sosialisasi	20
2.5 Komisi pemilihan Umum (KPU)	21
2.6 Kerangka Konsep	23
2.7 Definisi Konsep	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis penelitian	25
3.2 Kategorisasi.....	25
3.3 Informan atau Narasumber.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
3.7 Profil Komisi Pemiliha Umum kota Medan.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Tugas Dan Tanggung Jawab Humas KPU Kota Meda	35
4.1.2 Menganalisis Bentuk-bentuk Sosialisasi Yang Dilakukan Humas KPU Dalam Mensosialisasikan Pilkada 2020.....	42
a. Perencanaan Dan Pemograman	42
b. Aksi Dan Komunikasi	44

c. Evaluasi	46
4.2 Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan Umum selanjutnya disebut Pemilu di Indonesia mengalami perkembangan dan menemui babak baru setelah tumbangya praktik pemerintahan Soeharto (Orde Baru). Perkembangan sistem demokratisasi melalui Pemilu ditandai dengan beberapa hal seperti terlaksananya sistem Pemilu multipartai secara berkala, pemberian otoritas pada daerah melalui otonomi, dan kekuasaan militer yang dikembalikan kewenangan dan tugas utamanya yaitu sebagai alat pertahanan negara.

Praktik politik Pasca Orde Baru yang berlangsung sejak 1999 hingga 2019 masih memperlihatkan praktik demokrasi pada tataran politik formal yang terselenggara melalui mekanisme *party based government* yang diperlihatkan melalui peran partai di pemerintahan. Melalui mekanisme ini seharusnya para anggota legislatif yang terpilih bisa menjadi *delegates representation* yang mampu berjuang mempertahankan hak-hak yang diharapkan para konstituennya (Marijan, 2010). Akan tetapi kenyataannya, justru setelah Indonesia mencapai konsolidasi demokrasi pada 2004, pada Pemilu di tahun 2009 terjadi fenomena golput (golongan putih) terhadap praktik demokrasi yang berlangsung Pasca Orde Baru. Partisipasi pemilih pada Pemilu 2009 menurun menjadi 60,78% dibandingkan dengan partisipasi pemilih pada 2004 sebesar 76,66 % (Kompasiana, 2015).

Melalui data tersebut memperlihatkan bahwa demokrasi yang dipraktikkan melalui Pemilu belum sesuai harapan rakyat belum sesuai harapan sehingga menimbulkan ketidakpuasan yang berakibat pada *distrust* (Fasya dan Khairani: 2019).

Oleh karena itu, untuk menghindari dan mengurangi *distrust* serta praktik golput yang tinggi pada demokrasi yang berlangsung setiap periode penyelenggaraannya, maka Komisi Pemilihan Umum (selanjutnya disebut KPU) memiliki tanggung jawab untuk menyebarluaskan informasi penyelenggaraan Pemilu kepada masyarakat. Upaya ini dilakukan sebagai upaya peningkatan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan demokratisasi yang diwujudkan melalui penyelenggaraan Pemilu. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka dalam hal ini KPU melalui divisi Hubungan Masyarakat (selanjutnya disebut Humas) harus memiliki strategi untuk mengaktualisasikan perannya sebagai penghubung dan penyebarluasan informasi mengenai kegiatan-kegiatan Pemilu kepada masyarakat. Karena keberhasilan pemilu sangat ditentukan oleh kesadaran politik warga melalui keterlibatan dan penggunaan suara pada saat penyelenggaraan Pemilu berlangsung. Peran Humas di sini sangat signifikan dalam memberikan pemahaman seluas-luasnya kepada masyarakat sebagai salah satu komponen terpenting dalam penyelenggaraan Pemilu. Keberadaan (KPU) sebagai penyelenggara Pemilu harus mampu bersikap dan menunjukkan profesionalitas, akuntabel, dan berintegritas tinggi, karena memiliki nilai strategis yang sangat

penting. KPU memiliki tugas menyiapkan instrumen hukum guna menjamin para pemilih dapat menggunakan hak pilihnya. Sehingga, dari fenomena tersebut akan diteliti tema tentang **“Peran Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Pilkada 2020”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diungkapkan adalah bagaimana Peran Humas Komisi Pemilihan Umum Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Pilkada 2020?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi tugas dan tanggung jawab Humas KPU dalam mensosialisasikan Pilkada 2020
2. Menganalisis bentuk-bentuk sosialisasi yang dilakukan Humas KPU dalam mensosialisasikan Pilkada 2020

b. Adapun Manfaat Penelitian ini antara lain :

1. Akademis : Penelitian ini diharapkan dapat menemukan penerapan keilmuan bidang kehumasan atau *public relations* dalam melihat strategi Humas Komisi Pemilihan Umum dalam mensosialisasikan Pilkada 2020.
2. Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai strategi Humas KPU dalam mensosialisasikan dan mensukseskan Pilkada 2020.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk membahas sistematika yang ada, maka penulis dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

- BAB I** Berisikan Pendahuluan yang menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.
- BAB II** Berisikan Uraian Teoritis yang menguraikan tentang Pengertian Komunikasi, Pengertian Strategi Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Organisasi, *Public Relations*, Teori Komunikasi Humas, Teori Perubahan Sikap, dan Krisis dalam *Public Relations*.
- BAB III** Berisikan Persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang Metode Penelitian, Narasumber, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Deskripsi Lokasi Penelitian serta Visi dan Misi Perusahaan.
- BAB IV** Berisikan Analisis Data yang menguraikan Wawancara, Pembahasan serta Hasil Dokumentasi.
- BAB V** Berisikan Penutup yang menguraikan Simpulan dan Saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” merupakan terjemahan dari bahasa Inggris ‘*communication*’ yang dikembangkan di Amerika Serikat dan komunikasi pun berasal dari unsur persurat kabaran, yakni *journalism*. Adapun definisi komunikasi dapat dilihat dari dua sudut, yaitu dari sudut bahasa (etimologi) dan dari sudut istilah (terminologi) (Roudhonah, 2019:21).

Komunikasi menurut bahasa atau etimologi dalam “Ensiklopedi Umum” diartikan sebagai “perhubungan”, sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan Latin, yaitu

- a. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi ataupun memberitahukan
- b. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku dimana-mana
- c. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas.
- d. *Communico*, yang berarti membuat sama
- e. *Communication*, yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama.

Sama disini maksudnya sama makna (Roudhonah, 2019:22).

Pengertian komunikasi secara etimologi member pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan orang yang menerima pesan. Karena '*communis*' disini bias saja diberi arti dengan 'sama makna' atau 'sama arti' sehingga lambing-lambang yang diberikan itu merupakan milik bersama antara orang yang member lambang dengan orang yang menerima lambang. Jadi jika komunikasi itu menggunakan lambang atau bahasanya tidak dimengerti oleh yang menerima, maka itu bukanlah komunikasi yang efektif. Bahasa bias saja sama, tetapi maknanya mungkin berbeda. Contoh : kata "cokot", dalam bahasa jawa berarti "gigit" dalam bahasa sunda berarti "ambil". Selama orang yang memberi pesan dengan yang menerima pesan tidak menyamakan maknanya, maka tidaklah terjadi komunikasi yang komunikatif (Roudhonah, 2019:22).

Adapun komunikasi menurut istilah (terminologi) banyak dikemukakan oleh sarjan-sarjana yang menekuni ilmu komunikasi, antara lain sebagai berikut :

- a. Carl I. Hovland, mengatakan bahwa komunikasi adalah "*the process by which an individuals (the Communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicant)*" proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang(biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang-orang lain (komunikan)

- b. William Albiq, mengatakan dalam bukunya *Public Opinon* bahwa komunikasi adalah “proses pengoperan lambag-lambang yang berarti diantara individu-individu”.
- c. Hovland, Janis dan Kelley mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) denga tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak).
- d. Laswell mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, ”mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan akibat atau hasil apa” (*who? Says what? In which channel ?to whom? With what effect?*)
- e. Everett M. Roger mengemukakan bahwa “komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Roudhonah, 2019:22-23).

Dari semua pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang menyampaikan pesannya, baik dengan lambang bahasa maupun isyarat, gambar, gaya, yang antar keduanya sudah terdapat kesamaan makna sehingga keduanya dapat mengerti apa yang dikomunikasikan. Dengan kata lain, jika lambangnya tidak dimengerti oleh salah satu pihak, maka komunikasinya akan tidak lancar dan tidak komunikatif.

Dengan demikian, dalam komunikasi akan timbul empat tindakan bagi setiap pelakunya, yaitu sebagai berikut.

