

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi secara umum diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk merancang rencana dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan kata lain, strategi merupakan suatu keahlian bagi individu atau kelompok untuk memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, guna mencapai tujuan tersebut melalui cara-cara yang dianggap efektif dan efisien. Pengertian strategi juga dapat dipahami sebagai langkah-langkah yang diambil untuk menyesuaikan diri dengan berbagai reaksi atau kondisi lingkungan yang ada, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak terduga.¹

Komunikasi dilakukan oleh antarmanusia yang dapat dipahami dan dimengerti sebagai interaksi antarpribadi melalui suatu pertukaran simbol linguistic, seperti simbol verbal dan non-verbal. Simbol verbal menggunakan suara atau lisan dan tulisan sedangkan non-verbal menggunakan simbol-simbol yang biasa digunakan dalam keseharian, baik simbol dari tangan yang mengartikan oke, mengelengkan kepala yang berarti tidak, atau menganggukkan kepala yang diartikan iya atau setuju. Komunikasi adalah suatu proses ketika terjadi pemberian informasi, gagasan, dan perasaan dengan berbagai cara penyampaiannya, seperti: bahasa tubuh, gaya, atau tampilan.²

¹ Novi V, "Pengertian Strategi Serta Jenis, Tujuan, Dan Contohnya," Gramedia blog, <https://www.gramedia.com/>, diakses pada 26 November 2024, pukul 10.11.

² Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021). hlm. 1-3. <https://www.google.co.id/books/>.

Strategi komunikasi yang disusun dengan cermat dan tepat memastikan tercapainya semua tujuan yang diharapkan. Tanpa adanya strategi yang matang, setiap kegiatan tidak akan berjalan dengan lancar, bahkan bisa berakhir kacau. Dalam menyusun strategi, perlu memperhatikan kelompok yang menjadi sasaran atau target agar tepat sesuai tujuan. Demikian halnya dalam konteks penelitian ini, LPK Kusuma Kota Kediri yang menjadi mitra Dinas Koperasi UMTK Kota Kediri dalam program pelatihan kerja terlihat menggunakan strategi komunikasi untuk berinteraksi dengan para peserta pelatihan yang menjadi sasaran.

Pelatihan kerja adalah serangkaian kegiatan untuk memberikan, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu, sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan.³ Agar pelatihan kerja dapat berjalan dengan efektif serta dapat mengembangkan keterampilan masyarakat, diperlukan sebuah lembaga yang mampu melatih atau mengasah bakat serta keterampilan tersebut. Oleh karena itu, lembaga pelatihan kerja (LPK) sangat diperlukan dalam proses pelatihan.

LPK adalah lembaga yang menyediakan fasilitas untuk meningkatkan keterampilan, memberikan informasi tentang lingkungan kerja, serta menyediakan informasi lowongan pekerjaan atau magang. Pengertian lain dari LPK adalah instansi pemerintah, badan hukum, atau individu yang memenuhi syarat dan telah memperoleh izin untuk menyelenggarakan pelatihan kerja. LPK terbagi menjadi dua jenis, yaitu LPK pemerintah dan LPK swasta.

³ Indonesia. Kementerian Ketenagakerjaan, *Standar Kompetensi Kerja Nasional Dan Lembaga Pelatihan* (Berkeley: Biro Hubungan Masyarakat, 5 Januari 2024). hlm.4. <https://books.google.co.id/>

LPK pemerintah dengan swasta memiliki perbedaan, yaitu biaya pendaftaran LPK pemerintah yang dikelola oleh pemerintah sehingga biaya pendaftarannya umumnya lebih murah atau bahkan tanpa biaya karena biaya tersebut ditanggung oleh pajak negara. LPK pemerintah sering kali memiliki program-program khusus yang terkait dengan pendaftaran kerja atau magang yang dikelola oleh pemerintah. Hal ini menjadikan LPK pemerintah sebagai lembaga pelatihan sekaligus penyaluran tenaga kerja. Sebaliknya, LPK swasta menetapkan biaya pendaftaran yang lebih tinggi. LPK swasta berfungsi sebagai tempat pelatihan dan penyalur tenaga kerja tanpa memberikan dukungan finansial kepada peserta.

