

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. PERSPEKTIF TEORI

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain dan hidup sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi dan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia berinteraksi dengan cara berkomunikasi dengan orang lain guna membangun relasi atau hubungan antar sesamanya. Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia terutama dalam kehidupan sosial. Alasan itu lah yang menyebabkan manusia tidak dapat menghindari komunikasi dalam kehidupannya.

Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang sama yaitu penyampaian suatu pesan atau informasi dari satu sumber kepada sumber yang lainnya. Namun seiring dengan berjalannya waktu, banyak ahli yang memberikan pendapatnya tentang apa itu komunikasi dan Ilmu komunikasi. Secara etimologi istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”. “ Sama” disini maksudnya adalah “sama makna”. Jadi komunikasi dapat terjadi atau

berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan.<sup>1</sup>

Definisi Ilmu komunikasi menurut Carl I. Hovland adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara khusus Hovland juga mengatakan definisi dari komunikasi itu sendiri adalah proses untuk mengubah perilaku orang lain. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi proses penyampaian pesan, pembentukan kepercayaan, sikap, pendapat, serta tingkah laku orang lain dan juga publik.

Menurut Wilbur Schramm seorang ahli linguistik mengatakan, *communication* berasal dari kata Latin "*communis*" yang artinya *common* atau sama. Jadi menurut Schramm jika mengadakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh *commoners* dengan pihak lain mengenai objek tertentu.<sup>2</sup>

Adapun teori komunikasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ada teori komunikasi Lasswell. Harold D. Lasswell, adalah seorang ilmuwan politik yang juga tertarik mendalami komunikasi. Bidang studi yang ditekuninya terutama yang menyangkut propaganda dan komunikasi politik. Karena kontribusinya yang besar terhadap

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy , "Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek", (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2006) , 9.

<sup>2</sup> Amir Purba , "Pengantar Ilmu Komunikasi", (Medan : Pustaka Bangsa Prss, 2006), 30.

perkembangan ilmu komunikasi, sebagaimana telah dijelaskan dalam Bab 1, oleh Wilbur Schramm dipandang sebagai salah seorang dari empat tokoh yang mendapat sebutan *The Founding Fathers*. Menurut Lasswell, persoalan komunikasi menyangkut 5 (lima) pertanyaan sederhana sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. *Who?* (Siapa?)

Siapa yang dimaksud adalah yang menyampaikan pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Dalam hal ini komunikator harus mampu memahami dan mengetahui apa yang ingin disampaikan kepada komunikan, karena sebuah pesan tidak akan tersampaikan dengan baik apabila komunikator tidak memahami apa yang ingin disampaikannya.

2. *Says What?* (Mengatakan Apa?)

Sebuah pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus memiliki makna. Makna tersebut sebaiknya bukan makna yang harus dicerna terlebih dahulu melainkan makna yang mudah dipahami oleh komunikan agar dalam berkomunikasi pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator bisa tersampaikan sepenuhnya.

---

<sup>3</sup> Rayudaswati Budi, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", (Makassar : Kretakupa, 2010) 42.

### 3. *In Which Channels?* (Melalui Saluran Apa?)

Saluran untuk menyampaikan pesan biasa disebut dengan media. Sebuah pesan dapat disalurkan melalui berbagai macam media. Media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan antara lain televisi, radio, koran, mimbar bebas, forum diskusi, dan lain sebagainya.

### 4. *To Whom?* (Kepada Siapa?)

Kepada siapa pesan tersampaikan dalam hal ini yang dimaksud adalah komunikan (penerima pesan). Seorang pengirim pesan sebaiknya mengetahui kepada siapa pesan tersebut ingin disampaikan. Sebuah komunikasi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh komunikator sampai dan diterima dengan baik oleh komunikan.

