

PROSES SOSIALISASI DAN PEMBINAAN PENGUSAHA

WARUNG INTERNET

(Studi Deskriptif Kualitatif Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota

Medan dalam Membina Pengusaha Warung Internet di Kecamatan Medan Denai)

SKRIPSI

OLEH :

RIZKI AYU PRATIWI

148530054



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Sosialisasi dan Pembinaan Pengusaha Warung Internet
(Studi Deskriptif Kualitatif Peranan Dinas Komunikasi dan
Informatika Kota Medan dalam Membina Pengusaha Warung
Internet di Kecamatan Medan Denai)

Nama : Rizki Ayu Pratiwi

NPM : 148530054

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing


Dra. Effiaty Hasibuan, M.SI
Pembimbing I


Drs. Novri, MM
Pembimbing II




Heri Kusmanto, MA
Dekan

Tanggal Lulus :

LEMBARAN PERNYATAAN

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

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

Medan, 15 Agustus, 2018



Npm : 148530054

ABSTRAK

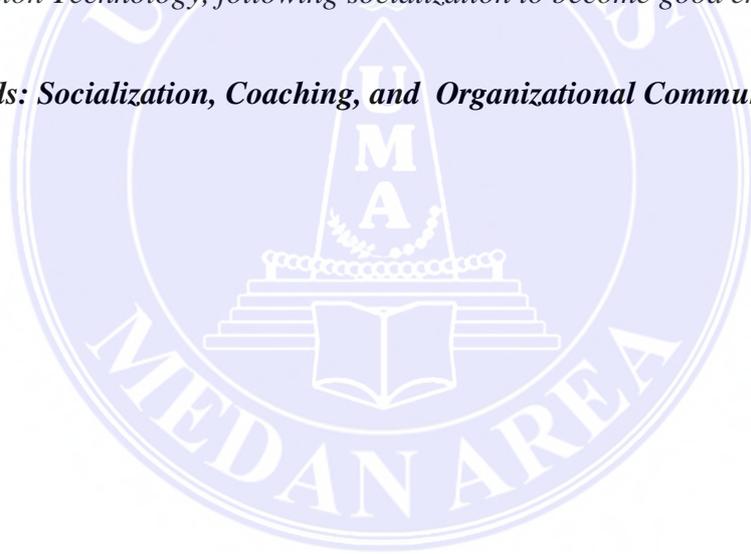
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses sosialisasi dan pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan pengusaha warung internet. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara kepada informan primer kepala bidang pengendalian Telekomunikasi dan Internet. Proses sosialisasi Dinas komunikasi dan Informatika dengan menyebarkan undangan dan menyediakan narasumber, proses pembinaan langsung dilapangan, tanggapan pengusaha warung internet terhadap sosialisasi dan pembinaan bermanfaat untuk menertibkan orang yang melanggar peraturan warung internet. Informan sekunder dua staf Dinas Komunikasi dan Informatika dan dua orang pengusaha warung internet. Kesimpulan sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika belum efektif, tetapi Dinas Komunikasi dan Informatika berusaha membuat sosialisasi tahun depan efektif, Pembinaan pengusaha dengan cara memberikan surat peringatan pertama setelah itu Dinas Komunikasi dan Informatika datang lagi ke warung internet dan melihat pengusaha masih melanggar atau tidak, Tanggapan pengusaha warung internet tentang sosialisasi dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika, mengikuti sosialisasi untuk menjadi pengusaha baik.

Kata kunci : Sosialisasi, Pembinaan, dan Komunikasi Organisasi,

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the process of socialization and coaching was carried out by the Office of Communication and Information in Medan, an internet shop entrepreneur. This study uses a qualitative method by collecting data using interview techniques to the primary informant head of the Telecommunications and Internet control field. The socialization process of the Office of Communication and Informatics by distributing invitations and providing resource persons, the process of direct development in the field, the response of internet cafes entrepreneurs to useful socialization and coaching to bring order to people who violate the rules of internet cafes. Secondary informants were two staff members of the Communication and Information Office and two internet cafes. Conclusion The socialization of the Office of Communication and Information has not been effective, but the Office of Communication and Information Technology is trying to make effective socialization next year, fostering entrepreneurs by giving the first warning letter after which the Communication and Information Agency comes back to the internet and sees entrepreneurs still violating or not The internet about socialization was carried out by the Office of Communication and Information Technology, following socialization to become good entrepreneurs.