- a. Membentuk pesan, artinya menciptakan suatu ide tau gagasan yang terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja sistem saraf.
- b. Menyampaikan, artinya pesan yang telah dibentuk kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk pesannya dapat berupa pesan-pesan verbal dan nonverbal.
- c. Menerima, artinya di samping membentuk dan menyampaikan pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain.
- d. Mengolah, artinya pesan yang telah diterima kemudian akan diolah melalui sistem saraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan pesan dapat menimbulkan tanggapan dan reaksi dari orang tersebut (Roudhonah, 2019:24).

2.1.2 Karakteristik Komunikasi

Dari beberapa defenisi di atas, diperoleh gambaran bahwa pengertian komunikasi memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut.

- a. Komunikasi adalah suatu proses, yakni bahwa “komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak statis, tetapi dinamis, dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus.

- b. Komunikasi melibatkan beberapa unsur, seperti yang diungkapkan Lasswell, yakni terdapat lima unsur yang terlibat dalam komunikasi, yakni Who, Says, What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?. Who yaitu 'Siapa' (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif sebagai sumber). Says what, yaitu 'mengatakan apa' (isi pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal). In which channel, yaitu melalui saluran apa (media/alat yang digunakan untuk berkomunikasi). To whom, yaitu 'kepada siapa' (penerima pesan, yang disebut sebagai receiver atau sasaran komunikasi). Dan with what effect?, yaitu 'efek apa' (hasil yang terjadi kepada penerima akibat komunikasi).
- c. Komunikasi bersifat transaksional. Ini karena pada dasarnya komunikasi menuntut tindakan memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Pengertian "transaksional" juga menunjuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Ini berarti bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yang terlibat mempunyai kesepakatan tentang hal-hal yang dikomunikasikan.
- d. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan, yakni bahwa komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali atau terkontrol bukan dalam

keadaan “mimpi”. Disengaja juga maksudnya komunikasi menunjukkan komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya. Dan mempunyai tujuan, berarti komunikasi menunjukkan pada hasil atau akibat dari komunikasi yang diinginkan

- e. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelakunya, yakni komunikasi akan berlangsung apabila pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik/pesan yang dikomunikasikan. Jadi, kedua belah pihak harus partisipasi dan kerja sama.
- f. Komunikasi bersifat simbolis. Komunikasi yang dilakukan pada dasarnya menggunakan lambang-lambang/symbol-simbol. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat-kalimat, angka-angka, dan lain-lain. Dan juga lambang-lambang yang bersifat nonverbal, seperti gerakan tubuh, tangan, kaki, dan lainnya, warna, gambar, pakainsimbolik, sinyal, dan lain-lain. simbol-simbol yang digunakan manusia berkomunikasi terus berkembang, baik dari kata-kata maupun dari lainnya, asalkan adanya kesepakatan sekelompok orang dan maknanya disepakati bersama. Seperti memasang bendera kuning dari kertas minyak di depan rumah dan di tiang listrik, menunjukkan adanya orang yang meninggal. Sesungguhnya lambang pada dirinya tidak mempunyai makna, namun kitalah (orang) yang member makna. Maka untuk itu komunikasi antar

komunikator dan komunikan sudah adanya kesepakatan tentang makna dari yang dikomunikasikan.

- g. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu, yakni bahwa para peserta yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Karena adanya berbagai produk teknologi komunikasi, seperti telepon, faksimal, dan lainnya (Roudhonah, 2019:25-27).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Apa bila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide-ide. Fungsi dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

1. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat
2. Sosialisasi (pemasarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek dan jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya,

mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain (Widjaja, 2000:64-66).

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi di sini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum Harold D. Lasswell menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat :

- a. *Social change* (perubahan sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.
- b. *Attitude change* (perubahan sikap), seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
- c. *Opinion change* (perubahan pendapat). Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
- d. *Behavior change* (perubahan perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

2.2 Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Menurut Schein dalam Muhammad (2014) organisasi ialah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik

tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan Schein ini adalah merupakan suatu sistem.

Menurut Goldhaber dalam Muhammad (2014) memberikan definisi komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

2.2.2 Karakteristik Organisasi

Organisasi memiliki beberapa karakteristik yaitu (Muhammad, 2014: 29):

a. Dinamis

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka terus menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungan yang selalu berubah tersebut. Adapun 3 faktor dari sifat dinamis ini ialah:

- 1). Faktor perubahan ekonomi dalam lingkungannya karena semua organisasi memerlukan sumber keuangan untuk melakukan aktivitasnya.
- 2). Adanya perubahan pasaran karena kebanyakan organisasi pasarnya adalah hasil produksi atau pelayanan

3). Adanya perubahan kondisi sosial karena semua organisasi bergantung pada bakat dan inisiatif manusia maka organisasi mesti tetap dinamis untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi sosial.

b. Memerlukan Informasi

semua Organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi organisasi tidak dapat jalan. Dengan adanya informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia. Begitu juga sebaliknya dengan tidak adanya informasi suatu organisasi dapat macet atau mati sama sekali.

c. Mempunyai Tujuan

Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan-tujuan sendiri. Tujuan organisasi hendaknya dihayati oleh seluruh anggota organisasi sehingga setiap anggota dapat diharapkan mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui partisipasi mereka secara individual.

d. Terstruktur

Organisasi dalam usaha mencapai tujuannya biasanya membuat aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi. Hal ini dinamakan struktur organisasi. Struktur menjadikan

organisasi membakukan prosedur kerja dan mengkhususkan tugas yang berhubungan dengan proses produksi. Biasanya suatu organisasi mengembangkan suatu struktur yang membantu organisasi mengontrol dirinya sendiri.

2.3 Public Relations (Humas)

Asal kemunculan *public relations* di Amerika Serikat terjadi pada masa perjuangan perebutan kekuasaan dalam Revolusi Amerika, yakni antara patriot di bawah kaum bangsawan, dan kaum konservatif yang komersial dan bermodal. Juga upaya pendukung publik melibatkan konflik antara kepentingan saudagar dan tuan tanah di bawah Hamilton, blok penggarap tanah dan petani oleh petani Jafferson, perjuangan antara pelopor pertanian Jackson, kekuatan keuangan Nicholas Biddle, dan perang Saudara berdarah (Nurjaman, 2012).

Pada hakekatnya public relation/humas ini merupakan metode komunikasi yang didalamnya terdapat kegiatan untuk mewujudkan citra positif bagi suatu perusahaan, menjadi jembatan antara publik internal ke eksternal, eksternal ke internal dan sesama publik internal ke internal dalam suatu perusahaan. Public relations merupakan ujung tombak bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Dr. Rex F. Harlow dalam Nova (2011: 44-45), "Public Relations" adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakatnya yang melibatkan dalam manajemen

problem atau masalah, membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi dan merespon pendapat umum, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu antisipasi kecenderungan, dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etnis sebagai sarana utamanya”.

Dalam bukunya *A Working Definition* Robert F. Harlow membagi fungsi PR menjadi dua, untuk menjelaskan apa itu PR, mengapa diadakan, dan bagaimana melakukannya, yaitu sebagai *method of communication* dan *state of being*. Sebagai *method of communication*, PR merupakan rangkaian sistem kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan baik pimpinan, karyawan atau staf. Sedangkan sebagai *state of being*, PR adalah perwujudan kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” ke dalam bentuk biro, bagian divisi atau seksi dalam sistem manajemen *public relations* yang mempunyai pemimpin (Nova, 2011: 46).

Adapun fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antarlembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan organisasi. Aktivitas *public relations* adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways traffic communications*) antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan

bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan. Kegiatan public relations sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat (Nova, 2011).

Ada empat langkah yang dilakukan dalam proses *Public Relations* yang diungkapkan oleh (Nova, 2011: 51-52):

a). Mendefinisikan Permasalahan

seorang praktisi PR harus dapat mengenal *symptom* dan penyebabnya. Oleh karena itu, dalam tahap ini praktisi PR perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu, praktisi PR perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan. Singkat kata, tahap ini merupakan penerapan atau fungsi intelijen perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh praktisi PR setiap saat secara kontinu, bukan hanya pada saat krisis terjadi.

b). Perencanaan dan Program

Pada tahap ini seorang praktisi PR sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah itu dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. Penting bagi praktisi PR untuk mendapatkan

dukungan penuh dari pimpinan puncak perusahaan karena besar kemungkinan langkah yang diambil akan sangat strategis dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian.

c). Aksi dan Komunikasi

Banyak praktisi PR yang sering melupakan kedua proses di atas dan langsung masuk ke tahap ketiga, yaitu langsung melakukan aksi dan komunikasi berdasarkan asumsi pribadi. Meski tidak jarang tindakan itu membawa hasil yang tidak buruk, langkah ini sama sekali tidak disarankan karena terlalu tinggi resikonya bagi citra perusahaan. Manajer PR yang melakukan hal ini biasanya kurang paham ke mana citra perusahaan hendak diarahkan dan di mana ia berada kini.

d). Evaluasi Program

Proses Public Relations selalu dimulai dari mengumpulkan fakta dan diakhiri pula dengan pengumpulan data. Untuk mengetahui apakah prosesnya sudah selesai atau belum, seorang praktisi PR perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil.