### 5. *With What Effect?* (Dengan Efek Apa?)

Efek yang dimaksud adalah dampak apa yang terjadi kepada komunikan setelah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sebuah pesan dikatakan memiliki makna atau arti bagi orang yang menerimanya apabila pesan tersebut memiliki dampak yang dapat merubah sudut pandang orang lain misalnya cara berpikir, sikap, perilaku dan lain - lain.

Formula Lasswell tersebut di atas secara sederhana dapat digambarkan dalam model sebagai berikut.



1

1: Komunikator ..... analisis sumber/kontrol

2 : Pesan ..... analisis isi pesan

3 : Medium ..... analisis media

4 : Khalayak ..... analisis khalayak

5 : Akibat ..... analisis dampak

Model komunikasi klasik dari Lasswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) pasti mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima (komunikasi), dan karenanya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasi. Setiap upaya penyampaian pesan dianggap akan menghasilkan akibat, baik positif ataupun negatif. Dan hal ini, menurut Lasswell banyak ditentukan oleh bentuk dan cara penyampaiannya.

Dalam kehidupan manusia tidak mungkin lepas dari yang namanya komunikasi. Komunikasi menjadi sangat penting mengingat manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa orang lain. Setiap proses komunikasi tersebut

berlangsung, terdapat suatu tujuan tertentu. Secara umum, tujuan-tujuan dari komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Mengubah sikap

Tujuan dari komunikasi salah satunya untuk mengubah sikap. Perubahan sikap ini bisa terjadi pada komunikator atau komunikan. Hal ini tergantung dengan isi dari pesan yang dikomunikasikan. Perubahan sikap dapat berupa sikap menerima, sikap benci, sikap marah dan sikap yang lainnya.

2. Mengubah pendapat

Selain dapat merubah sikap, komunikasi juga dapat merubah pendapat seseorang. Hal ini tergantung dari bagaimana cara mereka melihat dan menyikapi pesan yang diterimanya. Perubahan pendapat bisa berbentuk penolakan, persetujuan dan yang lainnya.

3. Mengubah perilaku

Selain dapat merubah sikap dan pendapat, komunikasi dapat merubah perilaku seseorang atau kelompok. Hal ini didasari atas isi pesan yang terkandung di dalamnya sehingga mampu merubah perilaku penerima pesan tersebut. Perubahan perilaku ini ke arah yang lebih baik namun bisa juga ke arah yang tidak baik atau menyimpang.

4. Mengubah masyarakat

Tujuan komunikasi yang terakhir adalah merubah

masyarakat atau kehidupan sosial, namun hal ini tidak mudah. Masyarakat yang jumlahnya besar belum tentu terpengaruh untuk merubah kehidupan sosial mereka berdasarkan pesan atau informasi yang mereka terima. Tapi bukan hal yang tidak mungkin komunikasi dapat merubah kehidupan sosial suatu masyarakat dalam jumlah yang luas.

Di dalam proses komunikasi biasanya terdapat gangguan atau hambatan. Hal ini menyebabkan proses penyampaian pesan tidak berjalan dengan baik dan efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan komunikator tidak diterima dengan baik oleh komunikan. Gangguan atau hambatan yang ada dalam proses komunikasi biasanya menimbulkan salah pengertian antara komunikator dengan komunikannya atau biasa disebut *miscommunication*.

Hambatan komunikasi menurut Effendy dibagi menjadi empat, yaitu:<sup>4</sup>

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

---

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 45.

a. Gangguan mekanik

Adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Seperti contohnya adalah gangguan yang dihasilkan dari suara atau bunyi, gambar yang tidak jelas dan lainnya.

b. Gangguan semantik

Gangguan ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.

2. Kepentingan

*Interest* atau kepentingan membuat orang selektif dalam menanggapi pesan. Orang hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sifat relatif terhadap segala perangsang yang tidak sesuai atau bertentangan dengan suatu kepentingan.



### 3. Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan.

### 4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat suatu kegiatan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syak wasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Sesuatu yang objektif akan dinilai secara negatif.

