eJournal Ilmu Komunikasi 2018, 6 (3): 438-451
ISSN 2502-5961 (Cetak), 2502-597X (Online), ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id
© Copyright2018

STUDI TEKNIK KOMUNIKASI INFORMATIF DALAM KEGIATAN ORIENTASI PENYULUH AGAMA TERHADAP CALON PENGANTIN OLEH BADAN DKP3A DI SAMARINDA

Rangga K. Putra[1],Endang Erawan[2],Annisa Wahyuni Arsyad[3]

Abstrak

Teori yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Teori S-M-C-R model oleh Berlo. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu peneliti berusaha untuk mendeskripsikan dan menganalisis objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan dengan menggunakan informan sebagai sumber data. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara kepada Kepala bidang KB dan KS Badan DKP3A Prov. Kaltim dan penyuluh agama di Kota Samarinda.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan Teknik Komunikasi DKP3A Dalam Kegiatan Orientasi Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin di Samarinda. Adapun fokus di dalam penelitian ini meliputi pesan informatif yang berdasarkan fakta, jelas dan to the point, terperinci, pesan ditujukan untuk perluasan wawasan, dan pesan bertujuan untuk memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi.

Hasil penelitian ini menunjukan, teknik komunikasi informatif oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim terkait pelaksanaan kegiatan orientasi terhadap tenaga penyuluh agama di Samarinda sudah baik, dilihat dari berdasarkan fakta, pesan ditujukan untuk perluasan wawasan, dan pesan bertujuan untuk memberikan informasi serta motivasi. Akan tetapi, teknik komunikasi terkait informasi tentang kejelasan pesan masih terdapat informasi yang belum jelas dan pesan ditujukan untuk perluasan wawasan masih minim dikarenakan kegiatan yang sehubungan dengan hal tersebut masih jarang dilaksanakan.

Kata Kunci : ***Komunikasi informatif, orientasi, penyuluh agama***

PENDAHULUAN

Organisasi pemerintahan yang bergerak di bidang pelayanan masyarakat juga diharapkan mampu untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat terkait dengan visi dan misi organisasi tersebut. Sebuah organisasi atau badan pemerintahan dikatakan berhasil apabila masyarakat di wilayah tersebut menjadi lebih sejahtera baik dari secara sosial ataupun ekonomi

[1] Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: ranggazen2@gmail.com
[2] Dosen Pembimbing 1 Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
[3] Dosen Pembimbing 2 Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

dikarenakan hal tersebut merupakan kewajiban mutlak bagi setiap organisasi pemerintahan.

Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik menyatakan bahwa negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat UUD 1945, membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan penyelenggara pelayanan publik merupakan kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan harapan dan tuntutan seluruh warga negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan masyarakat, sebagai upaya untuk mempertegas hak dan kewajiban setiap warga negara dan penduduk serta terwujudnya tanggung jawab negara dan korporasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik, diperlukan norma hukum yang memberi pengaturan secara jelas, sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan menjamin penyediaan pelayanan masyarakat sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik serta untuk memberi perlindungan bagi setiap warga negara dan penduduk dari penyalahgunaan wewenang dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Hakekat pelayanan kepada masyarakat bermakna menciptakan kondisi yang kondusif sehingga memungkinkan bagi setiap anggota masyarakat untuk mengembangkan kemampuan serta kreativitasnya demi mencapai kemajuan bersama

Pentingnya komunikasi atau sosialisasi dalam hal ini adalah agar publik dapat berpartisipasi penuh dalam setiap program yang telah dibuat agar tercapainya masyarakat yang sejahtera dalam pemenuhan hak asasi manusia, sosial, keseteraan gender dan juga ekonomi yang hingga saat ini dinilah masih jauh dari harapan.

Salah satu penyebab belum tercapainya tujuan tersebut dikarenakan oleh begitu banyaknya kasus perceraian yang terjadi di Kota Samarinda. Dalam hal ini Pemprov Kaltim melalui Badan DKP3A bidang Keluarga Berencana (KB) dan Keluarga Sejahtera (KS) memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengatasi jumlah angka perceraian yang terus meningkat agar tujuan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat Kota Samarinda dapat tercapai.