Dalam aktivitas kehumasan, kegiatan mengirimkan pesan disejajarkan atau dapat disamakan dengan komunikasi atau dengan kata lain “mengirimkan pesan” adalah hal yang sama dengan “berkomunikasi. Penguatan pandangan ini dikemukakan juga oleh Bungin (2006) yang mengungkapkan bahwa

kegiatan humas bisa diidentifikasi dari pengumpulan guntingan koran, siaran radio, dan televisi yang menayangkan pesan promosi mengenai organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.4 Sosialisasi

Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknai sebagai sebuah proses di mana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, di mana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita (Abdulsyani: 2002).

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang ada dan diakui dalam masyarakat (Suyanto: 2010).

Menurut Soejono Dirdjosisworo (dalam Abdulsyani: 2002), bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian, yaitu:

- a. Proses sosialisasi adalah proses belajar
- b. Dalam proses sosialisasi, individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide, pola-pola nilai dan tingkah laku, dan ukuran kepatuhan tingkah laku didalam masyarakat.
- c. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu sistem dalam diri pribadinya.

2.5 Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (disingkat KPU RI) adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia. Dalam Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai penyelenggara Pemilihan Umum yang dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sendiri adalah merupakan jelmaan dari Lembaga Pemilihan Umum (LPU), Lembaga yang bertugas menyelenggarakan pemilu pada zaman Orde Baru.

Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, yakni meliputi Pemilihan Umum Anggota DPR/DPD/DPRD, Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, serta Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Komisi Pemilihan Umum tidak dapat disejajarkan kedudukannya dengan lembaga - lembaga negara yang lain yang kewenangannya ditentukan dan diberikan oleh UUD 1945. Jadi dapat disimpulkan Bahwa komisi pemilihan umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia yang bersifat nasional, tetap dan mandiri (independen).

Dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk

melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan sebagai berikut :

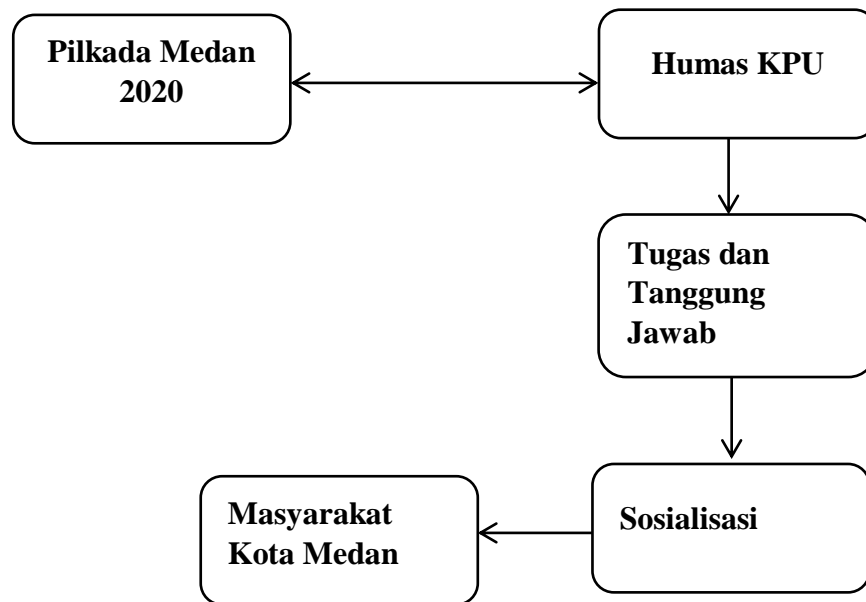
1. Merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum;
2. Menerima, meneliti dan menetapkan Partai-partai Politik yang berhak sebagai peserta Pemilihan Umum;
3. Membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS;
4. Menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan;
5. Menetapkan keseluruhan hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II;
6. Mengumpulkan dan mensistемasikan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum;
7. Memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum.

Dalam Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 terdapat tambahan huruf 1 Tugas dan kewenangan lainnya yang ditetapkan dalam Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum. Sedangkan dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tersebut juga ditambahkan, bahwa selain tugas dan kewenangan KPU sebagai dimaksud dalam Pasal 10, selambat-lambatnya 3 (tiga)

tahun setelah Pemilihan Umum dilaksanakan, KPU mengevaluasi sistem Pemilihan Umum (www.kpu.go.id)

2.6 Kerangka Konsep

Menurut Notoatmodjo (2010) kerangka konsep adalah merupakan formulasi atau simpikasi dari teori atau teori-teori yang mendukung penelitian tersebut. Sebagaimana fenomena yang akan dikaji dalam penelitian ini, maka kerangka konsep yang disusun adalah sebagai berikut:



2.7 Definisi Konsep

- a. **Komunikasi Organisasi:** proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

- b. Sosialisasi:** Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses di mana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, di mana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif.
- c. Public Relations (Humas):** Humas merupakan fungsi manajemen yang khas yang membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakatnya yang melibatkan dalam manajemen problem atau masalah, membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi dan merespon pendapat umum, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat.
- d. Komisi Pemilihan Umum :** Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia yang bersifat nasional, tetap dan mandiri (independen).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif (Bungin, 2010: 68) dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya.

3.2 Kategorisasi

Kategorisasi	Indikator
Komunikasi Organisasi	<ul style="list-style-type: none">- Hirarki otoritas- Tujuan- Hubungan antar bagian- Koordinasi- Interdependensi

Public Relations (Humas)	<ul style="list-style-type: none"> - Pencitraan positif - Hubungan internal dan eksternal - Komunikasi - Informasi
Sosialisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Interaksi - Tindakan - Partisipasi sosial
Komisi Pemilihan Umum	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga independen - Penyelenggara Pemilihan Umum

3.3 Informan atau Narasumber

Informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Humas Komisi Pemilihan Umum yang terlibat langsung dalam mensosialisasikan Pilkada 2020.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mengkaji penemuan penelitian yang ada, peneliti akan menggunakan tiga teknik dalam pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

a. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan membuat catatan-catatan lapangan mengenai segala bentuk peristiwa yang terjadi berkaitan dengan subjek dan objek penelitian selama dalam masa penelitian. Dalam suatu observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi tidak terlibat (*non-participant observation*) di mana dalam hal ini peneliti hanya melakukan pengamatan dan peneliti tidak secara langsung berada dalam peristiwa yang terjadi terkait dengan objek serta subjek penelitian itu sendiri (Bungin: 2010).

b. Wawancara

Wawancara atau dikenal juga dengan interview merupakan suatu cara pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang dalam penelitiannya melibatkan manusia sebagai subjek yang berhubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Pawito 2007: 32). Penelitian ini menggunakan jenis wawancara yang akan dilakukan dengan wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dengan bantuan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*). Berdasarkan hal tersebut, maka informan yang akan diwawancarai adalah: staf Humas KPU Kota Medan.

c. Studi dokumen

Pada tahap ini, hal yang dilakukan adalah dengan cara mengumpulkan berbagai macam dokumen sebagai sumber bukti. Dokumen yang dimaksud dalam hal ini adalah dokumen rancangan program dan berbagai media yang digunakan dalam mensosialisasikan pilkada 2020.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain (Winarno 1982). Dalam melakukan analisis terhadap data penelitian, peneliti akan melalui beberapa tahap yang dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, analisis data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan penulisan laporan hasil penelitian.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan Medan. Pemilihan lokasi ini dikarenakan objek yang akan diamati adalah wilayah kerja Humas KPU Kota Medan.

3.7 Profil Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan

Babak baru sistem demokratisasi di Indonesia dimulai setelah tumbangnya praktik otoritarianisme yang berlangsung dibawah pemerintahan Soeharto (Orde Baru). Masa transisi sistem demokrasi ditandai dengan adanya kejutahan rezim

melalui tuntutan rakyat pada tahun 1998. Kemajuan praktik demokratisasi di Indonesia ditandai dengan beberapa hal seperti terlaksananya sistem pemilu multipartai secara berkala, pemberian otoritas pada daerah melalui otonomi, dan kekuasaan militer yang hanya dikembalikan kepada kewenangan dan tugas utama yaitu sebagai alat pertahanan negara (Fasya dan Khairani:2019).