## **B. PERSEPSI**

Kehidupan bermasyarakat tidak akan lepas dari persepsi masyarakat itu sendiri. Persepsi merupakan tanggapan atau penerimaan langsung dari seseorang. Menurut Jalaludin Rackhmat, persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.<sup>5</sup> Sedangkan

---

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat. *"Psikologi Komunikasi"*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan diproses selanjutnya merupakan proses persepsi.<sup>6</sup>

Pendapat lain dari Leavitt Harold J. persepsi dapat dilihat dalam arti sempit yaitu penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan dan proses tersebut merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Penginderaan sendiri dapat diartikan suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yang disebut indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luasnya. Dari stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang sesuatu yang diindera kemudian tercipta persepsi.<sup>7</sup>

Beberapa definisi persepsi menurut para ahli :<sup>8</sup>

1. Young dalam *Taksonomi Berfikir* memberikan pendapatnya tentang persepsi, yaitu aktivitas

---

<sup>6</sup> Bimo Walgito. *"Pengantar Psikologi Umum"*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 87.

<sup>7</sup> Leavitt, Harold J. *"Managerial Psychology, an introduction to Individual, Pairs, and Groups in Organization"*. (Chicago: The University of Chicago Press, 1978), 3.

<sup>8</sup> Usriatun Hasanah, *"Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelaksanaan Kegiatan Praktikum Ips Terpadu (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Angkatan 2013 Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)"*. (Skripsi S1, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada objek-objek fisik maupun objek sosial.

2. Chaplin dalam *Psikologi Perkembangan* menyebutkan bahwa persepsi sebagai proses mengetahui objek dan kejadian objek dengan bantuan indera.
3. Morgan dalam *Psikologi Perkembangan* mengartikan persepsi sebagai *The process of discriminating among stimuli and of interpreting their meaning* atau bila diartikan bahwa persepsi adalah sebuah proses diskriminasi di antara rangsangan dan menafsirkan maknanya.

Persepsi dapat disimpulkan sebagai suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memberikan pandangan, memahami dan dapat mengartikan tentang stimulus yang diterimanya. Proses menginterpretasikan ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman dan proses belajar individu.

Manusia tidak lepas dari kegiatan berpersepsi, hampir setiap hari manusia berpersepsi seperti persepsi ketika berkomunikasi dengan masyarakat, menguus perizinan, bertemu dengan petugas instansi dan sebagainya. Dedi Mulyana menyebutkan secara garis besar persepsi

manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu:<sup>9</sup>

- a. Persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik); sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.
- b. Persepsi terhadap manusia; melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan obyek dan lebih sulit diramalkan.

Demikian juga yang terjadi pada masyarakat peserta Safari Ramadhan Pemerintah Kota Kediri 2019. Dengan mereka memahami hal-hal yang ada selama pelaksanaan Safari Ramadhan, maka akan mempengaruhi bagaimana mereka akan bertindak dan bersikap sesuai dengan apa yang mereka fahami.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi, sebagai berikut, yaitu:<sup>10</sup>

- 1) Perhatian

---

<sup>9</sup> Deddy Mulyana. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”*. (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2005), 171.

<sup>10</sup> Jalaluddin Rakhmat. *“Psikologi Komunikasi”*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 54.

Perhatian yaitu proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran disaat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi jika kita mengkontrasikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masuka-masukan melalui alat indera lain. Perhatian dibentuk oleh faktor internal dan eksternal.

Adapun faktor eksternal terdiri dari :

a) Intensitas stimuli

Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari yang lain.

b) Gerakan.

Seperti organisme yang lain manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. intensitas stimuli. kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.

c) Kebaruan (*novelty*) adalah hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian.

d) Perulangan adalah hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. disini unsur *familiarity* (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur *novelty* (yang baru kita kenal). perulangan juga mengandung unsur sugesti yang mempengaruhi bawah sadar kita.