Berdasarkan data dari Kantor Pengadilan Agama di Kota Samarinda, tahun 2012 terjadi kasus perceraian khusus di Kota Samarinda sebanyak 1520 kasus atau 25% dari jumlah perceraian di Kaltim sebanyak 6100 kasus. Di tahun 2013 sebanyak 31% dari 5297 kasus. Kemudian di tahun 2014, terjadi sbanyak 17% dari total seluruh perceraian di Kaltim,yaitu sebanyak 11158. Di tahun 2015 sebanyak 20% dari 8171 kasus. Selanjutnya, di tahun 2016 mencapai 21% dari 7420 kasus. Dan yang terakhir yaitu di tahun 2017 Samarinda “menyumbang” 19% dari 8390 kasus perceraian di Kaltim.

Sebagai badan yang mempunyai tanggung jawab, tugas pokok dan fungsi dalam menekan jumlah angka perceraian di Kota Samarinda, adapun salah satu upaya Pemerintah provinsi (Pemprov) Kaltim melalui Badan DKP3A bidang KB dan KS untuk menekan angka perceraian yaitu dengan melakukan kegiatan

Orientasi Tenaga Penyuluh Agama terhadap Calon Pengantin di setiap Kabupaten/Kota. Dalam pelaksanaan kegiatan ini di Kota Samarinda, Badan DKP3A Provinsi Kaltim bidang KB dan KS bekerja sama dengan Kantor Pengadilan Agama Kota Samarinda untuk memberikan data, wawasan, himbauan serta pembekalan kepada para penyuluh agama Kota Samarinda untuk kemudian nantinya para tenaga penyuluh agama diharapkan mampu memberikan petuah kepada calon pengantin Kota Samarinda sesuai dengan pesan informatif yang telah diperoleh dari kegiatan orientasi tersebut.

Oleh karena penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Studi Teknik Komunikasi Informatif Dalam Kegiatan Orientasi Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin Oleh Badan DKP3A Di Samarinda."

Penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis dan mendeskripsikan Teknik Komunikasi DKP3A Dalam Kegiatan Orientasi Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin di Samarinda

KERANGKA DASAR TEORI

S-M-C-R Model

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S singkatan dari *Source* yang berarti sumber atau komunikator ; M singkatan dari *Message* yang berarti pesan ; C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan. (Onong Uchjana Effendy:2003).

Mengenai istilah *Channel* pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer atau sekunder. Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kial (*gesture*), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang dipergunakan khusus dalam komunikasi tatap muka *(face to face communication)*, sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nirmassa, seperti surat kabar, telepon, atau poster.

Jadi, komunikator pada komunikasi tatap muka hanya menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bermedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni primer dan sekunder, jelasnya bahasa dan sarana yang ia operasikan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi

A. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi dilihat dari sudut komunikator, komunikan dan pesan sebagai berikut (Suranto, 2010):

1. Komunikator memiliki kredibilitas yang tinggi, daya tarik fisik maupun non fisik yang mengundang simpati, cerdas dalam menganilisis suatu kondisi,

memiliki intergritas, dapat dipercaya, mampu mengendalikan emosi, ramah, tegas serta mampu menyesuaikan diri dengan masyarakat dimana dia bicara

2. Komunikan memiliki pengetahuan yang luas, memiliki kecerdasasan mencerna pesan, supel, pandai bergaul, bersikap bersahabat dengan komunikator. Pesan komunikasi dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, dijelaskan secara jelas dan terperinci sesuai dengan kondisi dan situasi, lambang yang digunakan dapat dipahami dan tidak menimbulkan multi tafsir.

B. Faktor Penghambat

Faktor yang dapat menghambat komunikasi adalah sebagai berikut (Suranto, 2010) :

1. Komunikator gagap (hambatan biologis), komunikator tidak berwibawa dan kurang memahami karakter komunikan atau komunikator gugup (hambatan psikologis)
2. Komunikan mengalami gangguan pendengaran (hambatan biologis), komunikan tidak berkonsentrasi dengan pembicaraan, seorang perempuan akan tersipu malu jika membicarakan masalah seksual dengan seorang pria (hambatan gender)
3. Komunikator dan komunikan kurang memahami latar belakang sosial budaya yang berlaku sehingga melahirkan perbedaan persepsi
4. Komunikator dan komunikan saling berprasangka buruk sehingga membosankan
5. Tidak digunakannya media yang tepat atau terdapat pada teknologi komunikasi (*microphone*, telepon, *power point*, dan sebagainya)
6. Perbedaan bahasa sehingga menyebabkan perbedaan penafsiran pada simbol tertentu.