Transisi atau peralihan kekuasaan tersebut terlihat dari adanya percepatan pelaksanaan Pemilu yang diselenggarakan pada tahun 1999, setelah Habibie terpilih sebagai presiden pengganti Soeharto selama tiga belas bulan. Desakan pemilu ini muncul karena keinginan public untuk memangkas dan menghilangkan jejak kekuasaan Soeharto pada setiap lembaga negara yang dihasilkan dari pemilu 1997. Hal ini didorong sebagai upaya untuk memperoleh kepercayaan baik dari public secara internal dan internasional.

Sebagai akibat dari adanya desakan penggantian seluruh struktur lembaga pemerintahan, maka diperlukan suatu Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang partai politik, RUU tentang pemilu dan RUU tentang Susunan dan Kedudukan MPR, DPR dan DPRD. Ketiga draft UU ini disiapkan oleh sebuah tim Depdagri, yang disebut Tim 7, yang diketuai oleh Prof. Dr. M. Ryaas Rasyid (Rektor IIP Depdagri, Jakarta). Setelah RUU disetujui DPR dan disahkan menjadi UU, presiden membentuk Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang anggota-anggotanya adalah wakil dari partai politik dan wakil dari pemerintah. Satu hal yang secara sangat menonjol membedakan Pemilu 1999 dengan Pemilu-pemilu sebelumnya sejak 1971 adalah Pemilu 1999 ini diikuti oleh banyak sekali peserta. Ini dimungkinkan karena adanya kebebasan untuk

mendirikan partai politik. Peserta Pemilu kali ini adalah 48 partai. Ini sudah jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah partai yang ada dan terdaftar di Departemen Kehakiman dan HAM, yakni 141 partai (<https://kpud-medankota.go.id/sejarah-kpu/>)

Visi Komisi Pemilihan Umum:

“Menjadi Penyelenggara Pemilihan Umum yang Mandiri, Professional, dan Berintegritas untuk Terwujudnya Pemilu yang LUBER dan JURDIL”

Misi Komisi Pemilihan Umum

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel;
2. Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan code of conduct penyelenggara Pemilu;
3. Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan Pemilu untuk seluruh pemangku kepentingan;
5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu, Pemilih berdaulat Negara kuat; dan
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu.

Tugas dan Tanggung Jawab:

A. Tugas Sekretariat

1. Membantu penyusunan program dan anggaran Pemilu.
2. Memberikan dukungan teknis administratif.
3. Membantu pelaksanaan tugas KPU Kabupaten/Kota dalam menyelenggarakan Pemilu.
4. Membantu pendistribusian perlengkapan penyelenggaraan Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan Gubernur.
5. Membantu perumusan dan penyusunan rancangan keputusan KPU Kabupaten/Kota.
6. Memfasilitasi penyelesaian masalah dan sengketa pemilihan bupati/walikota.
7. Membantu penyusunan laporan penyelenggaraan kegiatan dan pertanggungjawaban KPU Kabupaten/Kota, dan
8. membantu pelaksanaan tugas-tugas lainnya sesuai dengan peraturan perundang undangan.

B. Fungsi Sekretariat

1. Membantu penyusunan program dan anggaran Pemilu di Kabupaten/Kota.
2. Memberikan pelayanan teknis pelaksanaan Pemilu di Kabupaten/Kota.

3. Memberikan pelayanan administrasi yang meliputi ketatausahaan, kepegawaian, anggaran, dan perlengkapan Pemilu di Kabupaten/Kota.
4. Membantu perumusan dan penyusunan rancangan keputusan KPU Kabupaten/Kota.
5. Membantu perumusan, penyusunan dan memberikan bantuan hukum serta memfasilitasi penyelesaian sengketa Pemilu di Kabupaten/Kota.
6. Membantu pelayanan pemberian informasi Pemilu, partisipasi dan hubungan masyarakat dalam penyelenggaraan Pemilu di Kabupaten/Kota.
7. Membantu pengelolaan data dan informasi Pemilu di Kabupaten/Kota.
8. Membantu pengelolaan logistik dan distribusi barang/jasa keperluan Pemilu di Kabupaten/Kota.
9. Membantu penyusunan kerjasama antar lembaga di Kabupaten/Kota.
10. Membantu penyusunan laporan penyelenggaraan Pemilu dan pertanggungjawaban KPU Kabupaten/Kota

C. Kewenangan, Kewajiban, dan Tanggung Jawab Sekretariat (sesuai UU No.15 Tahun 2011)

Sekretariat KPU Kabupaten/Kota berwenang:

1. Mengadakan dan mendistribusikan perlengkapan penyelenggaraan pemilihan bupati/walikota berdasarkan norma, standar, prosedur, dan kebutuhan yang ditetapkan oleh KPU;
2. Mengadakan perlengkapan penyelenggaraan Pemilu sebagaimana dimaksud pada huruf a sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan

3. Memberikan layanan administrasi, ketatausahaan, dan kepegawaian sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sekretariat KPU Kabupaten/Kota berkewajiban:

1. Menyusun laporan pertanggungjawaban keuangan;
2. Memelihara arsip dan dokumen Pemilu; dan
3. Mengelola barang inventaris KPU Kabupaten/Kota.

Sekretariat KPU Kabupaten/Kota bertanggung jawab dalam hal administrasi keuangan serta pengadaan barang dan jasa berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Komisi Pemilihan Umum Kota Medan, merupakan lembaga yang telah ditetapkan sebagai penyelenggara pemilihan umum. Selama pelaksanaan pemilihan umum, Komisi Pemilihan Umum bertugas untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan persiapan pemilihan umum, merencanakan kegiatan, dan menetapkan hasil pemilihan umum. Sebagai penyelenggara pelaksanaan Pemilihan Umum, maka tingkat keberhasilan pelaksanaan Pemilihan umum tersebut sangat ditentukan oleh penyelenggaranya.

Peranan Komisi Pemilihan Umum dalam penyelenggaraan pemilihan umum di Kota Medan dapat dilihat secara jelas oleh masyarakat selama masa tahapan pemilihan umum. Komisi Pemilihan Umum melaksanakan peranannya dalam pemilihan umum mulai dari merencanakan segala jenis kegiatan, membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya, memberikan informasi mengenai pemilihan umum kepada masyarakat, melakukan kampanye kepada masyarakat, membuat surat

pemberitahuan atau selebaran, melakukan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, melakukan penyusunan Daftar Pemilih, membagikan kartu pemilih, menetapkan TPS-TPS, sampai pada akhirnya pelaksanaan pemungutan suara dan menetapkan hasil pemilihan umum.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum, Komisi Pemilihan Umum melakukan berbagai kegiatan yang mengajak dan memberitahukan kepada masyarakat tentang pemilihan umum. Komisi Pemilihan Umum bertugas untuk memberitahukan kepada masyarakat akan pentingnya keikutsertaan dalam pemilihan umum sekaligus memberitahukan bahwa masyarakat memiliki hak dan kewajiban dalam penyelenggaraan pemilihan umum tersebut. Hal ini dilakukan oleh pihak Komisi Pemilihan Umum dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dan juga melakukan penyuluhan dengan cara tatap muka maupun monitoring. Komisi Pemilihan Umum Daerah juga membuat pengumuman- pengumuman di tempat umum dan membuat informasi melalui media cetak dan media elektronik.

KPUD juga membuat penyusunan Daftar Pemilih Tetap, dimana dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum harus membuat penyusunan Daftar Pemilih Tetap itu dengan baik, sehingga seluruh masyarakat yang telah memenuhi syarat dalam pemilihan umum didata dengan tepat dan ikut memberikan suaranya pada saat pemungutan suara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Tugas dan Tanggung Jawab Humas KPU Kota Medan

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas dapat mencakup sebuah organisasi atau individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka menggunakan topik kepentingan publik dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung.

Tujuan dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik. Kegiatan umum termasuk berbicara di konferensi, memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers, dan komunikasi karyawan.

Profesi sebagai seorang Humas atau Public Relations (PR) bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Petugas hubungan masyarakat menggunakan berbagai media untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik antara

organisasi mempekerjakan dan klien throughplanned kampanye publisitas dan kegiatan PR.

Tugas utama humas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan perencanaan strategi tentang publisikasi dan kampanye
- b. Menulis dan memproduksi presentasi dan siaran pers
- c. Menjawab dan menjelaskan pertanyaan dari masyarakat, pers, dan organisasi terkait
- d. Mengorganisir acara promosi seperti konferensi pers, opendays, pameran, wisata dan kunjungan
- e. Berbicara secara terbuka di wawancara, konferensi pers dan presentasi
- f. Memberikan dan menyediakan data informasi tentang peluang promosi baru dan kampanye PR kepada klien
- g. Menganalisis liputan media
- h. Komisioning atau melakukan riset pasar yang relevan
- i. Sebagai penghubung dengan klien, manajerial dan staf jurnalistik tentang anggaran, rentang waktu dan tujuan
- j. Merancang, menulis dan / atau memproduksi presentasi, siaran pers, artikel, leaflet, jurnal, laporan, brosur publisitas, informasi untuk situs web dan video promosi.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah

situasi. Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Sesuai Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum (Pemilu), Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Kabupaten/Kota adalah badan untuk mengawasi penyelenggaraan Pemilu di wilayah kabupaten/kota.

