

**STRATEGI KOMUNIKASI PEGAWAI DINAS
KETENAGAKERJAANKOTA MEDAN DALAM
PELAYANAN PUBLIK PADASEKSI INFO PASAR KERJA**

(Studi Kasus Pembuatan AK1)

SKRIPSI

OLEH :

GILANG MAULANA

18.853.0104



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/9/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)29/9/23

**STRATEGI KOMUNIKASI PEGAWAI KETENAGAKERJAANKOTA MEDAN
PELAYANAN PADA SEKSI INFO PASAR KERJA
(Studi kasus pembuatan AK1)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi :Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan
Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja (Studi kasus
pembuatan AK1)

Nama : Gilang Maulana


NPM : 188530104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Hermansyah Matondang, S.Sos, M.Si
Pembimbing I


Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm
Pembimbing II



Dr. Efflati Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan



Agnita Yolanda, B. Comm, M.Sc
Ka. Prodi

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



CS Dipindai dengan CamScanner

S

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Gilang Maulana
NPM : 188530104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul : Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja (Studi kasus Pembuatan AK1)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Februari 2023
Yang menyatakan



(Gilang Maulana)



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Gilang Maulana, anak dari Bapak Taufik dan Ibu Muliana. Lahir di Medan pada 29 November 1999. Penulis merupakan anak tunggal.

Penulis bersekolah di Sekolah Dasar Taman Siswa Kota Medan padatahun 2006, selanjutnya pada tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah di SMPN13 Medan, kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan sekolah di SMA Tritech Medan. Pada tahun 2018 sampai sekarang penulis melanjutkan Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area.



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEGAWAI DINAS KETENAGAKERJAANKOTA MEDAN DALAM PELAYANAN PUBLIK PADA SEKSI INFO PASAR KERJA

Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan merupakan suatu instansi atau lembaga pemerintahan yang membantu pemerintahan kota Medan dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang tenaga kerja. Dalam urusan tersebut salah satunya adalah pembuatan kartu AK 1, dimana tujuan dari AK 1 adalah agar pemerintah dapat mendata para pencari kerja. Banyaknya miskomunikasi dengan proses pembuatan kartu kerja, membuat ketidakpuasan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan kepada masyarakat mengenai prosedur atau ketentuan dalam membuat kartu kerja. Selain itu ketidakmampuan masyarakat untuk mengakses informasi akhirnya menimbulkan permasalahan pada pelayanan Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan. Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pegawai Dinas Ketenagakerjaan kota Medan dalam pelayanan publik pada seksi info pasar kerja. Serta mengetahui hambatan dari penerapan strategi komunikasi tersebut dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas ketenagakerjaan kota medan memakai 3 strategi yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan dan menentukan metode serta 2 hambatannya yang ditemukan adalah hambatan psikologis dan sosiologis dan sudah memenuhi standar baik dari teori yang digunakan maupun proses interaksi secara langsung, meskipun masih ada beberapa hal yang harus di perbaiki serta di tingkatkan kembali guna mendukung pelayanan yang di berikan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Dinas Ketenagakerjaan, AK 1, Kualitatif Deskriptif.

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF EMPLOYEE DEPARTMENT OF MEDAN CITY OF AGENCIES IN PUBLIC SERVICES IN JOB MARKET INFO SECTION

The Medan City Employment Services is a government agency or institution that assists the Medan city government in carrying out government affairs in the field of labor. In this matter, on off them is making AK 1 cards, where the purpose of AK 1 is so that the government can register job seekers. There is a lot of miscommunication with the process of making work cards, causing dissatisfaction with the services provided by Medan City Employment Service employees to the public regarding the procedures or conditions for making work cards. Apart from that, the public inability to access information ultimately causes problems with the services of the Medan City Employment Service. The purpose of this research is to determine the communication strategy of Medan City Manpower Department employees in public services in the labor market information section. As well as knowing the obstacles to implementing this communication strategy using descriptive qualitative research methods. The result of the research show that the communication strategy carried out by the Medan City Employment Service uses 3 strategies, namely knowing the audience, compiling messages and determining methods and the 2 obstacles found are psychological and sociological barriers and have met the standards both of the theory used and the direct interaction process, although there are still several things that need to be repaired and improved to support the service provided

Keywords : Communication Strategy, Employment Agencies, AK 1, Descriptive qualitative.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja”.

Skripsi ini merupakan bagian dari tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area.

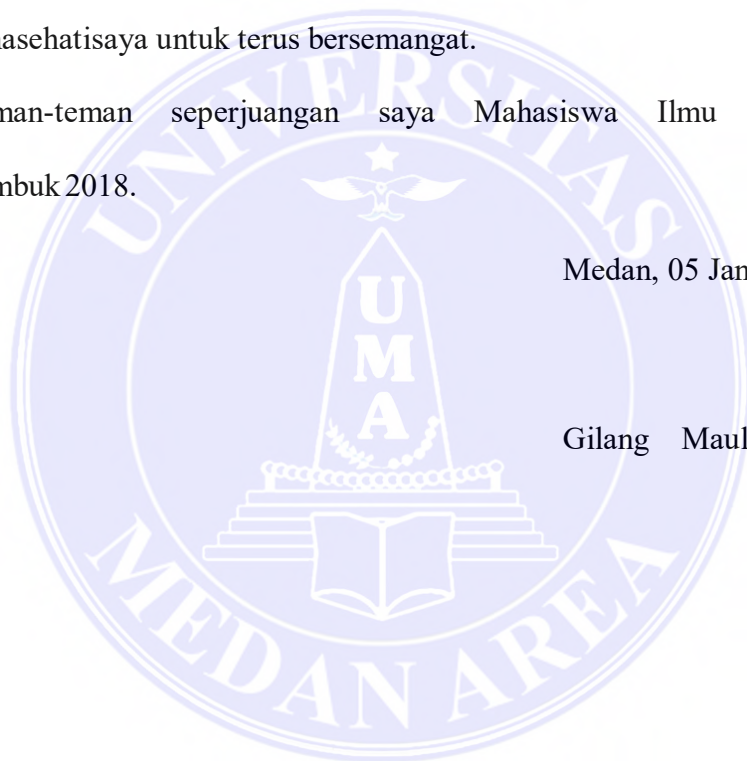
Demi kesempurnaan proposal penelitian ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah mendukung dan membimbing saya, seperti:

1. Kepada kedua orang tua kandung penulis Ayahanda Taufik dan Ibunda Muliana atas doa, dukungan, bimbingan serta kasih sayang yang telah diberikan selama ini baik memberikan materil maupun moril.
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP selaku Ka. Prodi Ilmu Komunikasi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Iyang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada keluarga besar SAPMA PEMUDA PANCASILA UMA yang telah bersedia bekerjasama, membantu dan mendukung kepada penulis
8. Ibu angkat saya Siti Khadijah yang terus mendukung saya dan menasehatisaya untuk terus bersemangat.
9. Teman-teman seperjuangan saya Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018.

