

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kegiatan Hubungan Media Humas Polresta Serang Kota Mengunjungi Sekretariat Pokja Wartawan Kota Serang	5
Gambar 1. 2 Press Conference Kasus Pidana di Mapolresta Serang Kota	6
Gambar 1. 3 Polisi Duel Dengan Wartawan di Mapolres Serang Kota	7
Gambar 3.1 Polresta Serang Kota.....	35
Gambar 4. 1 Ungkap Kasus Judi Online Di Wilayah Kota Serang	
Gambar 4. 2 Forum Diskusi Bersama Wartawan	88
Gambar 4. 3 Ruang Humas Polresta Serang Kota	89
Gambar 4. 4 Rapat Sosialisasi Kehumasan	90
Gambar 4. 5 Humas Jajaran Polresta Serang Kota	91
Gambar 4. 6 Sosialisasi Fotografer	91
Gambar 4. 7 Wartawan Mengunjungi Media Center Humas Polresta Serang Kota	92
Gambar 4. 8 Humas Polresta Serang Kota Memberikan Bingkisan Kepada Wartawan	93
Gambar 4. 9 Ungkap Kasus Judi Online Di Wilayah Kota Serang	94
Gambar 4. 10 PWI Kota Serang Mengunjungi Polresta Serang Kota	95

Daftar Tabel

Tabel 2. 1.....	22
Tabel 2. 2.....	23
Tabel 2. 3.....	24
Tabel 3. 1	57
Tabel 3. 2	58
Tabel 3. 3	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era sekarang sangatlah penting untuk membangun hubungan yang baik dengan media karena media berperan sebagai sarana untuk mendistribusikan

informasi kepada khalayak luas. Menjalin hubungan yang baik dengan media tentu saja memerlukan strategi yang harus dibangun oleh Humas yang dimana strategi yang dibangun tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan kepada khalayak. Tidak hanya untuk menumbuhkan hubungan yang baik atau citra yang positif, tetapi dibangunnya strategi ini juga untuk memperbaiki hubungan yang sudah ada dan juga memperbaiki citra negatif yang berkembang di publik mengenai suatu instansi atau lembaga tersebut.

Perkembangan komunikasi berjalan cukup pesat sampai pada saat ini. Berbagai teori banyak sekali bermunculan dengan perspektif yang berbeda mengenai konsep dari komunikasi itu sendiri. Namun jika dapat disimpulkan, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian atau pertukaran informasi, ide atau pengetahuan yang melibatkan dua orang atau lebih yang menggunakan simbol-simbol atau tanda yang sama. (Liliweri, 2011)

Untuk menghasilkan suatu pemahaman yang sama diantara komunikan dan komunikator tentu saja memerlukan langkah-langkah agar komunikasi berlangsung secara efektif. Yang harus diperhatikan adalah ketika kita menyampaikan informasi kepada komunikan jangan sampai bertele-tele dan harus menyampaikan suatu informasi secara lugas agar komunikan bisa mengerti pesan apa yang ingin kita sampaikan.

Sama halnya pada suatu instansi atau lembaga pasti mempunyai langkah-langkah untuk membangun komunikasi yang baik antara anggota instansi tersebut ataupun dengan pihak yang berkaitan. Langkah-langkah yang dilakukan oleh instansi untuk membangun komunikasi yang baik itu disebut juga sebagai strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan suatu rancangan perencanaan aktivitas yang merupakan bagian dari upaya untuk mencapai tujuan dari suatu instansi atau perusahaan. (Liliweri, 2011)

Strategi dapat dikatakan sebagai penunjang agar tujuan kita bisa tercapai. Dengan menggunakan strategi komunikasi kita dapat mengetahui apa tindakan yang harus kita lakukan dan bagaimana cara kita melakukan rencana-rencana yang akan kita lakukan. Dengan strategi komunikasi pula kita dapat melakukan manajemen kegiatan perencanaan untuk mencapai tujuan instansi. Maka dari itu strategi komunikasi sangat dibutuhkan agar proses komunikasi berjalan sesuai dengan rencana dan tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan terjadi.