Komunikasi Informatif

Komunikasi Informatif *(Informative Communication)* adalah komunikasi yang dimaksudkan untuk menyampaikan informasi. Contohnya warta berita di radio atau televisi. (Dr. B.S. Mardiatmadja:1986). Teknik komunikasi informatif dilakukan agar orang lain (komunikan) mengerti dan tahu.

Menurut Onong U. Effendy (2002), komunikasi informatif merupakan proses penyampaian pesan, ide, gagasan dan pendapat kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya yang sifatnya hanya sekedar memberitahukan sebuah informasi tanpa menghendaki adanya sebuah perubahan sikap atau pendapat dari seseorang.

Tujuan Komunikasi Informatif

Di dalam penyampaian pesan informatif ada tujuan tuuan yang ingin dicapai dari kegiatan komunikasi informatif. Menurut Onong U. Effendy (2002) tujuan komunikasi informatif di antaranya adalah :

1. Memberikan Informasi, yakni pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, fakta, pesan yang dibutuhkan orang agar dapat mengerti dan bereaksi secara jelas

dengan kondisi lingkungan dan orang lain agar mengambil keputusan dengan tepat.
2. Sosialisasi, atau pemasyarakatan.
3. Motivasi, yaitu menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang dan mendorong orang menentukan pilihannya, dan mendorong individu dan kelompok berdasarkan tujuannya.

Teknik Komunikasi Informatif

Menurut Phil Astrid Susanto (1977) Teknik Komunikasi Informatif merupakan teknik komunikasi yang bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta) yang kemudian komunikan akan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Teknik ini memiliki dampak kognitif, pasalnya komunikan hanya mengetahui saja. Teknik komunikasi ini bersifat satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, serta menimbulkan keserempakan. Biasanya, teknik informatif yang digunakan oleh media bersifat asosiasi yaitu dengan cara menumpangkan penyajian pesan pada objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak atau publik.

Adapun ciri khas pesan informatif antara lain menurut Onong U. Effendy (2003), antara lain :

1. Berdasarkan fakta (*factual*), yaitu pesan yang disampaikan sudah diuji kebenarannya, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
2. Jelas dan *to the point (clear),* yaitu pesan yang disampaikan mudah dipahami, tidak berbelit-belit, serta tepat menuju sasaran.
3. Terperinci, yakni ruang lingkup pesan yang disampaikan mencakup bagian-bagian yang penting dan patut diketahui komunikan.
4. Pesan ditujukan untuk khalayak guna perluasan wawasan, yaitu pesan yang disampaikan harus mengandung nilai-nilai pengetahuan serta wawasan kepada komunikan.
5. Pesan bertujuan untuk memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi kepada komunikan sebagai suatu pesan yang mampu memberikan dorongan untuk komunikan melakukan sesuatu yang sesuai dengan pesan yang telah disampaikan.

Dasar-dasar Komunikasi efektif

Menurut Riswandi (2008), adapun dasar-dasar komunikasi efektif sebagai berikut :

1. Karakteristik komunikator

   Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan apa saja yang ia katakan tetapi juga keadaan ia sendiri. Ia tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan. Pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan. Bahkan terkadang unsur “siapa” ini lebih penting dari unsur “apa”. Contohnya seperti fatwa keagamaan yang disampaikan oleh kyai dan petunjuk kesehatan dari seorang dokter.

Aristoteles menyebut karakter komunikasi tersebut sebagai ethos, yang terdiri dari fikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*)

2. Dimensi-dimensi Ethos

Ada 3 dimensi ethos atau faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator, yaitu :

A. Kredibilitas

Adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dari definisi ini terkandung dua hal, yaitu: **Pertama;** kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator. **Kedua;** kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator (disebut juga komponen-komponen kredibilitas).