Sedangkan faktor internal terdiri dari :

- a) Faktor biologis (kebutuhan dasar manusia),
- b) Faktor sosiopsikologis (sikap, kebiasaan dan kemauan).

2) Faktor fungsional

Menurut faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

3) Faktor struktural

Faktor struktural semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

4) Memori

Memori menurut Schlessinger dan Groves adalah sistem yang berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta-fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Mussen dan Roxenzweig mengemukakan bahwa secara singkat memori melewati tiga proses yakni perekaman, penyimpanan, pemanggilan sebagai berikut :

- a) perekaman (disebut *encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal.
- b) penyimpanan (*storage*), proses yang kedua adalah

menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana. penyimpanan bias aktif atau pasif. Kita menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan kita mengisi informasi tidak lengkap dengan kesimpulan kita sendiri.

- c) pemanggilan (*retrieval*) dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan.

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemberian arti masyarakat terhadap pelaksanaan program Safari Ramadhan Pemerintah Kota Kediri 2019. Dimana sudah menjadi kewajiban pemerintah Kota Kediri untuk hadir di tengah-tengah masyarakat

### **C. PROGRAM PEMERINTAH**

Program adalah unsur pertama yang harus ada demi terciptanya suatu kegiatan. Di dalam program dibuat beberapa aspek, disebutkan bahwa di dalam setiap program dijelaskan mengenai:

1. Tujuan kegiatan yang akan dicapai.
2. Kegiatan yang diambil dalam mencapai tujuan.
3. Aturan yang harus dipegang dan prosedur yang harus dilalui.
4. Perkiraan anggaran yang dibutuhkan.

## 5. Strategi pelaksanaan.

Melalui program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperasionalkan. Hal ini sesuai dengan pengertian program yang diuraikan. *“A programme is collection of interrelated project designed to harmonize and integrated various action an activities for achieving averral policy abjectives”* (suatu program adalah kumpulan proyek-proyek yang berhubungan telah dirancang untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang harmonis dan secara integratif untuk mencapai sasaran kebijaksanaan tersebut secara keseluruhan). Menurut Charles O. Jones, pengertian program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan, beberapa karakteristik tertentu yang dapat membantu seseorang untuk mengidentifikasi suatu aktivitas sebagai program atau tidak yaitu:<sup>11</sup>

1. Program cenderung membutuhkan staf, misalnya untuk melaksanakan atau sebagai pelaku program.
2. Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program kadang biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran.
3. Program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik. Program terbaik didunia adalah program yang didasarkan pada model teoritis yang jelas, yakni: sebelum menentukan masalah sosial yang ingin diatasi dan memulai melakukan intervensi, maka sebelumnya

---

<sup>11</sup> Charles O. Jones. “Pengantar Kebijakan Publik.” (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada. 1996).



harus ada pemikiran yang serius terhadap bagaimana dan mengapa masalah itu terjadi dan apa yang menjadi solusi terbaik.

Dalam menjalankan Program Safari Ramadhan ini, pemerintah Kota Kediri telah melakukan beberapa pertimbangan ataupun juga melalui beberapa rencana strategis agar lebih mendapatkan tempat di masyarakat dan supaya tujuan dari pemerintah bisa terlaksana dengan maksimal. Walikota Kediri Abdullah Abu bakar memang memiliki kedekatan dengan berbagai tokoh ulama yang ada di Kota Kediri, bahkan dalam sebuah berita yang ditulis di laman resmi kota kediri, walikota Kediri sempat menemui beberapa tokoh ulama untuk memaparkan secara langsung mengenai program pemerintah Kota Kediri. Maka dari itu pemerintah Kota Kediri memiliki *image* yang kental mengenai keagamaan terutama untuk agama Islam

#### **D. SAFARI RAMADHAN**

Kata “Safari” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti perjalanan atau petualangan jarak jauh dalam kegiatan ekspedisi, baik penelitian, penyelidikan dan wisata. Dari pemaknaan tersebut, maka safari yang harus dilakukan adalah menjangkau tempat-tempat yang terjauh sekalipun, dan tempat-tempat yang terdapat dipedalaman. Dalam kegiatan safari tersebut mempelajari dan memecahkan persoalan-persoalan yang selama ini menjadi kendala bagi masyarakat.