LPK pemerintah maupun swasta memiliki jaringan perusahaan yang luas. Namun, LPK pemerintah seringkali memiliki keunggulan karena jaringan perusahaan yang dimiliki biasanya berhubungan langsung dengan pemerintah atau bahkan milik negara, LPK pemerintah biasanya membuka pendaftaran dengan jadwal yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Sementara itu, LPK swasta cenderung lebih fleksibel dalam hal jadwal pendaftaran.⁴

Dinas Koperasi UMTK Kota Kediri bekerja sama dengan LPK Kusuma yang tergolong milik pemerintah karena dianggap memberikan berbagai keuntungan. Para peserta dapat mengembangkan keterampilan, baik itu keterampilan teknis (*hard skill*) maupun keterampilan interpersonal (*soft skill*). Selain itu, ada keuntungan lain dari bergabung dengan LPK, seperti meningkatkan kemampuan yang dibutuhkan oleh perusahaan, memperluas jaringan profesional, mempermudah akses untuk mendapatkan pekerjaan, mendapatkan pengalaman sebelum memasuki dunia kerja, memberikan

⁴ Nisa Maulan Shofa, "Apa Itu LPK (Lembaga Pelatihan Kerja), Syarat, Dan Manfaat," Maret 5, 2024. <https://www.kitalulus.com/>, diakses pada tanggal 26 November 2024, pukul 11.00.

kesempatan kepada masyarakat untuk memulai usaha sendiri melalui program LPK yang diikuti, dan mengembangkan karir sesuai bidang yang diminati.⁵

Peserta pelatihan LPK Kusuma Kota Kediri berasal dari kalangan ibu rumah tangga, wirausahawan, dan mahasiswa. Beragamnya peserta pelatihan tersebut menuntut pengelola LPK perlu merencanakan strategi komunikasi yang matang agar pelatihan dapat berjalan secara efektif dan lancar. Komunikasi dianggap mempunyai peranan penting dalam penyampaian materi. Pada wawancara awal dengan pengelola LPK, Bu Linda, beliau menyampaikan persoalan ketidaksuksesan dalam pelatihan. Salah satunya adalah pemateri yang terlalu kaku atau formal. Hal itu menyebabkan suasana menjadi tegang dan menyulitkan peserta dalam menyerap materi pelatihan. Metode yang digunakan pemateri saat pelatihan juga menjadi permasalahan karena memengaruhi kelancaran dalam penyampaian pesan.⁶

Dua permasalahan tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji strategi komunikasi seperti apa yang perlu dilakukan dan diperbaiki agar pelaksanaan pelatihan bisa berjalan lancar serta sesuai dengan kebutuhan peserta. Cara mengatasi masalah dalam penyampaian materi oleh instruktur pelatihan di LPK Kusuma Kota Kediri dijelaskan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah agar pihak LPK Kusuma Kota Kediri dapat memberikan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan para peserta. Dengan harapan, materi pelatihan kerja yang disampaikan dapat dipahami dan dipraktikkan oleh peserta. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “Strategi Komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam Program Pelatihan Kerja Dinas Koperasi UMTK.”

⁵ Nisa Maulan Shofa, “Apa Itu LPK (Lembaga Pelatihan Kerja), Syarat, Dan Manfaat”.

⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Linda Kartika, instruktur di LPK Kusuma. 14 Agustus 2024.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelaksanaan program pelatihan kerja milik Dinas Koperasi UMTK?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelaksanaan program pelatihan kerja milik Dinas Koperasi UMTK.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat menambahkan pemahaman mengenai strategi komunikasi yang dipraktikkan oleh sebuah lembaga pelatihan kerja sehingga memberikan wawasan yang lebih luas terhadap implementasi strategi komunikasi di lingkup lembaga pendidikan non-formal. Hal tersebut dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang terkait dengan strategi komunikasi LPK dalam pelatihan kerja.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan bakat atau kemampuan peneliti serta bisa memperdalam pengetahuan dan wawasan mengenai strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelatihan kerja.

b. Bagi Pembaca

Semoga penelitian ini mampu memberikan wawasan bagi pembaca, bagaimana strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelatihan kerja.