Karena kredibilitas adalah masalah persepsi, berarti kredibilitas berubah tergantung pada pelaku persepsi, topic yang dibahas, dan bergantung pula pada situasi.

B. Atraksi

Terdapat faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal seperti daya tarik fisik, ganjaran, kesamaan, dan kemampuan.

Atraksi fisik menyebabkan komunikator menjadi menarik, dan karena menarik ia memiliki daya persuasif. Selain itu, kita juga tertarik kepada seseorang hanya karena adanya beberapa kesamaan antara dia dengan kita. Karena itulah komunikator ingin mempengaruhi orang lain sebaiknya memulai dengan menegaskan adanya kesamaan antara dirinya dengan komunikate.

C. Kekuasaan

Kekuasaan adalah kemampuan untuk menimbulkan ketundukan. Seperti halnya kredibilitas dan atraksi, ketundukan timbul dari antara komunikator dan komunikate.

Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat “memaksakan” kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya yang sangat penting.

French dan Raven mengemukakan jenis-jenis kekuasaan sebagai berikut; Kekuasaan koersif (*coercive power*), Kekuasaan keahlian (*expert power*), Kekuasaan Informasional (*Informational power*), Kekuasaan rujukan (*referent power*), Kekuasaan Legal (*legitimate power*)

3. Karakteristik Saluran (*Channel*)

Tiap medium memiliki karakteristik sendiri yang berbeda satu sama lainnya. Tiap medium juga secara khusus mempunyai kelebihan dan kekurangan. Oleh karena itu, penentuan suatu medium perlu disesuaikan dengan tujuan dan kemampuan dari masing-masing medium. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan antara lain adalah sebagai berikut:

A. Karakteristik media

B. Karakterisitik Kreatif

C. Karakteristik Khalayak

Orientasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Orientasi adalah peninjauan untuk menentukan sikap (arah, tempat, dan sebagainya) yang tepat dan benar; pandangan yang mendasari pikiran, perhatian atau kecenderungan.
Cascio dalam Sedarmayanti (2010) mengatakan bawah Orientasi adalah pengakraban dan penyesuaian dengan situasi atau lingkungan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian menggunakan tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terkait pencarian fakta dengan interpretasi tepat atau menggambarkan obyek sebagaimana mestinya.

Fokus penelitian berguna untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan tersebut akan memudahkan peneliti dalam pengolahan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, maka ditetapkan fokus penelitian yaitu menganalisis dan mendeskripsikan teknik komunikasi informatif Badan DKP3A dalam kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin di Samarinda dengan indikator :

1. Berdasarkan Fakta
2. Jelas dan *to the point*
3. Terperinci
4. Pesan ditujukan untuk perluasan wawasan
5. Pesan bertujuan untuk memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

DKP3A bidang KB dan KS merupakan bidang dari Badan DKP3A Prov Kaltim yang mengurusi tentang pembinaan keluarga berencana dan peningkatan kualitas keluarga menuju keluarga sejahtera di Kalimantan Timur, termasuk Kota Samarinda. Pada bagian ini, peneliti akan menerangkan mengenai bagaimana teknik komunikasi informatif DKP3A bidang KB dan KS dalam kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin di Samarinda.

Adapun data-data yang diperoleh mengenai analisis teknik komunikasi informatif kegiatan di atas, penulis sajikan sesuai dengan cerita asli dari para *key informan* dan *informan* menurut bahasa, sudut pandang dan ungkapan saat wawancara. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa yang menjadi fokus penelitian analisis teknik komunikasi DKP3A bidang KB dan KS dalam kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin di Samarinda yaitu berdasarkan fakta, jelas dan *to the point*, terperinci, pesan ditujukan untuk perluasan wawasan, serta pesan bertujuan untuk memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi**.**