Bulan Ramadan adalah momen menjalin kebersamaan dengan sesama Muslim, seperti salat Tarawih, kuliah subuh, kultum bakda Zuhur, dan sebagainya. Semua itu dibungkus dalam wadah kebersamaan yang dirajut dalam ikatan silaturahmi.

Pada bulan ini, hati seorang Muslim nampak begitu lapang, pemaaf, dan memiliki semangat persaudaraan yang tinggi. Tidak salah jika Ramadan adalah bulan silaturahmi, yaitu saat-saat kita sangat terbuka untuk menjalin hubungan sosial yang renggang, jauh, atau bahkan terputus.

Silaturahmi pada Ramadan sangat mudah dilakukan dengan alasan keagamaan yang kuat tanpa harus merasa kehilangan harga diri.

Apa makna silaturahmi di bulan Ramadan? Sebenarnya silaturahmi memiliki makna spesifik. Dalam nash Alquran dan Hadits begitu banyak yang mengulas topik tentang ini. Salah satu hadits Nabi Muhammad SAW yang populer diantaranya adalah:

*“Maukah kalian aku tunjukkan amal yang lebih besar pahalanya daripada salat dan puasa?” Sahabat menjawab, “Tentu saja!” Rasulullah pun kemudian menjelaskan, “Engkau damaikan yang bertengkar, menyambungkan persaudaraan yang terputus, mempertemukan kembali saudara-saudara yang terpisah, menjembatani berbagai kelompok dalam Islam, dan mengukuhkan ukhuwah di antara mereka, (semua itu) adalah amal saleh yang besar pahalanya. Barangsiapa yang ingin dipanjangkan usianya dan dibanyakkan rezekinya, hendaklah ia menyambungkan tali persaudaraan.” (HR. Bukhari-Muslim).*

Pesan nabi soal silaturahmi menunjukkan betapa seseorang yang mendamaikan (juru damai) antara saudara yang sedang bertengkar atau berselisih sangat diapresiasi dalam bentuk pemberian pahala yang lebih besar oleh Allah SWT, dibandingkan ibadah ritual seperti salat dan puasa. Artinya, keberadaan kita sebagai makhluk sosial harus memberikan manfaat kepada orang lain.<sup>12</sup>

Sebagai makhluk sosial kita pasti membutuhkan interaksi dengan sesama. Kita tidak dapat mencapai apa yang diinginkan dengan dirinya sendiri karena kita menjalankan peran dengan menggunakan simbol untuk mengkomunikasikan pemikiran dan perasaan.

Safari Ramadhan adalah program tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Kediri ketika bulan Ramadhan tiba sejak tahun 2015. Kegiatan ini dilakukan bergiliran di 3 Kecamatan yang secara administratif terbagi di Kota Kediri, yaitu kecamatan kota, kecamatan Pesantren, dan kecamatan Mojoroto. Untuk dinas/instansi pemerintah terkait yang bertanggung jawab menyelenggarakan acara ini adalah bidang Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kota Kediri.

Tujuan diadakannya Safari Ramadhan adalah sebagai berikut :<sup>13</sup>

1. Menjalin silaturahmi antara pemerintah dengan masyarakat
2. Membuat pemerintah lebih dekat dengan masyarakat

---

<sup>12</sup> <https://www.tribunnews.com/ramadan/2016/06/14/makna-silaturahmi-di-bulan-ramadan>.