Medan, 05 Januari 2023

Gilang Maulan



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	Vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	Ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Teori	8
1. Komunikasi.....	8
2. Komunikasi Organisasi	9
3. Manajemen Komunikasi	11
4. Strategi Komunikasi	12
5. Hambatan Komunikasi.....	16
6. Pelayanan Publik	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berfikir.....	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian	26
C. Sumber Data.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Teknik Analisis Data.....	28
F. Pengujian Kredibilitas Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Deskripsi Lokas Penelitian	30
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP	52
A. Simpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	52

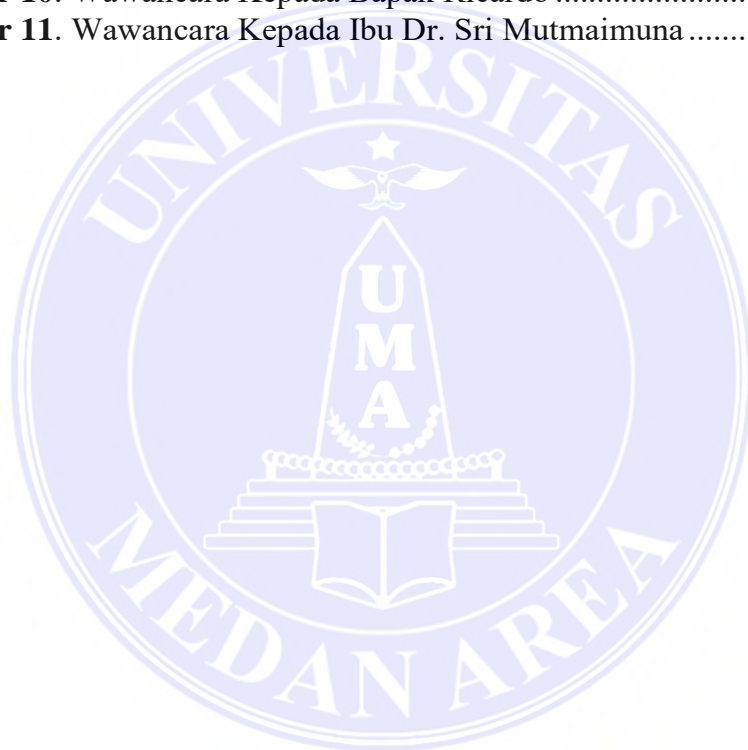
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian	20
Tabel 2. Struktur Organisasi	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir	25
Gambar 2. Struktur Organisasi	38
Gambar 3. Contoh AK 1	58
Gambar 4. SOP Pelayanan AK 1	68
Gambar 5. Wawancara Kepada Ibu Titiek	59
Gambar 6. Wawancara Kepada Ibu Baikun Pasaribu	59
Gambar 7. Wawancara Kepada Bapak Enggar	60
Gambar 8. Wawancara Kepada Bapak Johar	60
Gambar 9. Wawancara Kepada Bapak Rominuson	61
Gambar 10. Wawancara Kepada Bapak Ricardo	61
Gambar 11. Wawancara Kepada Ibu Dr. Sri Mutmaimuna	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	55
Lampiran 2. Data Informan	56
Lampiran 3. Dokumentasu Penelitian	57
Lampiran 4. Izin Pengambilan Data.....	63
Lampiran 1. Selesai Pengambilan Data.....	64





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kartu AK1 adalah kartu tanda pencari kerja yang sering disebut pula dengan Kartu Kuning. Kartu ini dikeluarkan oleh lembaga pemerintah, Dinas Ketenagakerjaan atau Disnaker, yang dibuat dengan tujuan untuk pendataan para pencari kerja. Mengenai fisiknya, meski bernama AK 1, kartu ini justru berwarna putih yang mencantumkan beberapa informasi tentang pemiliknya, yaitu nama, nomor induk kependudukan (NIK) E-KTP, data kelulusan, hingga sekolah dan universitas tempat pencari kerja memperoleh gelar, bergantung pada pendidikan terakhir. Kartu AK1 dibuat di daerah kabupaten masing-masing pencari kerja. Pencari kerja hanya bisa membuat AK 1 di daerah aslinya, yaitu yang tertera di KTP. Disnaker atau Dinas Ketenagakerjaan merupakan instansi di bawah Kementerian Tenaga Kerja, adalah satu-satunya lembaga pemerintah yang bergerak di bidang penyedia tenaga kerja yang sudah resmi bagi perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja baru. Disnaker atau Dinas Ketenagakerjaan akan memberi data calon pencari kerja kepada pihak perusahaan. Data-data pencari kerja ini didapatkan dari nama-nama pencari kerja yang sudah terdaftar dan memiliki AK 1.

Berdasarkan hasil observasi awal penulis, ditemukan adanya miskomunikasi dengan proses pembuatan AK 1. Miskomunikasi yang dimaksud adalah suatu komunikasi dan pertukaran informasi yang tidak berjalan baik antara pihak pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan khususnya pada Seksi Info Pasar Kerja dengan masyarakat pencari kerja,

sehingga ditemukan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan lebih tepatnya pegawai pada Seksi Info Pasar Kerja kepada masyarakat mengenai prosedur atau syarat-syarat dalam membuat AK 1, salah satunya bentuk dari miskomunikasi tersebut dimana ketidakmampuan masyarakat untuk mengakses informasi dari segi media *online* baik itu dari masyarakat yang gagap teknologi dan masyarakat yang kurang sadar akan kegunaan internet sebagai sumber informasi. Selain itu juga ditemukan belum optimalnya upaya dari pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan khususnya pada Seksi Info Pasar Kerja dalam memberikan informasi mengenai prosedur atau syarat-syarat dalam membuat AK 1 tersebut yang akhirnya menimbulkan permasalahan pada pelayanan Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti juga melihat proses komunikasi yang terjadi antara pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan tepatnya pada seksi info pasar kerja dengan masyarakat atau pencari kerja (pencari kerja) yang masih kurang efektif dan komunikatif. Sehingga muncul miskomunikasi yang terjadi antara pegawai dan pencari kerja yang disebabkan oleh masih kurangnya kemampuan komunikatif dari pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam menyampaikan pesan atau memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat yang datang di kantor Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan mengenai AK 1. Adapun hal-hal yang terjadi pada proses komunikasi tersebut adalah kesalahpahaman yang sesekali menimbulkan perdebatan antara masyarakat dan pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota

Medan khususnya pada Seksi Info Pasar Kerja mengenai proses pembuatan AK 1 tersebut

Selain itu, masih juga belum optimalnya media *online* dan media sosial berupa artikel dan instagram mengenai program-program atau informasi tentang AK 1 baik dari segi kegunaan dan persyaratan yang harus dipenuhi dalam pembuatan AK 1. Hal ini yang juga menjadi perhatian dari penulis dalam menganalisis permasalahan yang ada. Contohnya adalah syarat-syarat dalam mengurus AK 1 seperti surat-surat atau berkas yang telah ditentukan dalam proses pembuatannya seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau surat domisili dari pencari kerja tersebut yang kerap kali menjadi permasalahan utama dalam mengurus AK 1. Oleh karena itu, membuat masyarakat kecewa dan merasa minimnya informasi yang diberikan dan pada akhirnya tidak jarang pula membuat mereka harus pulang-pergi ke rumah hanya untuk melengkapi berkas yang ditentukan, selain itu juga ditemukan pelayanan administrasi pada proses pembuatan atau pencetakan AK 1 serta proses cap stempel berkas yang lambat.

Dalam hal ini Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan sudah melakukan upaya dengan melakukan sosialisasi, baik secara langsung di kantor Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan tepatnya pada Seksi Info Pasar Kerja maupun dengan media *online* dan media sosial, berupa artikel dan akun resmi Instagram yang dimiliki oleh Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan khususnya pada Seksi Info Pasar Kerja kepada masyarakat kota Medan, selaku pencari kerja yang ingin mengurus AK 1.

Namun, tetap saja upaya yang telah diberikan oleh Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan terhadap pelayanan publik kepada masyarakat kota Medan khususnya pada pembuatan AK 1 masih belum optimal, sehingga hal ini yang menjadi alasan utama dari peneliti untuk mendalami permasalahan yang terjadi di dalamnya.

Salah satu tugas pokok terpenting pemerintah adalah memberikan pelayanan publik kepada masyarakat. Pelayanan publik merupakan pemberian jasa oleh pemerintah baik dari pemerintah kepada masyarakat, swasta atas nama pemerintah, ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan adanya pembiayaan maupun gratis, guna memenuhi kebutuhan atau kepentingan masyarakat. Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, "Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik".

Menurut Hayat (2017:22) "*pelayanan publik merupakan melayani secara keseluruhan aspek pelayanan dasar yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dipenuhi sesuai dengan ketentuannya*". Dengan demikian, pelayanan publik bertujuan memberikan kepuasan dan layanan yang sesuai dengan keinginan masyarakat atau pelayanan pada umumnya. Agar dapat mencapai target tersebut, maka kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat harus menjadi target pemerintah untuk itu, pemerintah juga membutuhkan strategi komunikasi dalam pelayanan publik.

Strategi komunikasi yang baik adalah strategi yang dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam berkomunikasi dengan lawan komunikasinya, sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Keberadaan strategi komunikasi tidak terlepas dari adanya tujuan yang akan dicapai dari proses komunikasi.

Stephen Robbins dalam Suratningsih (2020:5) mendefinisikan strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang organisasi dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut Middleton dalam Cangara (2013:61) strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Komunikasi sangat di perlukan untuk menciptakan pelayanan yang baik pada masyarakat, dan menjadi salah satu aspek yang penting dalam pelaksanaan pelayanan publik yaitu kemampuan seorang petugas layanan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain agar tercapai tujuan komunikasi. Hal ini lah yang menjadi acuan dari peneliti untuk melakukan pengembangan penelitian, dalam melihat strategi komunikasi, hambatannya dan proses pelayanan yang terjadi di Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan pada Seksi Info Pasar Kerja dengan judul "**Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja**".

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang ingin diteliti adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam pelayanan publik yang dilakukan kepada masyarakat atau khususnya pada pencari kerja. Hal ini tentu saja didasarkan pada permasalahan yang ditemui oleh peneliti, dimana adanya hambatan komunikasi yang terjadi diantara pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dengan pencari kerja.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam Pelayanan publik Pada Seksi Info Pasar Kerja?
2. Apa hambatan dari penerapan strategi komunikasi pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam Pelayanan publik Pada Seksi Info Pasar Kerja?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan dan agar penelitian ini menjadi lebih terarah secara jelas maka perlu di tetapkan tujuannya yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam pelayanan publik pada seksi info pasar kerja.
2. Untuk mengetahui hambatan dari penerapan strategi komunikasi pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Dari hasil penelitian ini diharapkan akan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Mengetahui dan mendapatkan informasi atau gambaran tentang Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja.

2. Manfaat praktis

Sebagai masukan bagi para pegawai dalam menjalankan tugasnya serta membangun komunikasi yang baik dalam memberikan pelayanan.

3. Manfaat akademik

Untuk menambah wawasan dalam ilmu komunikasi khususnya bagaimana menciptakan suatu strategi komunikasi dalam pelayanan publik

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari proses komunikasi atau berkomunikasi, dan komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia sebagai makhluk sosial. Istilah komunikasi sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama.

Menurut Thomas M. Scheidel dalam Mulyana (2019:4) mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, dan untuk membangun sebuah kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk pula mempengaruhi orang lain agar merasa, berfikir, atau berperilaku seperti yang diinginkan.

Menurut Edward Depari dalam (Widjaja, 2000:13) menyatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses atau kegiatan dalam penyampaian gagasan, harapan, yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampian pesan ditunjukkan kepada penerima pesan.

Serta terdapat pula pengertian komunikasi menurut Effendy (2016:11) adalah dalam proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder yaitu proses komunikasi secara primer merupakan sebuah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan lambang (*symbol*) sebagai media. Sedangkan secara sekunder

merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh seseorang sebagai media kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai sebuah media kedua setelah memakai lambang pertama.

Dengan demikian, komunikasi adalah dimana pesan itu sendiri. Dari pesan, sebuah proses komunikasi atau interaksi dimulai. Maka pengertian komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan kepada orang lain secara praktis atau praktek dalam kehidupan sehari-hari, baik individu dengan individu atau individu dengan kelompok, agar seseorang mendapatkan pesan yang disampaikan kepada orang lain untuk memberitahu, berpendapat, mengubah sikap atau perilaku baik secara langsung ataupun tidak langsung.

2. Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya sebuah organisasi memerlukan komunikasi yang interaktif dan efektif, sehingga dapat mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Menurut Goldhaber (Muhammad 2009:67) menyebutkan bahwa komunikasi organisasi adalah "*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*", yang dapat diartikan bahwa komunikasi organisasi itu merupakan proses menciptakan atau salingmenukar pesan, dalam satu jaringan hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau dapat selalu berubah-ubah. Pada komunikasi organisasi, fungsi komunikasi adalah menyampaikan pendapat masing-masing untuk memperoleh keputusan yang disepakati secara bersama. Menurut Sendjaja (1994) fungsi komunikasi dalam organisasi yaitu

a) Fungsi Informatif.

