

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

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 komunikasi 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.

Pendahuluan

Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada hakekatnya berkewajiban memberikan perlindungan dan pengakuan atas status hukum atas peristiwa kependudukan maupun peristiwa penting yang dialami penduduk. 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 sebagai suatu sistem, bagi penduduk diharapkan dapat memberikan pemenuhan atas hak-hak administratif penduduk dalam pelayanan publik serta memberikan perlindungan yang berkenaan dengan penerbitan dokumen kependudukan tanpa ada perlakuan yang diskriminatif melalui peran aktif pemerintah dan pemerintah daerah. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil adalah penyelenggara pemerintah kabupaten/kota yang bertanggung jawab dan berwenang dalam urusan administrasi kependudukan dan merupakan penjabaran pelaksanaan administrasi kependudukan dan catatan sipil meliputi pelayanan penerbitan seluruh dokumen kependudukan, seperti: KTP-el, biodata penduduk, kartu keluarga, surat keterangan kependudukan, akta kelahiran, akta perkawinan, akta perceraian, akta kematian, akta pengakuan anak, dan akta pengesahan anak dan dokumen lainnya. Dokumen kependudukan adalah dokumen resmi yang diterbitkan oleh instansi pelaksana yang mempunyai kekuatan hukum sebagai alat bukti autentik yang dihasilkan dari pelayanan pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil.

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 komunikasi baik berupa leaflet, x-banner, papan informasi dan lain lain terkait hal pengurusan dokumen kependudukan. (Laporan tahunan disdukcapil tala,2021).

Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2013:22). Dengan menggunakan strategi atau perencanaan yang baik maka tujuan kita untuk memperkenalkan barang atau jasa akan cepat sampai kepada masyarakat. Tentu hal itu juga diimbangi dengan komunikasi yang baik. Adapun tujuan dari strategi itu dibuat menurut Liliweri (2011:248) adalah:

1. Memberitahu (*announcing*)
2. Memotivasi (*motivating*)
3. Mendidik (*educating*)
4. Penyebaran Informasi (*informing*)
5. Mendukung Pembuat Keputusan (*supporting decision making*)

Pengertian Sosialisasi

Menurut Maclever sosialisasi adalah proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial (2013:175), Adapun manfaat adanya sosialisasi dalam masyarakat

terbagi menjadi dua tahap, Bagi individu, sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik nilai, norma, dan struktur sosial yang ada pada masyarakat di lingkungan tersebut. Bagi masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat untuk melestarikan, penyebaran, dan mewariskan nilai, norma, serta kepercayaan yang ada pada masyarakat. pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Melalui proses sosialisasi maka seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat.

Sosialisasi dan Komunikasi

Sosialisasi dilakukan setiap hari oleh masyarakat, dalam melakukan sosialisasi melalui proses komunikasi yang begitu intens. Dalam proses sosialisasi komunikasi merupakan unsur terpenting dalam menentukan berhasil atau tidaknya proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang menjadi tujuan utama dari komunikasi. Jika proses ini berjalan dengan baik, maka hasilnya juga pasti sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Proses komunikasi yang salah inilah yang kemudian menimbulkan misunderstanding atau salah paham. Wajar saja, hal ini dikarenakan proses komunikasi merupakan sebuah jalan yang menjadi perantara penyampaian informasi. Jika jalan tersebut putus atau rusak maka hasilnya pasti berantakan. Devito (2015:53) mengatakan proses komunikasi bahwa proses suatu proses untuk bertukar informasi dimana setiap komponennya saling berkaitan satu sama lain.

Public Relation

Cutlip, dan Center dan Broom menjelaskan public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. (Rachmat Kriyantono, 2008)

Public Relations adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya; PR melibatkan manajemen problem atau manajemen isu; PR membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik; PR mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik; PR membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan PR dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan dini untuk mengantisipasi arah perubahan (trends); dan PR menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya. (Rachmat Kriyantono, 2008).

Public relation memiliki lima indikator, antara lain :

1. Hubungan pers
2. Publisitas produk
3. Komunikasi perusahaan
4. Melobi
5. Konseling

Media Komunikasi

- a. Dalam berkomunikasi, ada beberapa jenis medium komunikasi atau communication platform yang dapat digunakan oleh manusia, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun untuk keperluan bisnis. Medium komunikasi ini dapat diterapkan sesuai dengan tujuan serta fungsi masing-masing. Ketika melakukan komunikasi, seseorang perlu menggunakan media-media komunikasi yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat sampai pada penerima pesan. Media komunikasi inilah selanjutnya berfungsi sebagai media promosi dalam menyampaikan sebuah informasi. Dari pengertian beberapa ahli mengenai media komunikasi, maka media komunikasi ini dapat dibedakan menjadi dua jenis jika dilihat berdasarkan jenis saluran medianya, yaitu media komunikasi nonverbal serta media komunikasi verbal. Apabila dilihat berdasarkan cara penyebarannya, maka media komunikasi dapat dibedakan menjadi empat jenis media yaitu Media Komunikasi Audio atau Suara, Media Komunikasi Audio Visual dan Media Komunikasi Cetak.