<sup>13</sup> <https://www.kedirikota.go.id/p/berita/1014839/walikota-kediri-lakukan-safari-ramadhan>

3. Menyampaikan program-program pemerintah dan himbauan-himbauan kepada masyarakat
4. Mewujudkan slogan dan visi misi kota
5. Meningkatkan tali silaturahmi sesama umat muslim di kelurahan setempat

Tempat pelaksanaan dari safari Ramadhan selalu berpindah pindah setiap tahunnya tergantung pada permintaan dari warga dan yang berhak menentukan tempat pelaksanaan dari safari Ramadhan ini sendiri adalah dari bagian Kesra masing-masing kecamatan.

Selama pelaksanaannya banyak sekali rangkaian kegiatan yang telah dilakukan dalam Safari Ramadhan, diantaranya :<sup>14</sup>

- Penyampaian program pemerintah Kota Kediri
- Ceramah yang disampaikan oleh Walikota Kediri
- Pemberian Santunan Kepada anak yatim dan kaum dhuafa
- Pemberian peralatan sekolah kepada anak kurang mampu
- Pemberian Al-Quran kepada masjid setempat
- Menyerahkan hewan ternak kepada beberapa warga
- Bantuan dana hibah kepada paud
- Buka puasa Bersama
- Dan sholat tarawih Bersama

---

<sup>14</sup> <https://www.kedirikota.go.id/q/SAFARI-RAMADHAN/1>

Safari Ramadhan tidak hanya dihadiri oleh walikota Kediri dan jajarannya akan tetapi juga dihadiri beberapa tokoh masyarakat setempat, ulama setempat, Kapolsek, dan juga Danramil. Dalam beberapa kesempatan juga turut hadir perwakilan dari FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) Kota Kediri.

Pelaksanaan Safari Ramadhan 2019 pertama berlangsung pada hari Kamis tanggal 9 Mei 2019 bertempat di Masjid Nurul Huda yang terletak di Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojojoto. Pada pelaksanaan safari Ramadhan yang pertama ini tidak dihadiri oleh Walikota Kediri dikarenakan sedang berada di luar kota. Pemberian dana hibah secara simbolis juga dilakukan pada safari Ramadhan pertama ini, diantaranya Masjid Nurul Huda dengan dana hibah sebesar 300 juta rupiah, kelompok masyarakat Taman Melati Kelurahan Tamanan dengan dana hibah sebesar 23 juta 500 ribu rupiah, Mushola Al Jannah Kelurahan Tamanan dengan dana hibah sebesar 25 juta rupiah.

Safari Ramadhan 2019 yang kedua berlangsung pada hari Kamis 16 Mei 2019 bertempat di Masjid Al Khalid yang terletak di Kelurahan Semampir Kecamatan Kota Kediri. Pada pelaksanaan yang kedua ini Walikota Kediri Abdullah Abu Bakar turut hadir dan menyampaikan beberapa pesan kepada peserta Safari Ramadhan serta memperkenalkan ATM beras yang juga merupakan satu satunya di Kota Kediri dan terletak di Masjid Al Khalid. Penyerahan dana hibah pada pelaksanaan kedua Safari Ramadhan 2019 ini diantaranya Masjid Maulana

Kelurahan Kaliombo yang mendapatkan dana hibah sebesar 75 juta rupiah, Kelompok Masyarakat Darussalam Kelurahan Ngadirejo dengan dana hibah sebesar 50 juta rupiah, Masjid Baitussalam dengan nominal dana hibah sebesar 25 juta rupiah, Musholla An-Nur Kelurahan Balowerti mendapatkan dana hibah sebesar 50 juta rupiah, Kelompok Masyarakat Anggrek Kelurahan Balowerti dengan dana hibah sebesar 100 juta rupiah, dan Kelompok Masyarakat Melati Kelurahan Ngadirejo dengan dana hibah sebesar 100 juta rupiah.