Untuk membangun komunikasi yang baik dan tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan, maka sangat penting bagi suatu instansi memiliki suatu unit ataupun bagian yang fokus dalam menjalankan fungsinya untuk membangun komunikasi yang baik tersebut. Dalam hal ini hubungan masyarakat atau bisa juga disebut Humas, merupakan bagian yang tidak terlepas dari suatu lembaga atau instansi. Hal tersebut dikarenakan Humas berkaitan dengan citra suatu lembaga yang menjadi tanggung jawab Humas sebagai fasilitator komunikasi baik itu dengan khalayak ataupun dengan bagian internal instansi tersebut. Humas merupakan suatu susunan kegiatan yang dirangkai sedemikian rupa untuk kegiatan kampanye

atau program terpadu yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.

(Butterick, 2012)

Peran Humas tidak hanya sebagai unit yang menjalankan komunikasi yang baik dengan anggota internal maupun eksternal dari suatu instansi, tetapi Humas juga berperan untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Maka dari itu Humas merupakan jembatan penghubung antara instansi dengan pers yang dimana instansi juga memerlukan bantuan pers atau media untuk menyalurkan informasi dengan skala lebih luas. Fakta lainnya menyebutkan bahwa Humas sebagai mediator antara wartawan sebagai media dengan narasumber yang berada di perusahaan atau instansi tempat Humas itu berada. (Darmastuti, 2012)

Hubungan media sangat erat kaitannya dengan hubungan masyarakat karena media merupakan salah satu jalan untuk Humas menjalankan fungsinya sebagai *media center* dimana perannya adalah sebagai wadah informasi mengenai kegiatan yang dilakukan di dalam suatu instansi ataupun lembaga. Informasi yang diberikan oleh Humas kemudian akan didistribusikan kepada media dengan perantara Wartawan atau Jurnalis yang bermitra dengan Humas instansi tersebut. Menurut Lesly (1991) dalam (Darmastuti, Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi, 2012), *media relations* atau hubungan media merupakan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan media komunikasi untuk melancarkan kegiatan publisitas atau merespon kepentingan yang dibutuhkan media kepada organisasi.

Menurut Frank Jefkins (1992) dalam (Darmastuti, Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi, 2012) hal penting yang harus diperhatikan oleh praktisi Humas dalam menjalin hubungan yang baik dengan media adalah memahami dan melayani media setiap saat, membangun reputasi sebagai organisasi yang

dapat dipercaya oleh media, menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat, dan membangun hubungan personal yang kokoh dengan media.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan oleh peneliti menunjukkan pentingnya hubungan media dalam keberlangsungan pekerjaan seorang Humas. Selain itu juga melihat bagaimana besarnya peran media, agar hubungan media ini berjalan dengan baik dan efektif serta tujuan dapat tercapai, maka sangat dibutuhkan strategi komunikasi untuk membangun hubungan media yang baik antara praktisi humas dan media. Sehubungan dengan dibutuhkan strategi komunikasi pada suatu instansi atau lembaga untuk membangun atau menciptakan hubungan yang baik antara instansi dan media massa, maka dari itu Humas Polresta Serang Kota sebagai wadah informasi kegiatan anggota kepolisian Polresta Serang Kota harus memiliki strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan yakni membangun hubungan yang baik dengan media.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, maka yang menjadi fokus masalah peneliti dalam penelitian terkait Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media adalah peneliti ingin mengkaji secara lebih dalam bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota dalam upaya untuk membangun hubungan yang baik dengan media di wilayah Kota Serang. Karena pada kenyataannya kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Polresta Serang Kota tidak bisa terlepas dari media yang berperan sangat penting dalam publikasian kegiatan yang telah dilaksanakan instansi Kepolisian Resor Kota Serang Kota.