E. Definisi Konsep

Definisi konsep digunakan untuk menghindari kesalahpahaman tentang istilah-istilah yang ada pada penelitian ini sehingga tidak menyebabkan salah pengertian atau pemahaman tentang strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelaksanaan program pelatihan kerja. Berikut beberapa definisi konsep yang perlu peneliti jelaskan:

1. Strategi Komunikasi

Strategi sejatinya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) yang bertujuan mencapai satu tujuan yang sama. Namun, dalam mewujudkan tujuan tersebut, strategi perlu lebih dari sekedar menjadi arahan yang mengarahkan langkah-langkah.⁷ Strategi komunikasi adalah faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi secara efektif. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, diperlukan strategi komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Menurut Onong, strategi komunikasi merupakan suatu bentuk kombinasi. Sementara itu, seorang ahli perencanaan komunikasi, Middleton, mendefinisikan strategi komunikasi sebagai gabungan terbaik dari semua unsur komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal.⁸

2. Komunikasi

⁷ Nur Ida Rahmah, Hairunnisa, Sabiruddin, "Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah," *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2021, hlm. 86

⁸ Nur Ida Rahmah, dkk, Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah, 2021, hlm. 86

Komunikasi diartikan sebagai suatu proses atau kegiatan yang ditandai dengan tindakan, pertukaran, perubahan. Komunikasi akan bersifat terus menerus sejalan dengan tujuan komunikasi itu sendiri maka komunikasi dipandang sebagai suatu proses yang dilakukan dengan berbagai tingkat kesengajaan, pemilihan bahasa yang tepat agar isi pesan dapat dipahami.⁹ Komunikasi merupakan suatu kegiatan antarmanusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan dan diakhiri dengan suatu hasil yang disebut sebagai efek komunikasi. Efek dari komunikasi ini dapat berupa perubahan sikap, perilaku, atau pemahaman yang terjadi pada komunikator maupun komunikan setelah proses komunikasi berlangsung. Komunikasi yang merupakan komunikasi sosial, terkait dengan hubungan antarmanusia.¹⁰

3. LPK (Lembaga Pelatihan Kerja)

Lembaga pelatihan kerja (LPK) adalah lembaga yang memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kerja seseorang. LPK bertujuan untuk mempersiapkan tenaga kerja yang kompeten di bidang tertentu, agar mereka siap terjun ke dunia kerja atau meningkatkan kemampuan mereka dalam pekerjaan yang sedang dijalani.¹¹

4. Pelatihan Kerja

Pelatihan dilakukan untuk menaikkan serta meningkatkan pengetahuan atau keahlian dan mengubah perilaku atau sikap seseorang ke arah yang lebih produktif.

⁹ H. A. Rusdiana, *Etika Komunikasi Organisasi Filosofi, Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021). hlm. 105.

¹⁰ Ratu Mutialela, *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2017), hlm.1

¹¹ Alfiati, Dessy Ayu, dan Bagus Kisworo. "Manajemen Pelatihan Praseleksi Program Pemagangan ke Jepang di Lembaga Pelatihan Kerja Jiritsu." *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)* 4.2 (2017): 101-118.

Pelatihan merupakan suatu proses pembelajaran jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis serta terorganisir ketika personil nonmanajerial menekuni keahlian serta pengetahuan teknis buat tujuan tertentu. Pelatihan diartikan sebagai pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan di luar sistem pembelajaran yang berlaku dan dengan tata cara yang lebih mengutamakan praktik daripada teori.¹²

F. Penelitian Terdahulu

Judul dalam penelitian ini memiliki kemiripan dengan judul penelitian lainnya, yaitu persamaan dalam meneliti strategi komunikasi dan fokus penelitian yang berbeda antara peneliti yang satu dengan lainnya. Telaah ini dapat menghindarkan dari penelitian yang sama dan penjiplakan. Oleh karena itu, peneliti mencari referensi dengan penelitian terdahulu di antaranya:

1. Penelitian dilakukan oleh Arifin Saleh dan Mislan Sihite mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan dari Universitas Methodist Indonesia. Terbitan dari Jurnal *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* volume 4, nomor 1 Januari 2020. Dengan artikel yang berjudul “Strategi Komunikasi untuk Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Masyarakat”, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap keterkaitan antara CSR dan strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat.

Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa penting untuk memperhatikan strategi komunikasi saat melakukan kegiatan CSR guna memberdayakan masyarakat. Strategi komunikasi yang efektif melibatkan pengguna komunikasi massa dan antarbudaya untuk tujuan komunikasi yang tepat. Dengan menerapkan kedua strategi

¹² Wiwin Herwina, *Analisis Model-Model Pelatihan* (CV. Bayfa Cendekia Indonesia, 2021), hlm. 2&4

tersebut, diharapkan pelaksanaan program-program CSR untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dapat berjalan lebih efisien. dalam menjalankan program-program CSR untuk pemberdayaan masyarakat lebih efektif.¹³

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian, yang menggunakan telaah pustaka sedangkan penelitian ini menggunakan sumber data primer serta sekunder. Penelitian terdahulu meneliti tentang strategi CSR dalam pemberdayaan masyarakat, dan penelitian ini tentang strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri dalam pelatihan kerja. Sedangkan persamaan penelitian ini terletak pada strategi komunikasi. Dan menggunakan metode kualitatif deskriptif.

2. Penelitian dilakukan oleh Innayah Alfatechah, Anang Anas Azhar, dan Jufri Naldo mahasiswa ilmu sosial, Universitas Negeri Sumatera Utara. Terbitan dari Jurnal *Ilmu Sosial* volume 2, nomor 6 Juli 2023. Dengan artikel yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Deli Serdang dalam Meningkatkan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Tanjung Morawa. Tujuan penelitian ini menganalisis pelatihan dan peningkatannya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Deli Serdang serta menganalisis kendala strategi komunikasi tersebut.

Dari penelitian tersebut, diketahui bahwa pemberian kursus atau pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi kepada UMKM memberikan dampak yang positif. Hal ini menggambarkan bahwa pelaku usaha dengan senang hati menerima setiap

¹³ Arifin Saleh, dan Mislan Sihite, “Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat,” *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020, <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>.

pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi yang diupayakan untuk memajukan UMKM.¹⁴

Perbedaannya terletak pada tempat penelitian yang dilakukan, yaitu di Dinas Koperasi Kabupaten Deli Serdang sedangkan penelitian ini berada di LPK Kusuma Kota Kediri. Persamaan penelitian ini terletak pada metode kualitatif deskriptif dan membahas tentang strategi komunikasi.

3. Penelitian dilakukan oleh Arum Ningsih, Asep Muhyiddin, dan Imron Rosyidi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dengan artikel yang berjudul “Strategi Komunikasi Bisnis Kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid. Terbitan dari *prophetica: scientific and research Journal Of Islamic Communication And Broadcasting*, volume 4 nomor 1 2018. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji proses penyampaian informasi persuasi dan evaluasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian informasi dilakukan dengan keramahan, kesederhanaan, kesesuaian, dan keterhubungan. Pada bagian proses persuasi, diwarnai dengan corak kebaikan dan kekuatan yang tercermin dalam sifat kedisiplinan, keberanian, keikhlasan, kejujuran, ketangguhan, dan *tawadhu*. Lalu, inovasi di kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid meliputi asrama bambu yang komunikatif, bagi hasil dengan cara sistem agrobisnis, dan penitipan barang dagangan dalam warung kebersamaan. Evaluasi kewirausahaan menggunakan analisis SWOT

¹⁴ Innayah Alfatehah, Anang Anas Azhar, dan Jufri Naldo, “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Tanjung Morawa,” *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, January 2024.

yang menangkap kekuatan dan kelemahan yang ada di usaha pesantren serta menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi.¹⁵

Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang menggunakan studi kasus dengan teori difusi inovasi dan model AIDA serta tempat penelitian yang berbeda. Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Persamaan dari penelitian ini terletak pada kategori pembahasan, yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi.

4. Penelitian dilakukan oleh Pandu Satria Ade Putra, Ahmad Taubih, dan Vivin Nila Rakhmatullah, mahasiswa ilmu komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik Universitas Teknologi Sumbawa. Terbitan dari jurnal *komunikasi, sosial, dan ilmu politik* pada 4 Juli 2024. Dengan artikel yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Sumbawa dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Tujuan dari penelitian ini mengetahui strategi komunikasi Diskoperindag dalam pengembangan dan keberadaan UMKM di Kabupaten Sumbawa.