Telah dijelaskan di atas, Humas merupakan bagian penting dan tak terpisahkan dari sebuah lembaga. Sebagai badan atau lembaga, Bawaslu Kabupaten/Kota pun memiliki Humas yang bertugas menyampaikan semua informasi tentang pengawasan kepada publik.

Sebagai garda terdepan dari lembaga, Humas memiliki peran yang tidak ringan. Tugasnya tidak hanya sebatas menampilkan apa yang ingin disampaikan, namun dapat merangkul hal lain, meningkatkan partisipasi publik dan membuat Bawaslu dikenal publik secara positif.

Humas juga berfungsi dalam membangun komunikasi yang efektif dan menerima informasi dari masyarakat sekaligus mencerna opini tersebut. Komunikasi

yang dilakukan tidak hanya untuk pencitraan, namun bisa dalam wujud pertukaran gagasan.

Ada beberapa peran Humas sebagai suara dari Bawaslu Kabupaten/Kota. Pertama, untuk memperkenalkan program lembaga. Kedua, menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui website atau media sosial. Humas harus bisa membuat rilis berita kepada awak media dan menonjolkan isu terhangat dan terpopuler. Setiap hari, Humas harus menyampaikan informasi kepada media dan masyarakat, sehingga mereka tahu apa yang telah dilakukan Bawaslu Kabupaten/Kota.

Selanjutnya yang ketiga, menjadi penghubung dengan institusi lain atau menjalin hubungan antar lembaga. Kemudian yang terakhir atau keempat, untuk memperkuat citra lembaga.

Dalam era milenial seperti saat ini, Humas Bawaslu Kabupaten/Kota juga perlu melakukan beberapa hal. Pertama, Humas harus berevolusi dan lebih aktif menyajikan informasi yang bermanfaat bagi publik. Sebagai penyedia data, Humas harus selalu menyampaikan apa yang sudah dilakukan oleh Bawaslu Kabupaten/Kota. Kedua, untuk menjangkau banyak orang, Humas Bawaslu Kabupaten/Kota perlu menggandeng influencer, yaitu seseorang yang memiliki followers atau pengikut yang banyak di media sosial, misalnya selebritis, selebgram, blogger, youtuber dan lainnya. Influencer ini memiliki pengaruh bagi para pengikutnya untuk melakukan sesuatu. Ketiga, Humas harus mampu menjelaskan tentang Bawaslu beserta tugas dan wewenangnya. Kita tidak dapat mengingkari, saat ini masih banyak yang beranggapan bahwa Bawaslu itu sebagai anak buah KPU, padahal hubungan dua

lembaga ini sejajar. Hal ini menjadi tugas utama Humas untuk menjelaskan kepada publik. Keempat, Humas harus pintar memanfaatkan teknologi informasi. Pada era digital sekarang ini, informasi begitu cepat berkembang dan menyebar. Untuk itu, setiap personal Humas harus mampu memanfaatkan perkembangan era digital dengan baik. Dengan memanfaatkan teknologi dan kinerja yang efektif, tentu semua informasi kelembagaan pengawas Pemilu akan tersampaikan kepada masyarakat secara baik.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan, Humas Bawaslu Kabupaten/Kota mempunyai peran yang sangat penting bagi kebaikan dan kebesaran nama lembaga. Berkat kerja Humas, segala tugas, wewenang dan kewajiban Bawaslu Kabupaten/Kota dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Selain itu, semua kegiatan pimpinan dan divisi yang ada dalam Bawaslu Kabupaten/Kota bisa diketahui oleh masyarakat.

Sebagai lembaga yang menyelenggarakan Pemilihan Umum di Kota Medan harus melakukan sosialisasi ke masyarakat agar masyarakat Kota Medan mengetahui adanya pelaksanaan Pemilihan Wali Kota dan Wakil Walikota Kota Medan 2020. Sosialisasi ini diharapkan masyarakat lebih sadar dan peduli untuk turut serta mendukung pelaksanaan Walikota dan Wakil Wali Kota dengan memberikan hak suaranya ke TPS, dengan begitu jumlah partisipasi warga Kota Medan dapat meningkat. Berhasil atau tidaknya suatu kegiatan sosialisasi secara efektif juga banyak ditentukan oleh strategi sosialisasi yang digunakan dalam beberapa kasus.

Segala persiapan dan niat baik dari KPU Kota Medan untuk melaksanakan Pilkada harus disertai dengan keberhasilan dalam pelaksanaan pesta demokrasi itu. Hal tersebut harus dimulai dengan tahapan sosialisasi kepada masyarakat bahwa pada 9 Desember 2020 akan dilaksanakan Pilkada Walikota Medan.

Humas sangat memiliki jabatan yang penting bagi instansi, karena Humas terlibat dan bersifat integrative dalam manajemen organisasi. Humas harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Dengan demikian pihak lain mau dan tertarik dengan senang hati, serta merasa puas membangun relasi dan menggunakan jasanya.

Peran humas selain bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publik. Pentingnya peran Humas instansi dan lembaga pemerintah dalam masyarakat modern yaitu mensosialisasikan Pilkada serentak yang akan dihelat di Kota Medan mendatang menjadi tanggung jawab Humas Pemerintahan Kota Medan selaku penyambung lidah pemerintahan Bengkalis ke masyarakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan strategi komunikasi yang dilakukan melalui tahap :

- a. Mengenal sasaran Mengenal sasaran komunikasi yaitu membuat program sosialisasi dengan mengadakan rapat dengan pihak terkait dalam pelaksanaan Pilkada serentak guna mensukseskan sosialisasi yang akan diberikan kepada masyarakat khususnya masyarakat Kota

Medan sehingga pilkada serentak akan tercapai dengan target yang telah ditentukan.

- b. Pemilihan media komunikasi Pemilihan media komunikasi yaitu pihak humas dan tokoh yang terkait telah menetapkan media komunikasi yang efektif guna penyampaian pesan langsung kepada masyarakat luas sehingga tugas pihak humas dan tokoh lainnya dapat terbantu melalui media yang digunakan tersebut.
- c. Pengkajian tujuan Pengkajian tujuan pesan komunikasi yaitu pihak humas telah melakukan himbauan baik secara langsung maupun melalui tokoh-tokoh dalam kegiatan sosialisasi guna melaksanakan pilkada serentak. Hal yang sama juga dilakukan tokoh lain seperti tokoh agama dan pelajar yang bertugas menyampaikan masalah pilkada serentak melalui kegiatan sosialisasi.
- d. Peranan komunikator dalam komunikasi dapat berjalan dengan baik didukung oleh pihak-pihak yang terkait dalam sosialisasi ini. Pihak-pihak tersebut saling bekerja sama dan mensukseskan sosialisasi yang akan berdampak pada suksesnya pilkada serentak ini. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh Humas Pemerintahan Kota Medan untuk menciptakan pilkada yang kondusif.

4.1.2 Menganalisis bentuk-bentuk sosialisasi yang dilakukan Humas KPU dalam mensosialisasikan Pilkada 2020

a. Perencanaan dan Pemograman

Tahap *planning and programming* merupakan tahap perencanaan dan menentukan program yang akan dilakukan. Pada tahap ini berdasarkan fakta-fakta yang terkumpul pada tahap penemuan masalah oleh KPU Kota Medan digunakan untuk merencanakan strategi, program, tujuan, tindakan, serta bagaimana cara penyampaian. Program sosialisasi dan pendidikan pemilih merupakan strategi yang digunakan KPU Kota Medan untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota tahun ini. Berkenaan dengan program pendidikan pemilih KPU Kota Medan mengharapkan kualitas pemilih, terutama pemilih pemula pelajar SMA dengan mengadakan kegiatan sosialisasi yang akan dilaksanakan bersama Dinas Pendidikan KPU Goes To School dan KPU Goes To Campus untuk pemilih mahasiswa. Untuk masyarakat umum sekitar KPU mengajak kecamatan, kelurahan serta Ketua RT/RW daerah masing – masing setempat untuk mengajak warganya berkumpul dan KPU akan mensosialisasikan secara langsung melalui face to face kepada warga bersama-sama meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemilu dan pilkada.