Berdasarkan data dari Sie Humas Polresta Serang Kota, kegiatan hubungan media Humas Polresta Serang Kota dengan media pers di wilayah Kota Serang berupa konferensi pers, menyambangi kantor media yang berada di wilayah Kota Serang, mengadakan acara *gathering* di Mapolresta Serang Kota. Berikut data kegiatan *media relations* Humas Polresta Serang dengan awak media di wilayah hukum Polresta Serang Kota:



Sumber: (Banteninsight.co.id)

Gambar 1. 1 Kegiatan Hubungan Media Humas Polresta Serang Kota Mengunjungi Sekretariat Pokja Wartawan Kota Serang

Hubungan media yang terjalin antara Humas dan pihak media dalam hal ini wartawan tidak hanya hubungan secara formal, akan tetapi hubungan media yang terjalin antara kedua instansi dan organisasi ini juga sudah masuk ke ranah komunikasi personal. Dapat dilihat dari data diatas bahwa Humas Polresta Serang Kota mengunjungi Sekretariat Wartawan Kota Serang untuk menjalin silaturahmi dengan media yang berada di wilayah hukum Polresta Serang Kota.

Kegiatan kunjungan ini dilaksanakan guna membangun hubungan personal yang kokoh antara kedua pihak.



Sumber: (Instagram @polres.serang.kota)

Gambar 1. 2 Press Conference Kasus Pidana di Mapolresta Serang Kota

Tidak hanya dengan mengunjungi Sekretariat Pokja Wartawan Kota Serang tetapi Humas Polres Serang Kota juga melibatkan media dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh anggota kepolisian Polresta Serang Kota Polda Banten. Salah satu kegiatan yang melibatkan media dalam pelaksanaannya adalah press conference ungkap kasus yang dilaksanakan di Mapolresta Serang Kota yang dipimpin oleh Kapolresta Serang Kota AKBP Maruli Ahiles Hutapea, S.I.K.,M.H. Pelibatan media dalam kegiatan press conference ini bertujuan untuk publisitas, dimana mengingat media massa sebagai media informasi yang menyampaikan informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Polresta Serang Kota kepada masyarakat secara terbuka, jujur, dan benar.



Sumber: (Kabar6.com)

Gambar 1. 3Polisi Duel Dengan Wartawan di Mapolres Serang Kota

Komunikasi yang terjalin antara Anggota Humas Polresta Serang Kota dengan awak media tidak hanya terjalin secara formal, tetapi juga berjalan secara personal. Ini bisa terlihat dari salah satu artikel yang menyebutkan bahwa “Polisi Duel Dengan Wartawan di Mapolres Serang Kota Sampai Larut”, kata “duel” disini bukan berarti berkelahi namun diartikan sebagai kata kiasan dari kegiatan bernyanyi yang dilakukan oleh anggota kepolisian serta wartawan. Dari sini bisa terlihat bagaimana kedekatan yang terjalin secara personal antara anggota kepolisian Polresta Serang Kota dengan awak media yang dimana kedua pihak tidak sungkan untuk saling menunjukkan ekspresinya dengan bernyanyi.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti menetapkan teori yang relevan dengan realitas yang terjadi di lapangan yaitu teori empat langkah proses *public relations* Cutlip, Center, dan Broom (2005) yang menyebutkan bahwa ada empat langkah yang harus dilakukan seorang praktisi humas untuk mencapai tujuan tertentu yaitu mendefinisikan masalah, menyusun strategi atau program, implementasi program, dan evaluasi program. Empat tahapan ini akan digunakan untuk merumuskan strategi yang akan digunakan dalam upaya mencapai proses strategi komunikasi.

(1) Mendefinisikan masalah atau melakukan analisis situasi, tahap ini mencakup penyelidikan mengenai opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan organisasi. Langkah ini merupakan langkah dasar yang menjadi tumpuan dari semua langkah dalam proses pemecahan masalah dengan menentukan “apa yang saat ini sedang terjadi ?” (2) Tahap Menyusun strategi, dalam tahap ini informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya akan digunakan untuk membuat putusan mengenai program, tujuan, tindakan, strategi serta taktik dan tujuan komunikasi. Pada langkah kedua ini akan muncul pertanyaan “apa yang sebaiknya dilakukan ?”. (3) Penerapan atau implementasi strategi, pada tahap ketiga ini mencakup pelaksanaan dari program yang telah dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pada tahap ini akan melahirkan pertanyaan “Siapa, kapan, dimana dan bagaimana strategi itu dilakukan ?”. (4) Evaluasi program, pada tahap terakhir ini mencakup penilaian dari tahap awal sampai tahap dimana strategi tersebut dilaksanakan. Setelah

terlaksananya program maka akan dilakukan evaluasi guna mengetahui berhasil atau tidaknya program yang dibuat.