Berdasarkan Fakta

Berdasarkan hasil penelitian diatas, terlihat bahwa penyampaian pesan berupa pesan informatif yang disampaikan oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS kepada tenaga penyuluh agama menggunakan data-data valid yang diperoleh dari Kantor Pengadilan Agama Kota Samarinda berupa data angka perceraian sejak tahun 2012 hingga tahun 2017 serta fakta lain di lapangan tentang hambatan yang ditemui oleh tenaga penyuluh agama terkait faktor perceraian yang lebih spesifik dan lebih sulit untuk diselesaikan. Dan penyampaian pesan yang berdasarkan fakta itupun diyakini benar oleh para peserta kegiatan, yaitu penghulu. Para peserta meyakini bahwa data yang diperoleh tersebut adalah data / fakta yang riil, angka dan faktor tersebut diperoleh langsung dari lembaga negara yang bertanggung jawab dalam hal tersebut.

Menurut ciri-ciri informasi yang berkualitas yakni konsisten, dimana informasi yang diterima sesuai dengan data yang ada dan tidak mengalami perubahan yang tidak benar. Informasi yang akurat tentu diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat (komunikan) untuk bahan pertimbangan dalam membuat suatu keputusan. Dengan menerima informasi secara benar / riil, maka masyarakat sebagai komunikan akan merasa aman dan tentram.

Untuk penyampaian pesan berdasarkan fakta yang dilakukan oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS kepada tenaga penyuluh agama di dalam kegiatan orientasi tersebut, tidak menjadi sebuah polemik dikarenakan keabsahan data yang diperoleh langsung dari Kantor Kementrian Agama Kota Samarinda dan juga informasi yang diterima oleh tenaga penyuluh agama terkait hambatan yang ditemui di lapangan. Dengan seluruh pesan penyampaian berdasarkan fakta tersebut, seluruh peserta tenaga penyuluh agama dapat mengerti dan tahu akan adanya hambatan tersebut.

Jelas dan To The Point (clear)

Pesan informatif yang jelas dan *to the point* merupakan isi pesan yang disampaikan haruslah jelas dan tujuan apa yang ingin dicapai melalui penyampaian informasi tersebut. Di dalam teknik penyampaian pesan informatif yang jelas dan *to the point* oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS Kota Samarinda sudah mencakup ciri khas tersebut. Akan tetapi, di dalam penyampaian pesannya dianggap terlalu cepat oleh sebagian tenaga penyuluh agama sehingga ada ketidakjelasan informasi tentang bagaimana tolok ukur keluarga sakinah menurut Badan DKP3A Prov. Kaltim yang sepatutnya dapat dimengerti secara menyeluruh.

Di dalam dasar komunikasi yang efektif menurut Riswandi (2008), dinyatakan tentang penerima pesan / khalayak yang bersifat sebagai *problem* solver, komunikator harus mampu memberikan informasi yang jelas untuk memecahkan suatu permasalahan. Sehingga, apabila pesan tersebut tidak

disampaikan secara jelas dapat memberikan permasalahan baru dan tidak mendapat perhatian oleh khalayak.

DKP3A diharapkan mampu mengkomunikasikan atau menginformasikan pesan dengan jelas. Jelas terhadap bahasa yang digunakan, intonasi, kecepatan berbicara serta tujuan yang ingin dicapai di dalam kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin tersebut. Dengan terpenuhinya karakteristik tersebut, tentu komunikannya yang dalam hal ini ialah para penyuluh agama akan mengerti dan tahu tentang pesan apa yang ingin disampaikan serta tujuan dari pesan tersebut. Apabila pesan tersebut sudah dianggap jelas tujuannya, maka komunikan akan dapat menentukan sikap apa yang dilakukan selanjutnya setelah menerima pesan informatif tersebut sebagai bentuk motivasi yang diterima dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Terperinci

Pesan informatif yang terperinci merupakan isi pesan yang disampaikan secara khusus dan mendetail, mencakup pula kejelasan dalam rincian mengenai apa saja pesan yang disampaikan DKP3A yang dalam hal ini untuk menekan angka perceraian yang tinggi di Kota Samarinda. Di dalamnya terdapat pesan tentang tujuan pernikahan, bagaimana membangun pondasi rumah tangga yang kuat, tips menjaga pernikahan tetap langgeng, dan lain-lain yang mana seluruh rincian pesan tersebut diharapkan oleh Badan DKP3A Prov Kaltim bidang KB dan KS mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh tenaga penyuluh agama sebagai mediator.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan tentang faktor pendukung komunikasi menurut Suranto (2010), penyampaian pesan harus dirancang sedemikian rupa dan disampaikan secara jelas dan terperinci kepada komunikan sesuai dengan situasi dan kondisi dan tidak menimbulkan pesan yang multi-tafsir.