Dalam organisasi, kelompok dapat diartikan sebagai sistem terjadinya proses informasi. Setiap anggota organisasi berhak memberi serta menerima informasi agar memenuhi kelancaran dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Informasi yang diberikan berkaitan dengan keberlangsungan tujuan organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan organisasi masing-masing anggota diharapkan mampu memberi informasi yang berguna dan relevan dengan kepentingan organisasi.

b) Fungsi Regulatif.

Fungsi ini untuk menciptakan pedoman peraturan yang ada dalam organisasi tersebut. Setiap pemimpin dalam organisasi berhak membuat keputusan mengenai aturan dalam organisasi. Aturan yang dibuat harus disepakati secara bersama dan tidak memberatkan salah satu pihak.

c) Fungsi Persuasif.

Fungsi ini merupakan alternatif lain bagi pemimpin organisasi untuk memberi perintah kepada anggotanya. Kebanyakan dari pemimpin organisasi menggunakan cara ini dari pada memberi perintah kepada anggotanya. Hal ini lebih disenangi oleh anggota karena menggunakan cara yang lebih halus dan sopan. Pemimpin berusaha memengaruhi dan meyakinkan anggota mengenai suatu tugasnya, sehingga anggotanya lebih menghargai tugas yang dibebankan kepadanya

d) Fungsi Integratif.

Fungsi ini berguna untuk meyakinkan para anggota agar menjalankan tugasnya dengan baik. Pemimpin akan memberikan beberapa gambaran agar para anggota menjalankan tugasnya dan mencapai tujuan.

3. Manajemen Komunikasi

Manajemen Komunikasi merupakan definisi yang menggabungkan pengertian manajemen dan komunikasi karena itu manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang diaplikasikan dalam berbagai setting komunikasi. Pada pengertiannya manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (*resiprokal*) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para para komunikator dan konteks sosialnya. Menurut Kaye (1994), kelahiran subdisiplin manajemen komunikasi tidak terlepas dari adanya tuntutan untuk lebih membunikan ilmu komunikasi di tataran dunia nyata.

Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan untuk menjembatani antara teoritis komunikasi dengan praktisi komunikasi. Para teoritis menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya. Sementara parapraktisi komunikasi mengalami keterbatasan pada rujukan terors atau ilmu komunikasi.

Manajemen komunikasi sangat identik dengan interaksi sosial. Ada kalanya kita harus mampu untuk memposisikan diri dengan tepat dalam situasi tertentu, kita juga harus mampu menghadapi dan menjalin kerjasama dengan orang lain tanpa menghubungkannya dengan urusan pribadi.

Manajemen komunikasi meliputi P4I (Penerimaan, Pengolahan, Penyimpanan, dan Penyampaian Informasi) dalam sub-sub sistem sosial, diantaranya adalah individu, kelompok, organisasi, massa, dan masyarakat. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain. Selain itu, konsep dari manajemen komunikasi juga memberi saran kepada kita bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri kita saja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat dipelajari dan kita kembangkan. Sebagai contohnya, kita dapat meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi agar dapat menjadi seorang komunikator yang memiliki kredibilitas. Maka, kegunaan mempelajari manajemen komunikasi, yaitu agar kita dapat lebih mengerti bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan orang lain, sehingga komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi yang efektif.

4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai satu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya

(Abidin,2015:155). Maka para komunikator harus memiliki strategi dalam berkomunikasi terlebih dahulu agar pesan yang di sampaikan bisa mencapai target atau sasaran yang diinginkan. Strategi komunikasi berarti berbicara tentang bagaimana sebuah perubahan diciptakan pada khalayak umum dengan mudah dan cepat. Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dihindari, semua pihak berkomunikasi mau tidak mau pasti mengalami perubahan, baik perubahan kecil maupun perubahan besar. Bahkankomunikasi dapat merubah sama sekali citra seseorang atau kelompok mengenai dirinya sendiri maupun mengenai lingkungannya, itulah sebabnya komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atauperubahan sosial.

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2014). Menurut Arni (2004:65) strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik yang digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim pesan dan penerima pesan pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan sehingga terhindar dari *miss communication*.

Sedangkan menurut Abidin, (2015) untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

- a. Mengetahui Khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

- b. Mengenal Khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.
- c. Menyusun Pesan merupakan langkah kedua setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.
- d. Metode dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek: (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

Sedangkan menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk metode:

- a. Metode Informatif, dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat *informative*, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan memengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data- data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

- b. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.
- c. Metode Koersif, yaitu memengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.
- d. Metode persuasif, merupakan suatu cara untuk memengaruhi komunikasi, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar. Abidin (2015).

Strategi komunikasi Samovar dan Porter (Liliwari, 2001:43)

Penggunaan kode verbal dan non verbal yang diketahui bersama.

- a. Tidak tergesa-gesa membuat kesimpulan tentang orang lain.
- b. Mempertimbangkan kondisi fisik dan lingkungan.
- c. Memberikan kesempatan pada pihak lain untuk memberikan *feedback*.
- d. Mengembangkan empati atas dasar asumsi adanya perbedaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah suatu cara, metode, maupun teknik yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang akan dilaksanakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai beberapa tujuan dan sasaran. Bagaimanapun juga setiap komunikasi yang dilakukan senantiasa menambah efek yang positif

atau efektivitas komunikasi. Komunikasi yang tidak menginginkan efektivitas, sesungguhnya adalah komunikasi yang tidak bertujuan. Efek dalam komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima (komunikasikan atau khalayak) sebagai akibat pesan yang diterima baik langsung maupun tidak langsung atau menggunakan media massa jika perubahan itu sesuai dengan keinginan komunikator, maka komunikasi itu disebut efektif.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan tujuan dari strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada tujuan strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam (Arifin, 1984:59) bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*, adalah memastikan bahwa komunikasikan mengertipesan yang diterimannya.
- b. *To Establish Acceptance*, adalah setelah ia mengerti dan menerima pesantersebut ia harus dibina.
- c. *To Motivate Action*, setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan.