Berdasarkan teori yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka ini relevan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Syahir Badrudin, Anita Trisiah, dan Deska Hariyanti yang berjudul Strategi Humas Polres Pagaralam dalam Mensosialisasikan Pencegahan Pencurian Kendaraan Bermotor. Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh Humas Polres Pagaralam dalam pencegahan pencurian kendaraan bermotor guna mengedukasi dan memberikan himbauan kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dalam menyimpan kendaraan bermotornya.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu fokus penelitian mengenai strategi humas Polres Pagaralam yang dimana dalam penelitian terdahulu menunjukkan strategi yang digunakan, implementasi strategi dan juga evaluasi strategi yang dilakukan oleh humas Polres Pagaralam dalam mensosialisasikan pencegahan pencurian kendaraan bermotor. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek dan sasaran yang dituju oleh peneliti, dimana dalam hal ini objek penelitian yang terdapat dalam penelitian terdahulu yaitu Humas Polres Pagaralam dan sasaran strategi yang dibuat oleh Humas Polres Pagaralam adalah pengendara kendaraan bermotor serta masyarakat umum.

Hasil dari penelitian terdahulu yaitu memformulasikan strategi dilakukan dengan menentukan sasaran yaitu meningkatkan ketertiban dan meningkatkan kesadaran keamanan dalam berkendara serta meningkatkan peranan masyarakat dalam pencegahan pencurian kendaraan bermotor, tujuannya yaitu

menginformasikan pentingnya menjaga keamanan kendaraan bermotor kemudian mengidentifikasi khalayak yakni pengguna kendaraan bermotor dan masyarakat-

umum. Implementasi strategi dilakukan dengan cara menetapkan kebijakan dan aturan dari peraturan yang dikeluarkan oleh Kapolri, melakukan strategi komunikasi dengan menyebarkan informasi melalui media cetak, radio dan memanfaatkan media sosial, serta *spoken words* atau pesan lisan yang disampaikan oleh anggota kepolisian. Dalam tahap evaluasi strategidisebutkan bahwa strategi yang dilaksanakan oleh Humas Polres Pagaralam dalam mensosialisasikan pencegahan pencurian kendaraan bermotor sudah berjalan cukup baik dari setiap strategi yang sudah dilaksanakan oleh Anggota Kepolisian Humas Polres Pagaralam yang dibantu oleh Bhabinkamtibmas.

Pada penelitian terdahulu kedua oleh Elvira Juwita Saraswati, Rosnandar Romli dan Ruchiat Nugraha (2019) yang berjudul Kegiatan Hubungan Media pada Direktorat Komunikasi Publik di Universitas Padjajaran. Penelitian ini menjelaskan tahapan strategi yang Unpad lakukan dalam mencapai misinya untuk menjadi *transformative university* strategi komunikasinya terdiri dari tahap perumusan kebutuhan publikasi, tahap perencanaan, tahap implementasi dan tahap evaluasi pada program Unpad Merespon.

Terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terletak dalam pemilihan objek dimana peneliti terdahulu meneliti Direktorat Komunikasi Publik di Universitas Padjajaran sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaan yang terapat dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada fokus penelitian yakni kegiatan hubungan media yang juga menjadi salah satu fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti serta terdapat persamaan target

sasaran strategi yang dilakukan oleh Direktorat Komunikasi Publik yakni wartawan yang menjadi target.

Hasil dari penelitian yang terdahulu yakni para civitas Unpad melakukan pendekatan komunikasi secara interpersonal yang konsisten serta pelayanan informasi yang responsive dari pejabat Humas kepada wartawan yang kemudian menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Hubungan tersebut berlangsung secara informal dengan peran media sebagai bagaian yang aktif dalam publikasian informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sehingga program yang dibuat oleh Unpad yang memenuhi kebutuhan media mengenai informasi dan Unpad mendapat publikasi dari media mengenai kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh civitas Universitas Padjajaran.