Sebagai suatu ciri khas pesan informatif, pesan yang disampaikan secara terperinci seharusnya memberikan rincian serta detail pesan kepada komunikannya. Apabila pesan tersebut belum dapat disampaikan secara rinci, maka kemungkinan akan terdapat permasalahan mengenai ketidakpahaman atau kekurangpahaman terhadap komunikannya, yaitu tenaga penyuluh agama.

Pesan Ditujukan Untuk Perluasan Wawasan

Setiap kegiatan atau upaya suatu komunikasi yang dilakukan tentu saja memiliki tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud dalam hal ini ialah merujuk pada suatu akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Tentu pelaku komunikasi mengharpkan adanya efek yang diberikan kepada penerima pesan lewat pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dengan mengkaji dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasikan bahwa pesan informatif yang disampaikan oleh Badan DKP3A Prov Kaltim bidang KB dan KS Kota Samarinda di dalam kegiatan Orientasi Tenaga Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin dapat

memberikan ilmu pengetahuan berupa "wejangan" atau petuah kepada para penghulu yang diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap upaya DKP3A bersama penghulu untuk menekan angka perceraian di Kota Samarinda. Ilmu yang sudah disampaikan dapat menjadi bekal / ilmu yang berharga untuk menciptakan keluarga Kota Samarinda yang sakinah, mawa'dah, dan warrahmah, sesuai dengan visi ataupun misi yang diemban oleh Badan DKP3A Prov Kaltim sebagai lembaga negara yang berorientasi terhadap peningkatan mutu dan kesejahteraan warga Kalimantan Timur, khususnya Kota Samarinda.

Terlepas dari tujuan tersebut, ada permasalahan lain yakni kegiatan tersebut tidak dapat dilaksanakan di tahun 2018 yang disebabkan oleh keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS. Sehingga, penyampaian wawasan atau ilmu baru yang dimiliki oleh Badan DKP3A tidak dapat tersalurkan secara menyuluruh kepada tenaga penyuluh agama dengan tidak adanya kegiatan ini. Padahal, seharusnya ini menjadi suatu kegiatan rutin yang harus dilaksanakan mengingat angka perceraian di Kota Samarinda tidak mengalami penurunan angka yang cukup signifikan bahkan cenderung meningkat.

Sebagai pesan yang bertujuan untuk jangka panjang, di dalam dasar komunikasi efektif menurut Riswandi (2008) dikatakan bahwa apabila pesan bertujuan untuk pemeliharaan memori, dapat menggunakan media luar seperti spanduk, poster, dan sebagainya untuk menyampaikan pesan dan hal ini juga bertujuan untuk me "*refresh*" pesan yang sudah pernah disampaikan oleh DKP3A kepada penghulu di dalam kegiatan orientasi sebelumnya.

Pesan Bertujuan Untuk Memberikan Informasi, Sosialisasi, dan Motivasi

Secara umum, menurut Wilbur Scramm dalam Marhaneni Fajar (2009), tujuan komunikasi dapat dilihat dari 2 (dua) perspektif kepentingan, yakni : kepentingan sumber / pengirim / komunikator yaitu memberikan informasi, mendidik, menyenangkan / menghibur, serta menganjurkan suatu tindakan / persuasi dan kepentingan penerima (komunikan), yaitu memahami informasi, mempelajari, menikmati, serta menerima atau menolak anjuran. Tujuan kegiatan orientasi oleh DKP3A tersebut memiliki tujuan yang sesuai dengan ciri khas pesan informatif tentang pesan bertujuan memberikan informasi, sosialisasi dan motivasi kepada tenaga penyuluh agama (komunikan). Selain itu, DKP3A menyebutkan bahwa kegiatan ini merupakan kegiatan sosialisasi yang bersifat sebuah "investasi" berupa pengetahuan dan juga motivasi terhadap sumber daya manusia, yang mana kegiatan ini tidak dapat langsung terlihat manfaatnya dalam waktu singkat, melainkan membutuhkan proses waktu dalam jangka panjang sehingga "investasi" yang senantiasa dilakukan oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS dalam upaya menekan angka perceraian dapat terlihat manfaatnya di masa yang akan datang. Dan juga, pihak penyuluh agama juga menginginkan informasi secara kontinu terkait peran dan kiat apa saja yang dibutuhkan untuk mereka dapat berpartisipasi dalam upaya mensukseskan misi

Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS untuk menekan angka perceraian di Kota Samarinda.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Studi Teknik Komunikasi Informatif dalam Kegiatan Orientasi Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin Oleh DKP3A di Samarinda yang berdasarkan fakta, jelas dan *to the point*, terperinci, pesan ditujukan untuk perluasan wawasan, dan pesan bertujuan untuk memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari aspek pesan informatif yang berdasarkan fakta disampaikan oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS dalam kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin kepada peserta penyuluh agama sudah meyampaikan pesan yang berdasarkan fakta, berdasarkan data-data penting yang disinyalir sebagai penyebab tingginya angka perceraian yang selalu stagnan. Sebagai komunikator, DKP3A sudah kredibel di dalam penyampaian pesan berdasarkan fakta. Hal ini berkaitan dengan faktor pendukung suatu komunikasi dimana komunikatornya merupakan komunikator yang kredibel dan dapat dipercaya.
2. Dari aspek pesan informatif yang jelas dan *to the point*, Badan DKP3A telah menyampaikan pesan secara jelas dan juga telah menyampaikan tujuan apa yang ingin dicapai oleh Badan DKP3A jika dilihat dari pengakuan yang disampaikan oleh komunikan melalui sesi wawancara saat penelitian yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan sudah cukup jelas dan *to the point*. Namun terdapat ketidakjelasan pesan yang disampaikan karena pengucapan kalimat yang terlalu cepat oleh komunikator. Dalam hal ini, pesan dapat dikatakan belum efektif karena pesan belum disampaikan secara jelas sehingga dapat memicu permasalahan baru dan bisa jadi tidak mendapat perhatian dari komunikan yang mana penghulu ditunjuk sebagai khalayak sebagai mediator pesan kepada calon pengantin di Samarinda.
3. Dari aspek pesan informatif yang terperinci, Badan DKP3A berhasil menyajikan pesan informatif berdasarkan aspek tersebut dikarenakan adanya pernyataan bahwa DKP3A telah memberikan rincian mengenai pesan-pesan informatif penting yang dibutuhkan kepada seorang tenaga penyuluh agama sebagai pihak ketiga dalam penyampaian pesan yang disampaikan oleh DKP3A Prov. Kaltim kepada calon pengantin dan pasangan pasca menikah. Sebagai faktor pendukung suatu komunikasi, komunikator harus menyampaikan pesan yang sudah dirancang sedemikian rupa, secara jelas dan terperinci dan tidak menimbulkan efek pesan yang multi-tafsir.
4. Dari aspek pesan informatif yang ditujukan untuk perluasan wawasan, sebenarnya DKP3A sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada tenaga penyuluh agama di dalam kegiatan orientasi tersebut. Akan tetapi, faktor

kurangnya anggaran yang dimiliki oleh Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS untuk melaksanakan kegiatan orientasi di tahun 2018 menyebabkan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang harus diterima oleh tenaga penyuluh agama, mengingat bermunculannya faktor-faktor baru penyebab perceraian. Sebagai pesan informatif yang bersifat jangka panjang, selain melakukan kegiatan DKP3A juga perlu menggunakan media luar seperti membuat spanduk ataupun poster.