5. Hambatan Komunikasi

Dalam proses komunikasi ditemukan tentunya suatu hambatan, dimana hambatan tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman ataupun gagal nya komunikasi dan interaksi. Hambatan komunikasi merupakan suatu hambatan

dalam proses komunikasi sehingga terjadinya kegagalan komunikator dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan komunikan. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam mengirim pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, serta mempersulit dalam memberikan *feedback* (umpan balik) yang sesuai. Adapun beberapa jenis hambatan komunikasi:

a. Hambatan sosiologis

Hambatan sosiologis adalah masyarakat terdiri dari berbagai golongan dan lapisan, yang menimbulkan perbedaan dalam status sosial, agama, ideologi, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan, dan sebagainya, yang kesemuanya dapat menjadi hambatan bagi kelancaran komunikasi.

b. Hambatan psikologis

Hambatan psikologis adalah komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa irihati, dan kondisi psikologis lainnya, juga jika komunikasi menaruh prasangka (*prejudice*) kepada komunikator.

6. Pelayanan Publik

Menurut Mahmudi dalam (Sudarmanto 2020:54) pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya, pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang undangan. Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik dapat diuraikan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-

undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan bentuk pemberian pelayanan atau proses melayani kebutuhan masyarakat yang mempunyai kepentingan pada suatu instansi dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan.

Pelayanan publik terdapat ciri-ciri pelayanan publik yang baik adalah memiliki unsur-unsur sebagai berikut menurut Kasmir (2006:34):

- a. Tersedianya karyawan yang baik.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana.
- c. Bertanggung jawab pada tugas melayani khalayak.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan khalayak.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada khalayak

Pelayanan publik juga memiliki asas-asas pelayanan publik menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik:

- a. Kepentingan umum.
- b. Kepastian hukum.
- c. Kesamaan hak.
- d. Keseimbangan hak dan kewajiban.
- e. Keprofesionalan.

- f. Partisipatif.
- g. Persamaan perilaku atau tidak diskriminatif.
- h. Keterbukaan.
- i. Akuntabilitas.
- j. Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan.
- k. Ketepatan waktu.
- l. Kecepatan, kelemahan dan keterjangkauan.

Pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan minimal yang menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Pedoman Standar Pelayanan, standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur.

B. Penelitian Terdahulu

(Tabel 1. Penelitian Terdahulu)

No	Nama Penulis	Judul penelitian	Hasil penelitian	Metode penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Tisa Kurnia (2018)	Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi dinas sosial kota Medan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat (studi kasus gelandangan dan pengemis)”	Beberapa evaluasi yang dapat menjadi masukan bagi dinas sosial agar ke depannya dapat memberantas gelandangan di kota Medan	Kualitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi interpersonal dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif	Perbedaannya pada lokasi penelitian dan waktu penelitian
2	Nabila Kusuma Vardhani dan Agnes Siwi Purwaning Tyas (2018)	Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing	Strategi komunikasi ketika berinteraksi dengan mahasiswa Cheng Du Textille College, China yang bahasa aslinya bukan bahasa Inggris adalah strategi bicara bertele-tele, pengabaian pesan, strategi meminta bantuan, penghindaran topik,	Kualitatif	Persamaan dari peneliti ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian secara kualitatif dan Strategi Komunikasi interpersonal dalam berinteraksi dengan narasumber	Perbedaannya ada narasumber sebagai sumber penelitian

3	Sumyati (2017)	Strategi Komunikasi Pemasaran Brownies Amanda dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	Strategi Komunikasi yang dipakai oleh Brownies Amanda dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan berperan sangat penting terhadap penjualan perusahaan	Kuantitatif	Penggunaan toeri pada penelitian ini sama dengan teori penelitian yang dilakukakan oleh penulis	Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif
4	Opa Andespa (2019)	Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Dalam Mengatasi Pengangguran Di Kabupaten Indragiri Hilir	Dari strategi komunikasi yang dilakukan sehingga Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi berhasil menurunkan angka pengangguran dalam beberapa tahun terakhir.	Kuantitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori startegi komunikasi dan menyangkut dengan Dinas Tenaga Kerja	Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif
5	Bryan Adam (2021)	Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal Di Kota Pekanbaru	Strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program wisata halal sudah berjalan baik.	Kuantitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori startegi komunikasi dan pelayanan publik	Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif serta lokasi penelitian
6	Ayu Triana	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru	Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas	Kuantitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori startegi	Penelitian yang dilakukan

	(2019)	Dalam Promosi Objek Wisata Danau Bandar Khayangan Lembah Sari	Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Danau Bandar Khayangan Lembah Sari dikatakan masih belum optimal terlaksana dengan baik, dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan yang masih belum signifikan.		Komunikasi dan pelayanan publik serta tujuan penelitian yang sama	menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif serta lokasi penelitian yang berbeda serta beberapa teori yang dipakai juga berbeda
7	Luchna Suhaili Fadlillah (2019)	Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Dalam Sosialisasi Program Jaminan Hari Tua (Studi pada BPJS Ketenagakerjaan Surabaya Cabang Rungkut)	Pemberian pelayan prima terhadap pelanggan, Dalam memberikan pelayanan terhadap khalayak komunikator mencari cara pemberian stimulus yang tepat agar mendapatkan perhatian dari komunikan, agar khalayak yang menjadi sasaran dari program yang dijalankan sesuai	Kuantitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori startegi komunikasi dan pendekatan interpersonal sebagai acuan melakukan wawancara dengan narasumber	Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian dengan metode kuantitatiif dan rumusan masalah yang berbeda
8	Rahel Panjaitan	Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata	Kualitatif	Penelitian ini sama-sama Mengembangkan strategi komunikasi	Penelitian ini Lebih

	(2018)	Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional Tahun 2018	Provinsi Sumatera Utara telah berhasil meningkatkan citra pariwisata Danau Toba dengan bertambahnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke wisata Danau Toba Saran penelitian ini agar masyarakat yang berada dikawasan Danau Toba dapat menjaga segala fasilitas yang sudah disediakan oleh Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara serta mengembangkan dan meningkatkan citra pariwisata		dan komunikasi organisasi sebagai ladsan teori	membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran
9	Putri Almayani (2020)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan pengunjung wisata Candi Muara Takus dilakukan oleh Dinas	Kualitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi dan pelayanan publik serta hambatan komunikasi dalam landasan teori	Penelitian ini lebih membahas bagaimana strategi Komunikasi pemasaran

		Kampar	Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melalui bidang pemasaran dan kelompok sadar wisata			dalam pengembangan pariwisata
10	Vivi Mayanti (2021)	Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara Dalam Publikasi Wisata Candi BAHAL	Strategi yang dilakukan dalam publikasi Wisata Candi Bahal dapat dikatakan baik	Kualitatif	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori startegi komunikasi dan sama sama menggunakan penelitian kualitatif	Penelitian yang dilakukan lebih membahas mengenai strategi komunikasi persuasif

(Sumber: Dikelola Oleh Penulis, 2022)