Nilai kebaruan atau novelty yang terdapat dalam rencana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dari kondisi di lapangan, dimana pada tahun 2022 Polres Serang Kota Polda Banten resmi naik tipe menjadi Polresta Serang Kota yang sesuai dengan Surat Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor B/42/M.KT.01/2022 tanggal 11 Januari 2022 yang ditandatangani langsung oleh Menteri PAN RB, Tjahjo Kumolo. Kenaikan tipe ini kemudian akan merubah struktur kelembagaan Polres Serang Kota yang semulanya dipimpin oleh anggota kepolisian yang berpangkat Ajun Komisaris Besar Polisi atau AKBP menjadi dipimpin oleh anggota kepolisian berpangkat Komisaris Besar Polisi atau Kombes Pol. Hal ini membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian yang terkait dengan instansi kepolisian khususnya objek kepolisian resor.

Alasan peneliti memilih Humas Polresta Serang Kota sebagai objek dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah rekam jejak informasi yang dimuat oleh media yang terkait dengan kegiatan anggota kepolisian Polresta Serang Kota hampir seluruhnya adalah informasi yang positif, hampir tidak terdapat pemberitaan negatif mengenai Polresta Serang Kota. Hal ini lah yang memicu peneliti ingin mengkaji lebih dalam bagaimana strategi yang dilakukan oleh anggota kepolisian Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan yang baik dengan media sehingga pemberitaan yang dirilis oleh media terkait Polresta Serang Kota sangat positif. Adapun alasan peneliti memilih anggota humas Polresta Serang Kota sebagai subjek penelitian dikarenakan Humas Polresta Serang Kota merupakan sebuah wadah informasi kegiatan Polresta Serang Kota yang dimana anggota humas tersebut berhubungan langsung dengan wartawan sebagai *media partner* dalam proses publikasi informasi kepada masyarakat. Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan peneliti, peneliti memilih untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan yang baik dengan media.

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang masalah, alasan penelitian serta penjelasan dalam konteks penelitian, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLRESTA SERANG KOTA DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA” karena peneliti yakin bahwa anggota humas Polresta Serang Kota pasti mempunyai tantangan tersendiri dalam menjalankan tugasnya, khususnya dalam membangun hubungan yang baik dengan media.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media ?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka peneliti menguraikan beberapa butir pertanyaan dalam penelitian. Maksud dari pertanyaan penelitian ini adalah untuk memberikan arahan dan batasan pada peneliti dalam melaksanakan mengungkapkan fenomena dalam penelitian. Adapun uraian pertanyaannya sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis situasi strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan baik dengan Media ?
2. Bagaimana tahapan menyusun strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan dengan media ?
3. Bagaimana implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan yang baik dengan media ?
4. Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota setelah mengimplementasikan strategi komunikasi terhadap media yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan media ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media, dan apa saja faktor yang menghambat dan mendukung dalam upaya membangun hubungan dengan media.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sesuai dengan teori empat langkah *public relations* yaitu:

1. Untuk menjelaskan analisis situasi strategi komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan baik dengan Media.
2. Untuk menjelaskan penyusunan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan dengan media.
3. Untuk menjelaskan implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh anggota Humas Polresta Serang Kota dalam membangun hubungan yang baik dengan media.
4. Untuk menjelaskan tahap evaluasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Serang Kota setelah mengimplementasikan strategi komunikasi terhadap media.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menambah pengetahuan serta memperluas wawasan peneliti mengenai ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks strategi komunikasi dan hubungan media.
2. Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai Strategi Komunikasi dan Hubungan Media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Bagi peneliti
Peneliti berharap penelitian ini bisa mengembangkan kemampuan peneliti yang berkaitan dengan manajemen strategi serta *media relations* dalam pelaksanaan merencanakan strategi serta upaya membangun hubungan yang baik dengan media.
2. Bagi Humas Polresta Serang Kota
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan serta referensi dalam perencanaan serta pelaksanaan strategi dalam upaya membangun hubungan dengan media.
3. Lembaga / Universitas
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan juga informasi dibidang keilmuan yang terkait, peneliti juga berharap

bahwa penelitian ini dapat membantu pihak akademisi dalam proses pembelajaran guna memahami implementasi ilmu komunikasi.