Keywords: Socialization, Coaching, and Organizational Communication



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan berupa kesehatan, kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi penelitian ini. Skripsi ini merupakan tahapan awal untuk salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Adapun judul skripsi yang penulis teliti adalah tentang Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dalam Pembina Pengusaha Warung Internet di Kecamatan Medan Denai. Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika yang berlokasi di jalan Sidorukun No. 35, Pulo Brayon Darat II, Medan Tim, Kota Medan Sumatra Utara.

Ucapan terimah kasih ini juga penulis ucapkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan dan kreativitas dalam menyelesaikan Skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, yang telah memberikan kasih sayang dan selalu dukungan peneliti dalam hal apa pun
3. Dr.Heri Kusmanto, MA Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area
4. Dra. Effiati Juliana Hasibuan, MSi. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosil dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dan Dosen Pembimbingan I yang telah membimbing dan memberikan masukan peneliti
5. Drs. Novri, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada peneliti
6. Ilma S. Tansil, S. Kom, M. Kom, selaku Seketaris Peneliti dan memberikan masukan kepada peneliti
7. Seluruh Bapak/ibu Dosen serta jajaran Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

8. Kepada Dinas Komunikasi dan Informatika yang di bidang pengendalian telekomunikasi dan internet selaku informan peneliti dan pengusaha warung internet yang bersedia meluangkan waktunya untuk peneliti
9. Dan terakhir teman-teman stambuk 2014 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Medan, Agustus 2018

Rizki Ayu Pratiwi



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Perumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Proses Sosialisasi dan Pembinaan Pengusaha Warung Internet....	6
1. Pengertian Sosialisasi.....	6
2. Pengertian pembinaan	7
B. Tinjauan Komunikasi Organisasi.....	11
1. Pengertian Komunikasi	11
2. Pengertian Komunikasi organisasi	12
3. Karakteristik Organisasi	13
4. Efektifitas Komunikasi Organisasi	14
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi Organisasi	15
C. Sejarah dan Perkembangan Warung internet	16
1. Sejarah Warung Internet.....	16
2. Perkembangan Warung Internet di Medan.....	19
3. Implikasi Keberadaan Warung Internet di Kota Medan	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Metode.....	22
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
1. Sumber Data	23
2. Teknik Pengumpulan Data.....	24
C. Instrumen Penelitian.....	26
D. Teknik Analisis Data	27
E. Pengujian Kredibilitas Data	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	31
B. Gambaran Umum Informan	38
C. Hasil Penelitian	41
D. Pembahasan	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
A. Simpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Struktur organisasi dinas komunikasi dan informatika	37
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Identitas Informan 38



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Warung internet merupakan salah satu tempat usaha yang menawarkan layanan jasa bagi konsumen yang ingin menggunakan fasilitas koneksi internet. Layanan utama yang ditawarkan kepada konsumen memang fasilitas koneksi internet, namun selain itu warung internet juga menawarkan fasilitas-fasilitas lain yang mendukung ataupun membuat konsumen merasa nyaman saat sedang melakukan koneksi internet di warung internet. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain adalah *print, scan, burn CD*, penjualan makanan dan minuman, *air conditioner, smoking area* (ruangan bebas merokok), serta memutar musik melalui *sound system* yang terdapat di warung internet. Warung internet memberikan fasilitas yang berbeda-beda dan memberikan kebijakan tarif yang berbeda pula untuk setiap fasilitas yang diberikan.

Secara nasional, maraknya perkembangan internet di Indonesia dimulai sekitar tahun 1994, diawali dengan dibukanya Internet *Service Provider* (ISP) pertama di Indonesia oleh PT. Indo Internet (IndoNet) di Jakarta, sejalan dengan itu bisnis internet mulai dikenal oleh masyarakat. Rentangwaktu sampai tahun 2000-an sebagian besar masyarakat umum belum mendapatkan informasi yang cukup, hanya terbatas mereka darikalangan pebisnis dan intelektual tertentu yang sering memanfaatkan jaringan internet. Internet memasuki dunia pendidikan di daerah perkotaan, dan diikuti institusi pemerintahan dan masyarakat umum. Jaringan internet telah menembus semua lapisan sosial dan budaya masyarakat dunia tanpa batas geografis, jarak dan waktu.