5. Dari aspek pesan infomatif yang bertujuan memberikan informasi, sosialisasi, dan motivasi, Badan DKP3A Prov. Kaltim belum memberikan motivasi yang cukup besar kepada tenaga penyuluh agama untuk ikut berperan membantu mencegah perceraian di Kota Samarinda. Hal ini dikarenakan intensitas kegiatan yang berkaitan dengan penanganan masalah tersebut masih kurang. Meskipun DKP3A mengklaim bahwa kegiatan ini bersifat investasi jangka panjang, tentu permasalahan ini perlu mendapatkan perhatian lebih seperti membuat sebuah iklan masyarakat, baik melalui spanduk maupun iklan di radio / televisi sebagai salah satu karakteristik dasar suatu komunikasi yang efektif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dibuat oleh penulis, maka penulis memberikan saran dan rekomendasi sebagai berikut :

1. Sebagai komunikator, DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS diharapkan dapat memberi kejelasan informasi dengan cara yang lebih baik dengan memperhatikan bahasa, intonasi, dan kecepatan dalam menjelaskan yang sesuai dengan ciri-ciri komunikator yang baik di dalam faktor pendukung sebuah kegiatan komunikasi. Dengan memberikan fotocopy slide presentasi kepada peserta, dapat memberikan kemudahan mereka memahami pesan yang disampaikan tanpa harus terus terpaku pada komunikator di saat presentasi kegiatan berlangsung yang memungkinkan dapat mengakibatkan ketidakjelasan pesan yang diutarakan.
2. DKP3A perlu melakukan kegiatan forum antar tenaga penyuluh agama atau di Samarinda secara kontinu untuk mengetahui perkembangan apa saja yang sudah dicapai di lapangan terkait penaganan permasalahan tentang pernikahan dan perceraian. Selain untuk tempat bertukar fikiran, forum ini diyakini mampu memberikan kontribusi besar kepada masyarakat Kota Samarinda selaras dengan tujuan yang tertuang dalam visi dan misi Badan DKP3A Prov. Kaltim bidang KB dan KS, yaitu untuk meningkatkan mutu dan kualitas keluarga sejahtera khususnya di Kota Samarinda
3. Selain melalui kegiatan orientasi, DKP3A perlu membuat spanduk / poster pesan atau iklan masyarakat tentang pentingnya menjaga rumah tangga sebagai media untuk menyampaikan pesan, baik kepada tenaga penyuluh agama maupun secara langsung kepada warga Kota Samarinda, sesuai dengan maksud dan tujuan penyuluhan yang bersifat jangka panjang.

4. DKP3A memberi penghargaan atau *reward* yang pantas kepada baik kepada tenaga penyuluh agama yang berhasil mencegah perceraian dan kepada pasangan yang tidak jadi bercerai sebagai bentuk kepedulian dan keseriusan DKP3A Prov. Kaltim untuk mewujudkan keluarga sejahtera di Kota Samarinda
5. DKP3A perlu segera menyelenggarakan kursus Pra Nikah yang sudah diatur dalam Peraturan Dirjen Bimas Islam Nomor : DJ. II/542 Tahun 2013 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Kursus Pra Nikah yang mana kegiatan ini merupakan pemberian bekal pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan penumbuhan kesadaran terhadap remaja usia menikah dan calon pengantin tentang kehidupan rumah tangga dan keluarga. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang kehidupan rumah tangga dalam mewujudkan keluarga yang sakinah, mawa'dah, warrahmah serta mengurangi angka perselisihan, perceraian, dan kekerasan dalam rumah tangga.

Daftar Pustaka

Cangara, H. Harfied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Efendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Efendy, Onong Uchjana, 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fajar, Marhaeni, 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Huda, 2011. Mutiara Pesantren : *Perjalanan Khidmah K.H. Bisri Mustofa*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren

Sedarmayanti, 2010. *Manajememen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Refika Aditama

Marwansyah, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta

Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Miles,M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

Ulfiah, Dr. 2012. *Psikologi Keluarga :Pemahaman Hakikat Keluarga dan Penanganan Problematika Rumah Tangga.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Riswandi, 2008. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu

Lain-lain :

Data Administrasi DKP3A bidang Keluarga Berencana dan Keluarga Sejahtera Provinsi Kalimantan Timur tahun 2016 tentang kegiatan orientasi tenaga penyuluh agama terhadap calon pengantin kota Samarinda.

Internet :
http://www.dkp3a.kaltimprov.go.id/ (diakses pada tanggal 29 Juli 2017)