Berdasarkan hasil penelitian di KPU Kota Medan, bahwa untuk mewujudkan partisipasi politik masyarakatnya memiliki beberapa cara salah satunya adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi kepada masyarakat dan kepada pemilih pemula

2. Menyebar Brosur-brosur
3. Sosialisasi mobil keliling
4. Menggunakan Pamflet yang dipasang di tempat yang strategis
5. Bantuan Relawan Demokrasi untuk menjangkau masyarakat luas
6. Melakukan simulasi pemilu
7. Menggunakan alat peraga untuk masyarakat penyandang disabilitas
8. Mendirikan rumah pintar pemilu.

Sesuai dengan keterangan narasumber Komisioner KPU Kota Medan yang menyatakan bahwa “Kalau dari sosialisasinya sendiri kita tidak berdiri sendiri tetapi kita di bantu oleh relawan demokrasi dan tidak ada indikator bahwa ini hasil kinerja KPU sendiri”. KPU hanya menjalankan tupoksi sesuai dengan regulasi selebihnya kita senengi dengan aparat desa, aparat kota, partai politik dan lainnya. Sosialisasi pemilu untuk pemilih pemula akan membentuk dan mengembangkan kompetensi kewarganegaraan, tujuan sosialisasi untuk pemilih pemula tidak hanya tahu tentang memilih tetapi juga mengajarkan dan membangun rasa kesadaran dan daya kritis terhadap setiap proses pemilu. Selanjutnya KPU Kota Medan juga menyebar brosur-brosur kepada masyarakat dengan maksud agar mereka membaca dan mengetahui bagaimana cara memilih dan menentukan pemimpin mereka dengan baik serta melakukan sosialisasi dengan menggunakan mobil keliling. Upaya lainnya untuk peningkatan partisipasi masyarakat penyandang disabilitas menggunakan pengertian rasa dengan cara berdialog menggunakan bahasa isyarat agar tetap dipahami oleh masyarakat penyandang disabilitas.

KPU juga mengembangkan komunitas-komunitas peduli pemilu dan demokrasi dan penyandang disabilitas akan rangkul dan dekati dengan mengagendakan kemudian memfasilitasinya dengan cara membuat visi misi calon dalam bentuk brail pada website KPU yang akan menyediakan fitur disability agar mudah diakses oleh mereka. KPU Provinsi Jawa tengah menargetkan sasaran dari pelaksanaan sosialisasi adalah semua elemen masyarakat, terutama pemilih pemula, perempuan dan penyandang disabilitas karena memang sumbang suara dari mereka itu sangat luar biasa jika KPU berhasil menggandeng mereka. Strategi yang digunakan untuk sosialisasi pilgub Jateng adalah yang mengintegrasikan sikap, berbagai strategi yang meliputi publikasi media, komunikasi tatap muka, dan mobilisasi sosial dengan tidak hanya melibatkan KPU tetapi juga seluruh stakeholder dari KPU seperti Pemerintah Daerah, Partai Politik, LSM, Ormas, Tokoh Agama, Media Massa dan Perguruan Tinggi supaya kegiatan sosialisasi berjalan secara masif dan menjangkau semua lapisan masyarakat.

b. Aksi dan Komunikasi

Tahap yang paling penting untuk di implementasikan dari kegiatan perencanaan dan strategi sosialisasi yang telah di rencanakan oleh KPU Kota Medan adalah untuk mencapai hasil dan tujuan yang diharapkan, Humas KPU Kota Medan mempunyai peranan penting untuk mewujudkannya. Pada upaya penyampaian informasi, KPU Kota Medan sangat memperhatikan khalayaknya yang menjadi sasarannya, karena kebutuhan informasi tiap khalayak berbeda – beda seperti pemilih pemula berbeda dengan pemilih yang bukan pemula. Yang pemula masih

terklasifikasi, yang kelompok pelajar dengan mahasiswa tentu berbeda. Kelompok penyandang disabilitas kebutuhannya materi dan medianya juga pasti berbeda dengan warga negara yang lainnya. Proses sosialisasi kali ini didesain dengan konsep gembira atau fun untuk menarik perhatian masyarakat. KPU dan Bawaslu atau Panwaslu juga sudah menerobos cara-cara konvensional untuk menyampaikan atau menyosialisasikan pilkada kepada masyarakat. Seperti melalui media sosial, media massa, media luar ruang, pertemuan-pertemuan berbagai kelompok masyarakat. Melalui cara tersebut masyarakat dapat mengerti kemudian menggunakan hak konstitusionalnya dan diharapkan semua elemen masyarakat dapat merawat demokrasi yang baik. Hal ini juga dapat menghindari masyarakat dari berbagai hal yang sifatnya mengumbar ujaran kebencian, fitnah tidak penting, serta mengorganisasikan diri dalam kelompok “fitnater- fitnater”. Baik pemimpin, partai politik, maupun kandidat harus bisa menjadi contoh bagaimana demokrasi ini berjalan dengan baik.

Untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam kurun waktu dekat KPU Kota Medan akan mengundang semua perangkat kecamatan hingga pengurus RT untuk mensosialisasikan pelaksanaan Pilwalkot Kota Medan. Dengan mengadakan kerjasama para RT untuk mengundang semua warga di tiap kampung dan kelurahan untuk mengecek database tiap anggota keluarganya atau dirinya sendiri. Walaupun KPU Kota Medan telah menggunakan berbagai macam media dalam melakukan sosialisasi penyelenggaraan Pilwalkot Kota Medan 2020 untuk mencapai keberhasilan sosialisasi, pesan yang disampaikan sedemikian rupa kadang kala

dengan menciptakan stimulan (rangsangan) sehingga komunikasi merasakan respect terhadap pesan yang ingin disampaikan. Selain itu timing yang tepat juga perlu diperhatikan karena sangat menentukan apakah komunikasi dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran tidak adanya salah pengertian.

c. Evaluasi

Tahap terakhir yang dilakukan Humas setelah melakukan semua tahap penemuan masalah, perencanaan dan pelaksanaan strategi sosialisasi kaitannya dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat Kota Medan pada Pemilihan Kepala Daerah, selanjutnya adalah tahap evaluasi. Jika dilihat dari pelaksanaan Pilwalkot Kota Medan sebelumnya evaluasi yang dilakukan setiap satu bulan setelah program tersebut dijalankan dan setelah keseluruhan program diselenggarakan sampai pada saat proses perhitungan suara. Hasil evaluasi pada tahun sebelumnya juga dapat dijadikan patokan pelaksanaan sosialisasi Pilkada mendatang, untuk meminimalisir kekurangan dan kendala yang dihadapi sehingga dapat diperbaiki kedepannya. Tanpa adanya evaluasi KPU Kota Medan tidak akan mengetahui kekurangan, kendala dan masalah – masalah yang akan dihadapi. Kendala itu adalah regulasi, anggaran, sumber daya manusia atau personel yang terbatas, sikap apatisme masyarakat, partisipasi dan kepercayaan publik serta kondisi geografis dan infrastruktur.

KPU Kota Medan juga berupaya memperbaiki proses di beberapa tahapan, di antaranya proses pemutakhiran data dan daftar pemilih, sosialisasi, pengelolaan dan pembebanan biaya kegiatan KPU Kota Medan maupun kabupaten dan kota.

Perbaikan proses dalam pelaksanaan Pilkada juga akan memperbaiki proses penganggaran yang mampu melakukan efisiensi.

Evaluasi dilakukan setelah Pilgub dilaksanakan dengan cara mengetahui kehadiran dan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan Pilwalkot. Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Public Relations (2008:225) mengatakan bahwa evaluasi yang signifikan terhadap suatu program kehumasan haruslah dilakukan berdasarkan pengukuran secara ilmiah mengenai kesadaran atau perubahan pendapat, sikap, dan tingkah laku khalayak mengenai organisasi atau perusahaan. Tetapi keberhasilan sosialisasi tidak dapat diukur dan dibandingkan dengan keberhasilan dan tingkat presentasi hasil suara yang dihitung, karena tingkat presentase suara mutlak berhasil berapapun jumlah pemilih yang hadir. Menurut Humas KPU Kota Medan tingkat keberhasilan Pilkada tidak diukur dengan tingkat kehadiran dan jumlah pemilih. Walaupun tingkat kehadirannya hanya satu orang atau lebih tetapi suara dianggap sah maka dikatakan berhasil. Namun kegiatan sosialisasinya dianggap kurang berhasil karena sosialisasi diukur dari banyaknya masyarakat yang berpartisipasi dalam Pilkada. Evaluasi sosialisasi dilakukan oleh pihak – pihak internal KPU Kota Medan saja.