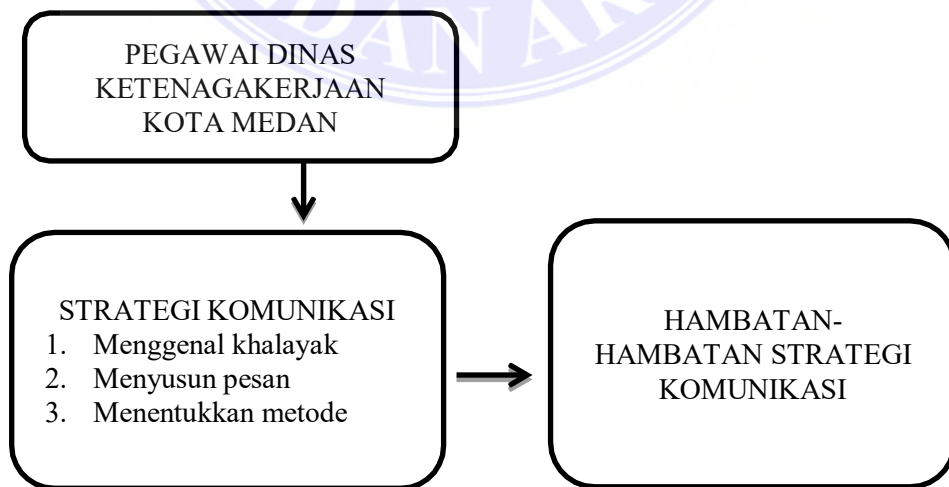
C. Kerangka Berfikir

Upaya peningkatan pelayanan publik masyarakat di Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan pada seksi info pasar kerja perlu dikembangkan dan menyeleksi semua strategi yang mendukung proses pelaksanaan kegiatan. Strategi yang digunakan dalam proses implementasi dapat diambil dari strategi komunikasi yang baik, termasuk proses komunikasi yang efektif.

Kemudian adanya hambatan komunikasi menjadi halangan dari proses komunikasi tersebut sehingga dapat ditemukan atau dikembangkan kembali strategi komunikasi yang dapat memecahkan masalah dari hambatan komunikasi yang ditemukan.

Alur pemikiran merupakan ringkasan pemikiran dari peneliti ataupun pemikiran dari penelitian ini secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan mengenai masalah yang diteliti. Adapun alur pemikiran peneliti dapat digambarkan pada kerangka berpikir sebagai berikut.

Gambar. 1 Kerangka berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2020:20) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel/ mandiri, baik suatu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Menurut Denzin Dan Lincoln (2018:24) menyatakan bahwa: “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan berbagai metode yang ada”.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

a) Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian selama 2 (dua) bulan yaitu pada bulan Juli sampai Agustus 2022.

b) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilaksanakan di Kantor Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan tepatnya di jalan K.H. Wahid Hasyim No.14, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sehingga dapat diperoleh melalui kedua data tersebut yaitu data

primer dengan memperoleh data melalui informan ataupun narasumber dengan cara wawancara, yang dilakukan kepada 2 orang Ibu petugas pelayanan dan kepala seksi info pasar kerja serta 3 orang masyarakat pencari kerja di Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dengan data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa buku, literatur, jurnal, hasil penelitian terdahulu dan dokumen-dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2020:137) wawancara merupakan kegiatan teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis memilih melakukan metode wawancara terstruktur yang merupakan sebuah prosedur sistematis untuk menggali informasi mengenai informan dengan memberikan pertanyaan sesuai urutan yang telah disiapkan oleh pewawancara dan jawabannya direkam dalam bentuk yang terstandarisasi. Hal ini dimaksudkan agar proses wawancara berlangsung secara alami dan mendalam untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan dilakukan Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam pelayanan publik pada seksi info pasar kerja. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan melakukan pendekatan kepada orang yang bersangkutan dan

mengenal lebih dalam karakter dari seseorang tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa rekaman wawancara yang didapat peneliti dari hasil wawancara atau observasi yang dilakukan, baik dalam bentuk gambar berupa foto, video ataupun audio guna mendukung keberlangsungan dan keberhasilan penelitian yang dilakukan. Alat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah *handphone* sebagai alat rekam. Agar mendapat informasi yang lebih akurat dari temuan lapangan sejauh mana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Ketenagakerjaan.

3. Observasi

Dalam melakukan penelitian tentunya observasi yang dilakukan pada penelitian ini harus sesuai atau terkait Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dalam pelayanan publik pada seksi info pasar kerja dan dalam studi kasus pembuatan AK 1.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisa data dengan tujuan memberikan gambaran secara lengkap dan akurat mengenai permasalahan yang diteliti. Gambaran tersebut didapat dari hasil pengumpulan data baik dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil tersebut kemudian dijabarkan dan dimasukkan ke dalam pola penelitian dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat ditarik kesimpulan dari penelitian.

Menurut Sugiyono (2020:244) analisis proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan,

dan bahan-bahanlain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit, memilih mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

F. Pengujian Kredibilitas Data

Menurut Zulfadrial (2012:89) keabsahan data merupakan padanan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi penelitian kualitatif dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri. Keabsahan data dapat dilakukan dengan menggunakan proses pengumpulan data yang tepat, salah satu caranya yaitu dengan proses triangulasi. Menurut Sugiyono (2020:241) dapat diartikan triangulasi adalah sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun dalam teknik triangulasi terdapat tiga cara, yaitu triangulasi sumber, teknik dan waktu:

Berdasarkan ketiga teknik penggunaan keabsahan data peneliti dapat melakukan triangulasi data dengan metode triangulasi teknik yaitu triangulasi teknik perolehan data penelitian dilakukan dengan metode yang berbeda-beda dari sumber yang sama, yaitu peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk perolehan data. Sehingga inilah yang nantinya menjadi acuan dari peneliti dalam melakukan pengujian keabsahan data atau kredibilitas data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Strategi komunikasi pelayanan AK1 pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan adalah pelayanan yang diberikan oleh seksi info pasar kerja berupa Penerbitan AK 1 dan penerbitan tanda daftar BKK atau bursa kerja khusus. Bentuk strategi komunikasi yang diberikan atau digunakan yaitu sosialisasi secara langsung ataupun tidak langsung seperti sosialisasi yang dilakukan secara langsung yaitu dengan berinteraksi ataupun berkomunikasi tatap muka dengan masyarakat baik itu di kantor Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan langsung atau petugas Seksi Info Pasa Kerja turun langsung kelapangan untuk memberikan arahan mengenai pembuatan AK 1. Serta sosialisasi secara tidak langsung adalah sosialiasi yang diberikan oleh petugas Seksi Info Pasar kerja pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dengan menggunakan media *online* dan media sosial.
2. Hambatan-hambatan penerapan strategi komunikasi terhadap pelayanan pada pasar seksi informasi kerja adanya yaitu kurang persyaratannya dalam mengurus AK 1, dan adanya miskomunikasi serta masih belum optimal sosialiasi yang diberikan kepada masyarakat yang dilakukan oleh pihak Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan khususnya petugas Seksi Info Pasar Kerja sehingga menimbulkan hambatan-hambatan pada proses

pembuatan AK 1 tersebut, sehingga menimbulkan hambatan psikologis dan sosiologis dimana masyarakat yang merasa kecewa dan masyarakat yang tidak mampu mengakses informasi yang diberikan terkhusus dari media *online*.