Internet pada sisi lain telah mendorong berkembangnya sektor industri, pendidikan, sektor swasta atau pribadi, dan misi sosial budaya lainnya, sehingga dipersepsikan telah terjadinya perubahan sosial dan budaya di masyarakat. Berdasarkan perubahan sosial ini, tidaklah mengherankan bahwa pemasaran layanan internet telah melangkah maju dengan produk-produk yang dirancang untuk memenuhi peningkatan kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi sosial. Lebih jauh, Layanan internet telah menjadi tempat baru yang utama untuk hubungan sosial dengan inovasi seperti; blog, *listservs*, situs kencan, jaringan *multiplayer* permainan video, dan situs jaringan sosial.

Menurut Prihatna (2005: 7), internet pada dasarnya merupakan sebuah media yang digunakan untuk mengefesiesikan sebuah proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi, seperti Web, VoIP, E-mail. Menurut Allan (2005: 12), menjelaskan bahwa internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain secara fisik dan juga memiliki kemampuan untuk membaca dan menguraikan berbagai protokol komunikasi tertentu yang sering kita kenal dengan istilah Internet *Protocol* (IP) serta *Transmission Control Protocol* (TCP).

Arbani Harahap S.Sos, MM selaku ketua pembinaan pengusaha warung internet dan Kepala Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet yang memimpin jalannya razia rutin sebagai upaya penertiban warung internet yang masih melanggar Peraturan Walikota (PERWAL) nomor 28 tahun 2011 tentang Perizinan Usaha Warung Internet. Pengusaha warung internet wajib memiliki izin, beroperasi sejak pukul 06.00 WIB hingga pukul 24.00 WIB pada hari biasa, dan sampai pukul 02.00 WIB pada hari libur, harus memblokir situs porno,

ketentuan bilik tingginya tidak lebih dari 150 cm, serta pada siang hari pemilik warung internet tidak diizinkan untuk anak sekolah yang masih berseragam sekolah masuk dan bermain di warung internet, Pengusaha warung harus memiliki surat izin, jika pengusaha warnet sudah melanggar aturan tersebut maka izin usahanya akan dicabut oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Dinas Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Dinas Pendidikan, Satuan Polisi Pamong Peraja, TNI dan Polisi ikut merazia tempat pengusaha warung internet tersebut. Razia yang biasa dilakukan pada siang hari dan malam hari untuk melihat apakah pengusaha-pengusaha warung internet mematuhi peraturan atau tidak, Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan razia rutin selama 3 bulan sekali untuk melihat apakah pengusaha warung internet itu sudah mengikuti peraturan Walikota (perwal) nomor 28 tahun 2011 tentang perizinan usaha warung internet.

Beberapa pengusaha warung internet yang belum mengurus surat izin membuka usaha warung internet padahal mereka tahu mengurus surat izin usaha itu digratiskan oleh Walikota Medan. Pengusaha sudah mengurus surat izin tapi tidak mematuhi peraturan yang sudah diberikan Dinas Komunikasi dan Informatika kepada pengusaha warung internet tersebut. Pengusaha warnet yang memperbolehkan anak sekolah yang memakai baju seragam bermain di warung internet pada jam sekolah, pengusaha warung internet membuat tempat untuk berpacaran, dan pengusaha warung internet sengaja memasukkan situs pornografi kedalam komputer, pengusaha warung internet mengizinkan anak-anak main *games* sampai larut malam. Hal ini menjadi salah satu yang menyebabkan hancurnya masa depan anak zaman sekarang yang bebas akan peraturan, dan tidak

memperdulikan hal-hal yang dilarang oleh orang tua mereka, kebanyakan orang tua resah terhadap warung internet ini dikarenakan mereka tidak bisa leluasa memantau apa yang dilakukan oleh anak mereka di warung internet tersebut.