Sedangkan pelaksanaan Safari Ramadhan 2019 yang terakhir berlangsung pada hari Kamis 23 Mei 2019 bertempat di Masjid Nurul Iman Kelurahan Bangsal Kecamatan Pesantren. Titik terakhir pelaksanaan safari Ramadhan 2019 ini juga dihadiri oleh Walikota Kediri Abdullah Abu Bakar. Sedangkan untuk penerima dana hibah secara simbolis hanya ada 2, diantaranya Kelompok Masyarakat Fii Sabilillah dengan besaran dana hibah senilai 150 juta rupiah dan Masjid Darussalam Kelurahan Ngletih yang mendapatkan dana hibah sebesar 150 juta rupiah.

Pemberian dana hibah selama pelaksanaan safari Ramadhan 2019 ini hanya bersifat simbolis dimana pemberian dana hibah oleh Pemerintah Kota Kediri sudah dilakukan sepanjang tahun 2019 dan dana hibah sudah tersampaikan kepada penerima via transfer bank. Sedangkan untuk penerima simbolis yang dimasukkan dalam susunan acara Safari Ramadhan ini adalah penerima dana hibah dengan lokasi

terdekat tempat pelaksanaan Safari Ramadhan Pemerintah Kota Kediri 2019.

Susunan acara selama Safari Ramadhan 2019 di 3 tempat selalu sama, yaitu :

1. Penyambutan Tamu Undangan dan Peserta Safari Ramadhan dengan Musik Hadrah
2. Pembukaan
3. Pembacaan ayat suci Al-Quran
4. Sambutan Takmir Masjid
5. Penyerahan secara simbolis dana hibah dari Pemerintah Kota Kediri
6. Sambutan Walikota Kediri atau yang mewakili
7. Tausiyah dan doa Bersama
8. Sholat Maghrib berjamaah
9. Buka bersama
10. Penutupan
11. Ramah Tamah

Kegiatan ini berlangsung mulai pukul 16.00 dengan diisi hadrah dari remaja masjid setempat. Kemudian pukul 16.30 pembawa acara membuka acara Safari Ramadhan, acara berjalan sesuai susunan dan

ketika adzan maghrib berkumandang semua peserta Safari Ramadhan beserta panitia sholat maghrib terlebih dahulu kemudian berbuka puasa bersama setelahnya. Hidangan berbuka puasa selalu disediakan oleh panitia penyelenggara dengan model menu prasmanan di setiap tempatnya dan seluruh peserta yang hadir selama pelaksanaan Safari Ramadhan dibebaskan untuk mengambil menu yang diinginkan dengan bergantian.

Safari Ramadhan ini juga merupakan salah satu bentuk komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Kota Kediri agar lebih dekat dengan masyarakat. Komunikasi publik adalah Komunikasi yang melibatkan pertukaran pesan dari organisasi ke publik. Baik publik internal perusahaan maupun publik eksternal perusahaan. Perusahaan dalam berkomunikasi dengan publiknya dapat melalui tatap muka secara langsung (*face to face*) atau melalui saluran (media) seperti rekaman gambar, radio, telepon, *computer buletin board*, *newsletters*, dll. Komunikasi publik didasarkan pada kebutuhan suatu organisasi untuk berkoordinasi dengan publiknya dan menciptakan sinergi dalam berkomunikasi dengan publik internal maupun eksternal.<sup>15</sup>

Menurut Daniel dan Spiker komunikasi terhadap publik internal termasuk berbagai aspek dalam komunikasi organisasi dari fungsi manajemen dan sumber daya manusia. Yaitu orientasi, keamanan, kompensasi dan benefit, pelatihan dan pengembangan serta perbaikan

---

<sup>15</sup> Goldhaber, Gerald M. "Organizational Communication, Sixth Edition". (Boston: McGraw-Hill, 1993).



moral pekerja dan kepuasan bekerja. Sederhananya menurut Zelko dan Dance komunikasi terhadap publik internal digunakan untuk meningkatkan efisiensi di dalam suatu organisasi.