4.2 Pembahasan

Kegiatan sosialisasi Pemilu pada saat menjelang Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Medan 2020 intensif dilakukan oleh berbagai kalangan baik, KPU sebagai penyelenggara maupun Bawaslu serta Pemerintah, Perguruan Tinggi, LSM, Ormas dan komponen masyarakat lainnya. Tujuannya adalah agar masyarakat

mendapat informasi yang utuh dan paham tentang Pemilu serta hal hal terkait lainnya. Kegiatan ini merupakan agenda rutin yang dilakukan pada setiap berlangsungnya kegiatan Pemilu ataupun Pemilihan. Kegiatan Sosialisasi ini biasanya diselenggarakan atas kerjasama antara KPU dengan organisasi masyarakat yang nota bene memiliki konstituen dan basis massa atau lembaga swadaya masyarakat dari berbagai sektor yang umumnya memiliki kelompok dampingan di masyarakat. Kegiatan sosialisasi pemilu juga dilakukan bekerjasama dengan perguruan tinggi dalam hal ini organisasi mahasiswa. Tujuannya tentu tidak jauh beda dengan apa yang dilakukan oleh stakeholder lainnya.

Pada Pemilu kali ini proses sosialisasi masih dilakukan dan melibatkan berbagai pihak sebagaimana yang disebutkan di atas. Bahkan pada Pemilu serentak kali ini KPU juga dibantu oleh tenaga Relawan Demokrasi. Selain dilakukan di ruang tertutup kegiatan sosialisasi juga yang dilaksanakan di ruang terbuka dengan menggunakan berbagai alat peraga sosialisasi. Pentingnya untuk melihat efektifitas dari proses kegiatan sosialisasi yang dilakukan terkait dengan momentum Pemilu maupun Pemilihan baik yang telah, sedang dan akan berlangsung. Sehingga kegiatan sosialisasi sebagai salah satu tahapan dalam setiap pesta demokrasi benar benar bermanfaat dan tidak hanya memberi dampak positif bagi peningkatan wawasan masyarakat tapi juga menyentuh kesadaran warga untuk mau hadir di TPS memberikan hak suaranya pada hari Pemilihan.

Sosialisasi adalah bagian dari proses belajar tentang kebudayaan dalam hubungannya dengan sistem sosial. Hal ini sebagaimana yang acap dikemukakan oleh

pakar Antropologi. Dalam proses ini seorang individu dari masa anak-anak hingga masa tuanya belajar pola-pola tindakan dalam interaksi dengan segala macam individu di sekelilingnya yang menduduki beraneka macam peranan sosial yang ada dalam kehidupan sehari-hari (Koentjaraningrat, hlm 229, 1986).

Terkait dengan proses sosialisasi pada setiap kegiatan Pemilu, definisi mengenai konsep sosialisasi di atas tampaknya masih relevan untuk dijadikan dasar rujukan. Paling tidak untuk menjelaskan relasi antara sosialisasi sebagai sebuah proses sosial, dan belajar tentang budaya sebagai sebuah konsep (cultural learning process).

Dalam kegiatan sosialisasi Pemilu selain dilakukan dengan cara ceramah maupun dialog, juga dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media dan alat peraga yang dipasang di lokasi-lokasi yang gampang dibaca oleh publik dan bertujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi agar lebih mudah dipahami.

Secara umum biasanya proses sosialisasi lebih banyak dilakukan dengan ceramah dan dialog dan penggunaan media sebagai alat penyampai pesan yang mau disampaikan, baik tertulis maupun lisan. Yang penting adalah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat dengan berbagai latar belakang yang ada.

Salah satu unsur terpenting dalam proses sosialisasi adalah dengan cara melakukan komunikasi. Dalam kaitan ini, Edward T. Hall dalam bukunya yang berjudul *The Silent Language* (1959) menyatakan bahwa komunikasi adalah alat yang jitu untuk menembus kotak-kotak masyarakat. Lebih jauh Edward T. Hall mengatakan

bahwa kebudayaan adalah komunikasi dan komunikasi adalah kebudayaan. Pendapat ini mempertegas bahwa suatu komunitas manusia tidak bisa terbangun tanpa adanya komunikasi. Budaya sendiri tercipta karena komunikasi yang juga terbangun dari komunitas manusia.

Sumatera Utara dengan latar belakang masyarakat yang sangat beragam (majemuk selain menghadapi masalah etnosentrisme, tapi juga tentunya sangat beragam dalam memahami dan memaknai masalah komunikasi maupun sosialisasi. Perbedaan itu merupakan akibat dari perbedaan adat istiadat yang dimiliki. Keberbedaan ini dapat memicu miskomunikasi bahkan pada tingkat yang paling ekstrem perpecahan yang mengarah pada disintegrasi antarbudaya. Hal ini dapat dipahami berkaitan adanya permasalahan silang budaya dalam masyarakat majemuk (heterogen) dan jamak (pluralistis) yang seringkali bersumber dari masalah komunikasi, kesenjangan tingkat pengetahuan, status sosial, geografis, adat kebiasaan dapat merupakan kendala bagi tercapainya suatu konsensus yang perlu disepakati dan selanjutnya ditaati secara luas. Hal inilah yang kemudian dirasa perlu untuk mengulas tentang makna-makna yang sama dalam melihat proses sosialisasi Pemilu sebagai komunikasi antar budaya dalam masyarakat yang majemuk.

Sosialisasi sebagai ajang komunikasi budaya dalam masyarakat multikultural merupakan sebuah harapan dari masyarakat yang tersusun oleh keragaman etnik. Untuk mendapatkan gambaran proses pemilu sebagaimana yang diinginkan oleh semua pihak terutama KPU yang berkepentingan agar Pemilu berjalan lancar dan sukses dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi.

Untuk memahami perbedaan-perbedaan yang ada antar etnis, adat, agama, tingkat sosial tersebut adalah dengan cara melakukan komunikasi antar budaya. Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda ras, etnik, atau sosio ekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). Dengan demikian pemahaman latar belakang budaya dalam rangka sosialisasi memungkinkan tersampainya pesan dengan baik dan jelas kepada masyarakat. Dengan komunikasi yang baik dan pemahaman terhadap kearifan local (local wisdom) serta dibarengi dengan proses kreatif dan inovatif maka proses sosialisasi diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang baik pula sehingga partisipasi masyarakat dalam mensukseskan Pemilihan atau Pemilu dapat terus meningkat dan menjadi lebih baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Dari pengenalan sasaran komunikasi diketahui bahwa sebelum melakukan sosialisasi pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Medan maka dilakukan rapat guna merencanakan sosialisasi yang akan diselenggarakan serta objek yang akan dituju untuk sosialisasi agar dalam pelaksanaannya sosialisasi dapat berjalan dengan lancar.
- b. Dari pemilihan media komunikasi dilakukan dengan membuat selebaran-selebaran atau pamphlet mengenai pilkada Kota Medan guna menambah informasi bagi masyarakat yang membacanya dan dapat membantu melancarkan sosialisasi yang akan diselenggarakan sebelum pelaksanaan Pilkada.
- c. Dari pengkajian tujuan pesan komunikasi diketahui pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan sosialisasi Pilkada Kota Medan harus lebih fokus terutama dalam menyampaikan tujuan dari sosialisasi tersebut agar masyarakat di Kota Medan lebih mengerti makna Pilkada.
- d. Dari peran humas dalam komunikasi dapat dilihat dari dampak positif yang dihasilkan dalam sosialisasi pilkada yang mana semua pihak yang terkait

dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan fungsi yang telah ditetapkan sebelum sosialisasi dilakukan.