Hasil penelitiannya adalah bahwa dalam penyampaian pesan, Diskoperindag Sumbawa menggunakan grup whatsapp dan media forum. Media tersebut dipilih karena dapat melakukan komunikasi dua arah antara komunikator (Diskoperindag) dengan komunikan (UMKM). Dengan dua media tersebut, pelaku UMKM dapat dengan mudah menyampaikan yang menjadi kendala dan yang akan dikonsultasikan kepada pihak Diskoperindag. Strategi yang digunakan dengan cara mengenal khalayak terlebih dahulu, merencanakan pesan yang akan disampaikan, menentukan metode

¹⁵ Arum Ningsih, Imron Rosyidi, dan Asep Muhyiddin, “Strategi Komunikasi Bisnis Kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid,” *Prophetica Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, June 2018, <https://doi.org/10.15575/prophetica.v4i1.2230>.

yang digunakan dalam menyampaikan, yaitu metode edukatif (pesan yang mendidik, mengedukasi melalui pelatihan), menyeleksi penggunaan media, dan evaluasi atau mengecek hasil yang diperoleh. Strategi yang dilakukan Diskoperindag Sumbawa gagal sebagai komunikator karena kurangnya maksimal, sebagaimana teori strategi komunikasi Anwar Arifin bahwa Diskoperindag Sumbawa tidak melakukan pengenalan dengan khalayak secara maksimal.¹⁶

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, tempat penelitian yang berbeda sedangkan persamaannya pada metode yang digunakan, yakni metode kualitatif deskriptif dan sama-sama membahas tentang strategi komunikasi

5. Penelitian dilakukan oleh Nahdya Alfaina Karem, Yuliani, dan Binti Muntafarrida mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri. Dengan artikel yang berjudul "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri. Terbitan dari Jurnal *Ilmiah Nusantara* (JINU), volume 1, nomor 4 pada Juli 2024. Tujuan dari penelitian ini mendeskripsikan strategi Dinkop UMKM dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berfokus pada sektor usahanya.

Hasil dari penelitiannya adalah 1) dalam menjalankan strategi pemberdayaan UMKM Kota Kediri masih belum berjalan maksimal. Pemberdayaan awal sangat bermanfaat melalui pelatihan dan penyuluhan. Adapun strategi-strategi dalam membangun usaha dilakukan dengan dukungan modal dari perbankan yang memberikan pinjaman kepada UMKM dan bantuan modal kerja yang dikelola oleh SKPD, Dinas Koperasi dan UMKM serta DPPKAD dengan sistem pinjaman dana

¹⁶ Pandu Satria Ade Putra, Lalu Ahmad Taubih, dan Vivin Nila Rakhmatullah, "Strategi Komunikasi Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Sumbawa Dalam Pengembangan UMKM Di Kabupaten Sumbawa.," *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, July 4, 2024.

kontijensi dengan bunga 4% pertahun atau 0,5% perbulan. 2) Memperluas akses informasi pemasaran produk bagi UMKM sehingga pengusaha harus menguasai pasar, baik informasi pasar produksi dan pasar faktor produksi. Oleh karena itu, dorongan pemerintah sangat diperlukan dalam memperoleh akses internet untuk pemasaran. 3) Promosi produk unggulan yang dilakukan ketika ada *event* besar di Kota Kediri maupun luar kota. 4) Meningkatkan SDM untuk menghadapi pasar bebas ASEAN dengan melakukan penguatan lembaga pendamping melalui peningkatan *capacity building*. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan penelitian yang menunjang kredit UMKM dan melakukan pengembangan SDM pada UMKM melalui *information technologi*. 5) Membangun daya saing, seperti selalu kreatif, inovatif, menggali dan mengembangkan sumber daya, serta semangat bersama-sama mengembangkan usaha baru.¹⁷

Perbedaan terletak pada fokus penelitian, yaitu peneliti terdahulu meneliti tentang strategi pemberdayaan UMKM Kota Kediri sedangkan penelitian ini membahas strategi komunikasi LPK Kusuma Kota Kediri. Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan, yakni metode deskriptif kualitatif.

¹⁷ Silvirgin Latisia, "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kota Kediri.," *Jurnal MEDIASOSIAN: Jurnal Ilmu Sosial Dan*, September 2017, <https://doi.org/10.30737/mediasosian.v1i2.202>.