

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI TERHADAP PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM KEPENGURUSAN DOKUMEN KEPENDUDUKAN (Studi Kuantitatif Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanah Laut)

Bambang Adi wijaya, Muzahid Akbar Hayat, Rahmi Widyanti, Margareta Habibah

Program Pasca Sarjana Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia
Jln. Adhyaksa No. 2 Kayu Tanggi Banjarmasin, 70123, Kalimantan Selatan Indonesia

ABSTRAK

Bambang Adi Wijaya. 2009010007. **Analisis Strategi Komunikasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Kepengurusan Dokumen Kependudukan (Studi Kuantitatif pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanah Laut)**. Pembimbing: 1. Dr. Muzahid Akbar Hayat, M.Si 2. Prof. Dr. Hj. Rahmi Widyanti, M.Si.

Undang - Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan merupakan penjabaran amanat Pasal 26 ayat (3) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bertujuan untuk mewujudkan tertib administrasi kependudukan dengan terbangunnya database kependudukan secara nasional serta keabsahan dan kebenaran atas dokumen kependudukan yang diterbitkan. Administrasi kependudukan adalah rangkaian kegiatan penataan dan penertiban dalam penerbitan dokumen dan data kependudukan melalui pendaftaran penduduk, pencatatan sipil, pengelolaan informasi administrasi kependudukan serta pendayagunaan hasilnya untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain. Dalam upaya memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanah Laut telah melakukan berbagai upaya dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat baik melalui sosialisasi, *public relation*, dan media promosi baik berupa leaflet, *x-banner*, papan informasi dan lain lain terkait hal pengurusan dokumen kependudukan.

Penelitian ini menganalisis Seberapa besar pengaruh sosialisasi, *Public relation* dan media promosi dalam meningkatkan kesadaran untuk mengurus dokumen kependudukan. Dengan menggunakan metode kuantitatif melalui uji statistik regresi linear berganda terhadap 200 orang responden dengan nilai signifikansi 5% didapati hasil bahwa koefisien beta pada variabel X1 (sosialisasi) adalah sebesar 0.297 (positif) nilai P-value sebesar 0.000 (lebih kecil daripada taraf signifikansi 0.05) yang artinya sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran, sedangkan nilai koefisien beta pada variabel X2 (*public relation*) adalah sebesar 0.813 (positif) nilai P-value sebesar 0.000 (lebih kecil daripada taraf signifikansi 0.05) yang artinya Public relation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran dan nilai koefisien beta pada variabel X3 (media promosi) adalah sebesar 0.011 (positif) nilai P-value sebesar 0.815 (lebih besar daripada taraf signifikansi 0.05) yang artinya media promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kesadaran. sedangkan hasil uji simultan berdasarkan uji F didapatkan nilai P-value sebesar 0,000 (dibawah taraf signifikansi 0.05) yang artinya seluruh variable bebas berpengaruh secara simultan terhadap variable terikat.

Kata kunci : dokumen kependudukan, sosialisasi, *public relation*, media promosi, kesadaran

ANALYSIS OF COMMUNICATION STRATEGY TOWARD INCREASEMENT OF PUBLIC AWARENESS IN ADMINISTRATION OF POPULATION DOCUMENTS (Quantitative Study At Tanah Laut Regency Population And Civil Registration Service).

Bambang Adi wijaya, Muzahid Akbar Hayat, Rahmi Widyanti, Margareta Habibah

Program Pasca Sarjana Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia
Jln. Adhyaksa No. 2 Kayu Tanggi Banjarmasin, 70123, Kalimantan Selatan Indonesia

ABSTRACT

Bambang Adi Wijaya. 2009010007. *Analysis Of Communication Strategy Toward Increasement Of Public Awareness In Administration Of Population Documents (Quantitative Study At Tanah Laut Regency Population And Civil Registration Service).*

Advisors: 1. Dr. Muzahid Akbar Hayat, M.Si 2. Prof. Dr. Hj. Rahmi Widyanti, M.Si.

Law Number 24 of 2013 concerning Amendments to Law Number 23 of 2006 concerning Population Administration is an elaboration of the mandate of Article 26 paragraph (3) of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia which aims to realize an orderly population administration by establishing a national population database as well as the validity and correctness of the issued population documents. Population administration is a series of structuring and controlling activities in the issuance of population documents and data through population registration, civil registration, management of population administration information and utilization of the results for public services and the development of other sectors. In an effort to provide the best service for the community, the Population and Civil Registration Office of Tanah Laut Regency has made various efforts to provide information and education to the public through outreach, public relations, and promotion media in the form of leaflets, x-banners, information boards and others. related to the management of residence documents. This study analyzes how big the influence of socialization, public relations and media promotion is in increasing awareness of managing population documents. By using the quantitative method through multiple linear regression statistical tests on 200 respondents with a significance value of 5% it was found that the beta coefficient on variable X1 (socialization) was 0.297 (positive) P-value was 0.000 (smaller than the 0.05 significance level) which means socialization has a positive and significant effect on awareness, while the beta coefficient value on variable X2 (public relations) is 0.813 (positive) the P-value is 0.000 (smaller than the 0.05 significance level) which means that public relations has a positive and significant effect on awareness and the value of the beta coefficient on variable X3 (media promotion) is 0.011 (positive) the P-value is 0.815 (greater than the significance level of 0.05), which means that media promotion has a positive but not significant effect on awareness. while the results of the simultaneous test based on the F test obtained a P-value of 0.000 (below the significance level of 0.05), which means that all independent variables simultaneously influence the dependent variable.

Keywords: population documents, outreach, public relations, promotional media, awareness