B. Saran

1. Beberapa saran yang ingin penulis kemukakan terkait penelitian ini yaitu: diharapkan petugas pelayanan agar dapat lebih mengoptimalkan sosialisasi dalam memberikan pelayan publik terhadap pembuatan AK 1 dan juga terus mengembangkan strategi komunikasi dalam pelayanan agar dapat mengurangi hambatan yang ada ataupun mencegah hambatan-hambatan yang akan terjadi.
2. Untuk masyarakat umum atau peneliti selanjutnya, diharapkan melengkapi penelitian terkait dengan berbagai aspek-aspek *eskternal* yang menarik untuk diteliti oleh penulis lain, sehingga penulis lain dapat meneliti lebih lanjut terkait dengan strategi komunikasi pelayanan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal (2015). *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arifin, Anwar, (1984). *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico
- Arni, Muhammad. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PTRajaGrafindo Persada.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. Los Angeles, CA: Sage.
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta:Grafindo Persada.
- Kaye, Michael. (1994). *Communication Management*, Jakarta: Erlangga
- Kasmir. (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Aksara
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Quadrant. Hayat. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*. Depok: PT.Raja
- S. Djurarsa Sendjaja,(1994), *Teori Komunikasi*, (Jakarta Universitas TerbukaDepartemen Pendidikan dan Kebudayaan RI)

- Sudarmanto, Eko dkk. (2020). *Manajemen Sektor Publik*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2020). *Motode Penelitian Pendidikan (kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* Bandung: Alfabeta.
- Suratningsih, Dewi dan Suci Lukitowati. (2020). *Strategi Komunikasi Dalam Diplomasi Kemanusiaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Widjaja, A.W.. (2000). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara
- Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Jurnal:

- Aulia, Riska. (2019). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Via Aplikasi Tangerang Live Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Di Kota Tangerang*. Di akses dari eJournal.
- Ayu Triana (2019). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Promosi Objek Wisata Danau Bandar Khayangan Lembah Sari*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Kota Pekanbaru
- Bryan Adam (2021). *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal Di Kota Pekanbaru*. Jurusan Ilmukomunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Febriyanti. (2020). *Strategi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumas Sakit Sultan DG. Radja Bulukumba*. Diakses dari http://11470-full_text.Pdf.
- Luchna Suhaili Fadlillah (2019). *Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (Bpjs) Ketenagakerjaan Dalam Sosialisasi Program Jaminan Hari Tua (Studi pada BPJS Ketenagakerjaan Surabaya Cabang Rungkut)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
- Lubis, Z.M. (2021). *Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Angkatan 2017 Pada Acara Indonesia Lawyers Club TV One*. Skripsi. Universitas Medan Area.

- Hasibuan, Febby Harun Arrasyid. (2021). *Efektifitas Pelayanan Publik Dalam Pengurusan Surat Izin Tinggal Warga Negara Asing Di Kantor Imigrasi Kelas 1 Khusus TPI Medan*. Skripsi. Universitas Medan Area.
- Putri Almayani (2020). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Opa Andespa (2019). Strategi Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Dalam Mengatasi Pengangguran Di Kabupaten Indragiri Hilir. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2019
- Rahel Panjaitan (2018). Strategi Komunikasi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Danau Toba Sebagai Destinasi Wisata Internasional Tahun 2018
- Sari, Nanna. (2019). *Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Camat Lappariaja Kabupaten Bone*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah.
- Perturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 15 Tahun 2014 Tentang Pedoman Standar Pelayanan
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 tentang Pembentukan Peraturan Wali Kota Medan Nomor 62 Tahun 2017 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 3 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan

Internet:

Hambatan Komunikasi, <https://pakarkomunikasi.com/hambatan-hambatan-komunikasi> diakses pada tanggal Desember 2021 pukul 20.30 WIB

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara (Informan Kunci)

A. Sub Koord Informasi Pasar Kerja (Titiek Nasrianty, SPd)

1. Apa saja pelayanan yang diberikan oleh seksi info pasar kerja?
2. Strategi Komunikasi seperti apa yang digunakan dalam proses pembuatan AK 1?

B. Petugas Pengantar Kerja Ahli Muda (Baikuni Pasaribu, SE)

1. Bagaimana cara menerapkan strategi komunikasi yang digunakan terhadap pelayan publik dalam pembuatan AK 1?
2. Apa yang menjadi hambatan dalam proses pembuatan AK 1?

C. Masyarakat

1. Apa yang menjadi hambatan dalam proses pembuatan AK 1?
2. Apa ada sosialisasi yang diberikan terkait pembuatan AK 1?
3. Bagaimana pelayanan atau respon dalam bentuk komunikasi yang diberikan oleh pihak pegawai ?
4. Apakah ada dipungut biaya mengenai pembuatan AK 1 ?

Lampiran 2. Data Informan

Informan Kunci

Nama : Titiek Narisriaty, S.Pd
Umur : 51 Tahun Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Subkoord Informasi Pasar Kerja

Informan Utama

Nama : Baikuni Pasaribu, S.E
Umur : 39 Tahun Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Pengantar

Kerja Ahli Muda

Informan Tambahan

Nama : Rominson
Umur : 33 Tahun Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Masyarakat Sekitar

Nama : Johar
Umur : 31 Tahun Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Masyarakat Sekitar

Nama : Enggar
Umur : 29 Tahun Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Masyarakat Sekitar

Nama : Ricardo
Umur : 24 Tahun Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Masyarakat Sekitar

Nama : Fikri
Umur : 27 Tahun Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Masyarakat Sekitar