Pengertian Kesadaran Masyarakat

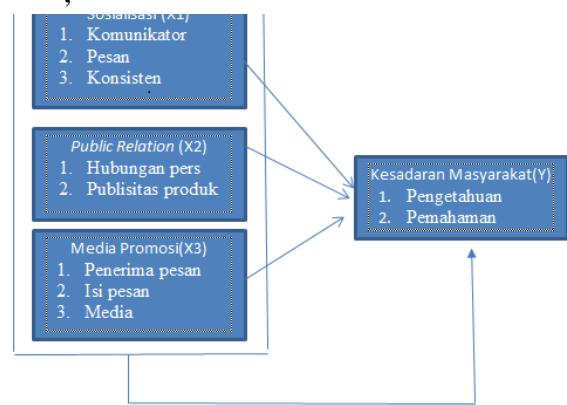
Menurut Poedjajjatna, kesadaran adalah pengetahuan, sadar, dan tahu. Mengetahui atau sadar tentang keadaan terdugahnya jiwa terhadap sesuatu. Sadar juga merupakan sikap atau perilaku mengetahui dan patuh pada peraturan dan ketentuan perundangan yang ada juga merupakan sikap mengetahui, mengerti dan patuh pada adat dan istiadat dan kebiasaan yang hidup dalam masyarakat. Maka kesadaran ialah mengerti dan mengetahui tidak hanya sekedar berdasarkan peraturan dan ketentuan, tetapi juga mengerti dan mengetahui atas

dasar adat, kebiasaan, dan norma dalam masyarakat.

Menurut Ralph Linton yang mengemukakan bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka itu dapat mengorganisasikan dirinya dan berfikir tentang dirinya dalam satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu. Dengan demikian, dari berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat adalah suatu perasaan tahu dan mengerti atas apa yang telah dilakukan atau dimiliki oleh seseorang untuk menjadikan kehidupan bermasyarakat yang berjalan sesuai dengan normanorma yang ada untuk mencapai suatu perubahan yang lebih baik.

Indikator kesadaran menurut Soekanto menyatakan bahwa terdapat empat indikator kesadaran yang masing-masing merupakan suatu tahapan bagi tahapan berikutnya dan menunjukkan pada tingkatan kesadaran tertentu, mulai dari yang terendah dan tertinggi, antara lain: pengetahuan, pemahaman, sikap dan pola perilaku (tindakan). Priyoono juga mengemukakan bahwa indikator kesadaran adalah pengetahuan dan pemahaman. Lain halnya dalam bidang psikologi menyebutkan bahwa kesadaran mencakup tiga hal, yaitu: persepsi, pikiran, dan perasaan. Sedangkan dalam teori konsistensi (penyadaran), selain mencantumkan indikator pengetahuan, sikap juga menyebutkan indikator regulasi atau peraturan. Dengan demikian, dari perkembangan indikator menurut beberapa ahli, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan, sikap, dan praktik (tindakan).

Kerangka Pemikiran



Berdasarkan identifikasi masalah, tinjauan pustaka, serta kerangka pemikiran, maka peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Terdapat pengaruh secara parsial sosialisasi dalam meningkatkan kesadaran untuk memiliki dan mengurus sendiri Administrasi Kependudukan

H2 : Terdapat pengaruh secara parsial *Public Relation* dalam meningkatkan kesadaran untuk mengurus sendiri Administrasi Kependudukan

H3 : Terdapat pengaruh secara parsial media promosi yang sudah ada terhadap kesadaran untuk mengurus sendiri Administrasi Kependudukan

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan sosialisasi, *Public relation* dan media promosi dalam meningkatkan kesadaran untuk mengurus dokumen kependudukan.

Metode dan Rancangan penelitian

Metode penelitian yang digunakan termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan

pendekatan cross sectional yaitu menganalisis seberapa besar pengaruh perilaku masyarakat terhadap Sosialisasi, Public Relation, Inovasi dan Standar Operational Prosedure oleh Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanah Laut terhadap kesadaran masyarakat dalam layanan administrasi kependudukan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengurus dokumen kependudukan di Kabupaten Tanah Laut. Dalam penelitian ini sampel diambil berdasarkan tehnik *simple random sampling* , yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam hal ini masyarakat yang mengurus dokumen kependudukan yang akan menjadi sampel sebanyak 200 orang.