Berbeda cakupannya dengan komunikasi publik eksternal. Komunikasi publik eksternal mencakup:<sup>16</sup>

1. Komunikasi dalam menciptakan citra organisasi.
2. Komunikasi mengenai isu dan opini publik.
3. Komunikasi komersial yang mempromosikan output (barang atau jasa) sebuah organisasi.

Komunikasi publik menjadi penting karena organisasi dipahami sebagai sistem terbuka yang memproses input (bahan baku, sumber daya alam dan manusia serta informasi) menjadi output yang dikirim kepada lingkungannya dan mempunyai dampak tersendiri seperti barang, jasa bahkan polusi.<sup>17</sup> Otomatis sebuah organisasi memberikan efek terhadap lingkungannya. Maka dari itu seperti yang sudah dijelaskan pada bagian komunikasi organisasi peran *buffer* untuk melindungi inti organisasi dan *boundary spanning* sebagai tempat arus pertukaran informasi sangatlah penting supaya sebuah organisasi bisa *survive* antara lain dengan menjalankan komunikasi publik untuk

---

<sup>16</sup> Goldhaber, Gerald M. "Organizational Communication, Sixth Edition". (Boston: McGraw-Hill, 1993) 284.

<sup>17</sup> Ibid.

merespon ketidakpastian lingkungan. Selain itu komunikasi publik juga bertujuan untuk:

1. Menciptakan, memperkuat dan mendefinisikan kembali citra mereka terutama di mata para publiknya.
2. Mempengaruhi publik dan isu-isu lain yang penting bagi organisasi mereka.
3. Mempromosikan barang, program atau jasa yang diproduksinya.

Dalam pelaksanaan Safari Ramadhan Pemerintah Kota Kediri ini yang bertindak sebagai penanggung jawab acara serta penyelenggara adalah bagian Kesejahteraan Rakyat (Kesra) Pemkot Kediri. Akan tetapi yang dilakukan oleh Pemkot Kediri mengenai kegiatan ini jika dilihat dari aspek *Public Relation*/Hubungan Masyarakat (humas) merupakan salah satu bentuk strategi humas/*public relation* agar Pemerintah terlihat lebih dekat dengan masyarakat dan mempererat komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat.

Ahmad S. Adnanputra, M.A, M.S., Pakar Humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategi (1990) mengungkapkan Definisi khusus *strategi public* memiliki batasan sebagai Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *Public relations*.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Rosady Ruslan. “*Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*”. (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2014).

Strategi humas atau aspek-aspek pendekatan humas dalam menjalankan tanggung jawab dan fungsinya untuk menciptakan iklim yang kondusif antara perusahaan/lembaga dengan publiknya untuk tujuan bersama adalah sebagai berikut :<sup>19</sup>

### 1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan program kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media masa. Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bujan hanya sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

### 2. Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan

---

<sup>19</sup> Ibid.

penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

## 2. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbukan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

## 3. Pendekatan kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilkannya agar diterima atau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasarnya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.

## 4. Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau

institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan keetahanan nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hamkamnas.

Ada beberapa bentuk Strategi *Public Relations* yang biasa digunakan adalah sebagai berikut :<sup>20</sup>

1. *Publications* : Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.
2. *Event* : Merancang sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk & layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat memengaruhi opini publik. Contoh dari beberapa *event* itu adalah *Calendar event*, *Special event* dan *Moment event*.
3. *News* : Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, bulletin, dll. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

---

<sup>20</sup> Rosady Ruslan. "Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi". (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2002).

4. *Community Involment* : Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi / lembaga yang diwakilinya.
5. *Inform or Image* : Ada 2 fungsi utama dari PR, yaitu memberikan informasi kepada publik / menarik perhatian sehingga diharapkan dapat tercipta tanggapan citra yang positif.
6. *Lobbying and Negotiation* : Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR.
7. *Social Responsibillity* : Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