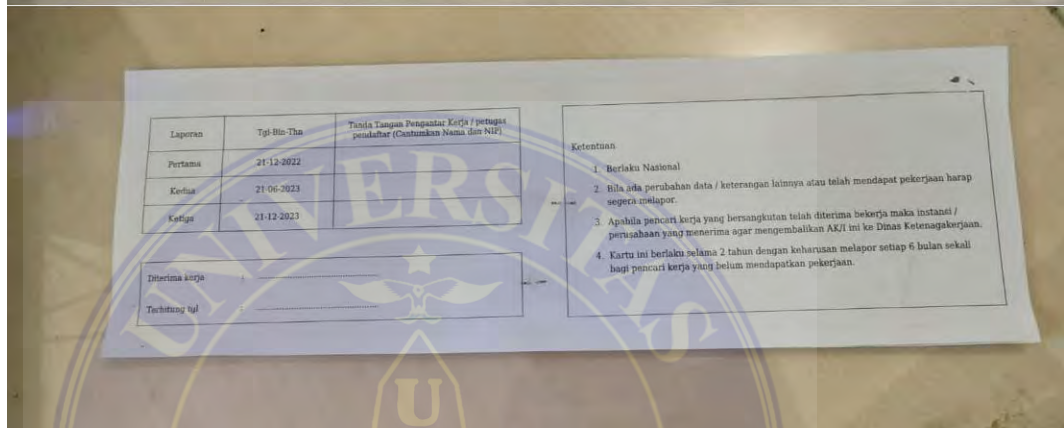
Lampiran 3. Dokumentasi



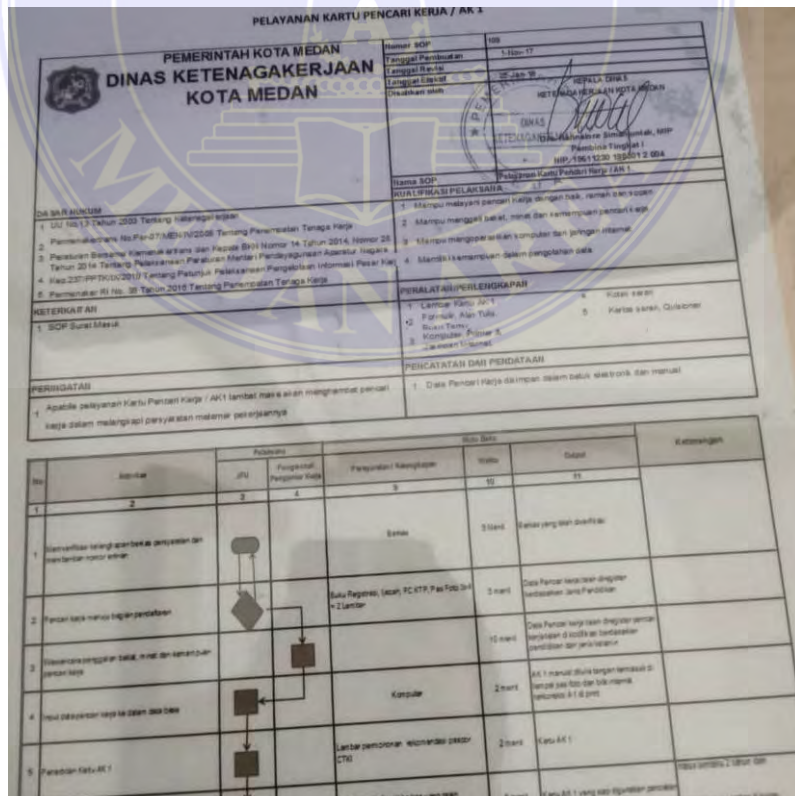
(Lokasi Penelitian: Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan)



(Ruangan Pembuatan AK1)



(Contoh AK 1)



(SOP Pelayanan AK 1)



(Dokumentasi kepada Ibu Titiek Narisriary Informan Kunci)



(Dokumentasi Ibu Baikun Pasaribu, S.E kepada Informan Utama)



(Dokumentasi dengan Bapak Enggar Informan Tambahan)



(Dokumentasi dengan Bapak Johar Informan Tambahan)



(Dokumentasi dengan Bapak Rominson Informan Tambahan)





(Dokumentasi dengan Bapak Ricardo Informasi Tambahan)



(Wawancara pribadi dengan Ibu Dr. Sri Mutmamunah, M.Si)

Lampiran 4. Izin Permohonan Pengambilan Data



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎(061) 736678, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 77⁸ /FIS.3/01.10/M/2022

28 Juni 2022

Lamp : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,
Ka. Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang)
Jl.Kapten Maulana Lubis No.2 Medan

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Gilang Maulana
N P M : 188530104
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan**, dengan judul Skripsi **Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja (Studi Kasus Pembuatan Kartu Kerja Atau Kartu Kuning)**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

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

Dekan



Dr. E. (Ibnu) Juliana Hasibuan, M.Si

CC : File,-

Lampiran 5. Selesai Pengambilan Data



PEMERINTAHAN KOTA MEDAN
DINAS KETENAGAKERJAAN
Jln. K.H. Wahid Hasyim No. 14, Telp. 4514424 Fax. 4511428
MEDAN 20154

SURAT KETERANGAN
Nomor : 070 / 1114

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan menerangkan bahwa :

N a m a : GILANG MAULANA
NPM : 188530104
Prodi : Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Yang namanya tersebut di atas benar telah selesai melaksanakan Riset/Penelitian untuk pengambilan Data di Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan dengan judul :

“ Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja (Studi Kasus Pembuatan Kartu Kerja atau Kartu Kunin) ”

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

MEDAN, 6 JULI 2022
PIU KEPALA DINAS KETENAGAKERJAAN
KOTA MEDAN


Drs. RIDWAN SITANGGANG
PEMBINA TINGKAT I
NIP. 19660501 198603 1 005

**PEMERINTAH KOTA MEDAN**
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693
E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkmedan.go.id

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN
NOMOR : 070/1200/Balitbang/2022

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca/memperhatikan surat dari: Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Nomor: 778/FIS.3/01.10/VI/2022. Tanggal 28 Juni 2022. Hal: Pengambilan Data/Riset.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama : **Gilang Maulana.**
NIM : 188530104.
Prodi : Ilmu Komunikasi.
Lokasi : Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan.
Judul : "Strategi Komunikasi Pegawai Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan Dalam Pelayanan Publik Pada Seksi Info Pasar Kerja (Studi Kasus Pembuatan Kartu Kerja atau Kartu Kuning).".
Lamanya : 1 (Satu) Minggu.
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian dalam bentuk soft copy atau melalui Email (balitbangmedan@yahoo.co.id).
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : M e d a n.
Pada Tanggal : 28 Juni 2022

a.n. KEPALA BALITBANG KOTA MEDAN
SEKRETARIS,


SITI MAHRANI HASIBUAN
PEMBINA TK. I
NIP. 19661208 198603 2 002

Tembusan :
1. Walikota Medan, (sebagai laporan).
2. Kepala Dinas Ketenagakerjaan Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Arsip.