5.2 Saran

- a. Bagi Humas KPU Kota Medan agar menaruh perhatian yang lebih serius dalam hal sosialisasi kepada masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih tetap. Pemilihan media secara tepat dan efisien sangat berperan penting dalam hal menekan golput di Kota Medan.
- b. Dalam pelaksanaan sosialisasi ini hendaknya lebih menggunakan media pendukung dalam pelaksanaan komunikasi misalnya lebih menyemarakkan pamphlet atau iklan-iklan melalui media elektronik daerah yang mana lebih memberikan informasi kepada masyarakat.
- c. Diharapkan kepada masyarakat, media dan Humas KPU Kota Medan saling bekerjasama dalam menyebarluaskan informasi mengenai pilkada, agar kepercayaan masyarakat yang selama ini rendah kepada penyelenggara dan peserta pada pilkada serentak bisa meningkat pada pilkada selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, 2002. Abdulsyani. 2002. *Sosiologi Skematika Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Bungin Burhan, 2006 : *Pengantar Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*, Jakarta : Ramdina Prakarsa
- Fasya, Teuku dan Khairani, Leylia. 2019. *Demokrasi Tanah Gayo Kaleidoskop Pengawasan Pemilu 2019 di Kabupaten Aceh Tengah*. Aceh: Bandar Publishing
- Marijan, Kacung. 2010. *Sistem Politik Indonesia Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru*. Jakarta: Kencana
- Muhammad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Moleong, Lexy, J. 2006 : *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Muhammad Arni Dr, 2014 : *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul, Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relation*. Bandung : Pustaka Setia
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Rajawali Pers
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Suyanto, Joko. 2010. *Gender dan Sosialisasi*. Jakarta: Nobel Edumedia
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara. Yogyakarta
- Winarno, S. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*. Tarsito: Bandung

Link Berita:

www.kpu.go.id

Kompasiana, 2015.

medan.tribunnews.com

<https://kpu-d-medankota.go.id/strategi-sosialisasi-pada-masyarakat-multikultur-menyongsong-pilkada-kota-medan-2020-2/>

Data yang dibutuhkan:

1. Profil KPU
 - a. Visi Misi
 - b. Struktur Organisasi
 - c. Tugas, Peran dan Tanggung Jawab Humas
2. Bentuk-bentuk sosialisasi:
 - 2.1 Komunikasi Organisasi
 - a. Dalam struktur organisasi di KPU Kota Medan, bagaimana posisi Humas dalam berkoordinasi dan bertanggung jawab mengenai program yang akan dilaksanakan?
 - b. Program sosialisasi yang dirancang Humas dimuat dalam dokumen apa? Dan bagaimana mekanisme penyusunan program-program yang akan dilaksanakan? (minta dokumen program kerja Humas pada masa penyelenggaraan pemilu)
 - c. Bagaimana koordinasi yang dilakukan oleh Humas dalam mensukseskan program yang akan dilaksanakan? Kepada siapa saja Humas akan berkoordinasi?
 - d. Bagaimana Humas membangun hubungan secara internal (di dalam KPU) dan eksternal demi menjaga stabilitas komunikasi?
 - e. Siapa saja para pihak internal yang menjadi relasi KPU?
 - f. Dan siapa saja pihak eksternal yang menjadi relasi KPU?
 - 2.2 Public Relations (Humas)
 - a. Apa yang dilakukan Humas untuk membangun citra positif tentang KPU. Berikan contoh peristiwa-peristiwa yang sudah dimuat dan dipublikasi demi membangun citra yang positif
 - b. Jika terjadi sesuatu hal yang tidak diharapkan oleh Humas sesuai dengan yang direncanakan, bagaimana Humas mengatasinya baik dengan pihak internal dan pihak eksternal. Berikan contoh

c. Apa saja kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan oleh KPU dalam mendukung Pilkada Kota Medan 2020:

C.1 Sosialisasi searah

- Media cetak (contoh korannya, dan contoh teks sosialisasinya)
- Media sosial (alamat media sosial: twitter, instagram, facebook)
- Media televise
- Web site
- Baliho, banner, spanduk, flyer
- Sasaran dari kegiatan sosialisasi searah melalui media2 yang telah disebutkan di atas siapa saja? Dan alasan utamanya apa?

C.2 Sosialisasi Timbal Balik

- Sosialisasi yang dilakukan secara langsung telah dilakukan di mana saja?
- Dan siapa saja sasarannya? Apa alasan utama pemilihan sasaran target sosialisasi (lampiran bukti foto2 kegiatan)
- apakah juga menyelenggarakan dialog live streaming juga melalui youtube, instagram, dan televisi? Apa temanya, kapan dilaksanakan
- konten/ isi dari pesan yang disampaikan dalam sosialisasi secara langsung ini?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20138 Telp. (061) 6614587 - (061) 6610440 Ext. 200-201 Fax. (061) 6628474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Slr-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 21 Maret 2018

Assalamu alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Bambang Rudi Grayda Sumarta
NPM : 1603102 38
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungas eks : 1392 eks, IP Kumulatif 3,25

Menajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	Peran homas karisi pemilihan umum kota Medan dalam persustabilitas Pilkada 2020	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Peran komas ruang guru terhadap anak sula naga 2 Medan terkait persahabatan belajar online	<input type="checkbox"/>
3	Peran komas ruang guru terkait minat belajar online siswa menengah atas kota Medan	<input type="checkbox"/>

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan.
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal.

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

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Penstamping

Pemohon,

Medan, tgl 2018

Ketua

(Bambang Rudi Grayda Sumarta)
B. ANASIB ANAS AZHAR



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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 114.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 09 Maret 2020 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **BAMBANG RIZKY PRAYOGA SIMARMATA**
N P M : 1603110238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN
DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2020**

Pembimbing : **Dr. ANANG ANAS AZHAR., M.A.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.
Masa Kadaluarsa tanggal: 09 Maret 2021.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 14 Rajab 1441 H
09 Maret 2020 M


Dr. Arifin Saich, S.Sos.,MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624587 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umhu.ac.id> E-mail: raktor@umhu.ac.id

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

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 16 - Mei 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Bambang Rizki Prayoga Situmorana
N P M : 16031102308
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 119/L.31/SK/IL.3/UMSU-03/F/2020, tanggal 9/3/2020, dengan judul sebagai berikut :

Peman. humas. kom. s. Pemilihan umum kota medan dalam sosialisasi kepada 2020

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

Pembimbing
(P. Anwar Akbar, M.A.)

(Bambang Rizki P.S.)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 551/KEP/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 10 September 2020
 Waktu : 09.00 WIB s/d. Selesai
 Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
11	ANDREY BOMBY SITEPU	1603110189	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TAMAN EDUKASI BINJAI SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN YANG RAMAH BAGI ANAK
12	ARI ANFARI DAMANIK	1603110044	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom.	PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN SAWAH SEBAGAI MEDIA LITERASI DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA WARGA
13	RANGGA PRATAMA ARDYANSYAH	1603110053	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	JUNAIDI, S.Psi, M.Si.	KOMUNIKASI BISNIS TRAVEL UMROH GRAND HURAH DI MASA PANDEMI COVID-19
14	YOLAN DWI AGUSTIN	1603110171	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	DAMPAK PANDEMI COVID 19 PADA PROSES KOMUNIKASI DALAM PEMBELAJARAN ONLINE
15	BAMBANG RIZKI PRAYOGA SIMARMATA	1603110238	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2020

Medan, 08 September 2020 M
 1442 H





UMSU

Ummi Cendekia Terpercaya
 Tidak Surat ini agar disebutkan
 tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Bambang Rizki Prayoga Ginaswata
 NPM : 16 03 110230
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Peran Humas Komisi Pemilihan Umum
 Kota Medan dalam Masyarakat Sanitasi Pilkada 2020

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	9/03/20	Pengsesahan judul	↓
2	15/03/20	Bimbingan proposal	↓
3	5/04/20	Revisi proposal	↓
4	9/09/20	acc proposal	↓
5	9/10/20	Bimbingan Draft Wawancara	↓
6	11/10/20	Bimbingan Bab IV	↓
7	20/10/20	Bimbingan Bab IV	↓
8	30/10/20	Bimbingan Bab V	↓
9	16/11/20	ACC Skripsi	↓

16 November 2020



Eksistensi kami sangat terganggu akibat nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20236 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 750/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2020
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 01 Rabiul Akhir 1442 H
17 November 2020 M

Kepada Yth : Kepala Komisi Pemilihan Umum Kota Medan
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **BAMBANG RIZKY PRAYOGA SIMARMATA**
N P M : 1603110238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN
DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2020**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.


Dr. Anton Saleh, S.Sos.,MSP.

Cc : File.



KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN

Jl. Kejaksaan No. 37 Medan Telp 061-4513031 Fax 061-4525036

Medan, 20 November 2020

Nomor : 404 /HM.03.4-SD/1271/Sek-Kot/XI/2020
 Sifat : -
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Yth :
 Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

di-

Medan

Sehubungan dengan Surat Saudara Nomor : 750/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020 tanggal 17 November 2020 perihal Mohon diberikan izin penelitian Mahasiswa :

Nama : BAMBANG RIZKY PRAYOGA SIMARMATA
 N P M : 1603110238
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2020/2021
 Judul Skripsi : PERAN HUMAS KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2020

Dengan ini diberikan izin penelitian di Kantor Komisi Pemilihan Umum Kota Medan untuk melengkapi data dokumen yang diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Peringgal

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Data Pribadi**

Nama : Bambang Rizki Prayoga Simarmata
Tempat, Tanggal Lahir : Pergulaan, 28 Juli 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : S1/ Ilmu Komunikasi
Alamat : Pergulaan Dusun IV Kecamatan Sei Rempah
E-mail : Mmbengofficial@gmail.com

Latar Belakang

2004-2010 : SD 104305 Desa Pergulaan Dusun 4
2010-2013 : SMP Negeri 2 Sei Rempah
2013-2016 : SMK Karya Setia Pegajahan