Setelah diadakan razia pengusaha warung internet, diberi pembinaan tahap kedua yaitu dengan mengadakan sosialisasi kepada pengusaha warung internet yang terjangkau razia maupun yang tidak terjangkau razia, sosialisasi ini bertema internet sehat dan aman agar pengusaha warung internet menjalankan usaha warung internet dengan benar dan aman. Sosialisasi yang diadakan Dinas Komunikasi dan Informatika hanya untuk mengingatkan kembali pengusaha warung internet untuk tidak melanggar Peraturan Walikota 28 tahun 2011.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan kepada proses sosialisasi, pemantauan kelokasi warung internet, tindakan razia dan pembinaan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui

1. Bagaimana proses sosialisasi peraturan pengelola warung internet oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?
2. Bagaimana proses pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika terhadap pengusaha warung internet?

3. Bagaimana tanggapan pengusaha warung internet terhadap proses sosialisasi dan proses pembinaan pasca razia?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana proses sosialisasi peraturan pengelola warung internet oleh Dinas Komunikasi dan Informatika
2. Bagaimana proses pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika terhadap pengusaha warung internet
3. Bagaimana tanggapan pengusaha warung internet terhadap proses sosialisasi dan proses pembinaan pasca razia

E. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan kajian ilmu komunikasi mengenai komunikasi organisasi. Pemahaman tepat mengenai komunikasi organisasi akan mengefektifkan komunikasi yang dilakukan, serta menjadi sumber bacaan tentang studi kasus sosialisasi komunikasi organisasi dalam memberikan arahan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika untuk pengusaha-pengusaha warung internet tersebut.

2. Secara praktis

Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dalam melakukan upaya sosialisasi dan pembinaan pengusaha warung internet.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Proses Sosialisasi dan Pembinaan Pengusaha Warung Internet

1. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebutkan sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*roletheory*). Proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu.

Dinas Komunikasi dan Informatika mengadakan sosialisasi kepada seluruh pengusaha yang ada di kota Medan setahun sekali, tapi untuk tahun ini akan dilakukan sosialisasi sebanyak 21 kali di setiap kecamatan yang akan dibuka oleh kepala Dinas Komunikasi dan informatika dan sebagai komunikator adalah Kabid Pengendalian Telekomunikasi dan Internet yaitu Arbani Harahap S.Sos, MM dan beserta seluruh staf dari Dinas Komunikasi dan Informasi yang bersangkutan. Sosialisasi Ketua Kabid Pengendalian Telekomunikasi dan Internet akan menyampaikan sebuah tema yang berjudul internet sehat bagaimana cara menjadi pengusaha yang baik dan mengikuti semua aturan yang berlaku. Bukan hanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika saja yang menyampaikan pesan-pesan yang bermanfaat buat pengusaha warung internet, dari pihak ke polisi, satuan satpol pp dan TNI juga memberikan pesan-pesan yang harus di ikuti oleh pengusaha warung internet tersebut.

Sosialisasi di adakan agar pengusaha warung internet mengikuti dan menaati peraturan walikota nomor 28 tahun 2011, yang tidak boleh membuka

situs porno karna itu tidak pantas apa lagi untuk anak dibawah umur dan mengizinkan anak sekolah bermain warnet di jam sekolah, membuat bilik lebih tinggi dari 150 cm, dan membuka usaha di hari biasa lewat dari jam yang di tentukan peraturan walikota nomor 28 tahun 2011.

2. Pengertian Pembinaan

Pembinaan merupakan totalitas kegiatan yang meliputi perencanaan, pengaturan dan penggunaan pegawai sehingga menjadi pegawai yang mampu mengemban tugas menurut bidangnya masing-masing, supaya dapat mencapai presentasi kerja yang efektif dan efisien. Pembinaan juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan, proses, hasil atau perntaan lebih baik.

Pembinaan adalah bantuan dari seseorang atau sekelompok orang yang ditujukan kepada orang atau sekelompok, orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan. “Segala sesuatu tindakan yang berhubungan langsung dengan perencanaan, penyusunan, pembangunan, pengembangan, pengarahan, penggunaan serta pengendalian segala sesuatu secara berdaya guna dan berhasil guna” (Musaneff, 1991:11).

Menurut Mathis (2002 : 112), pembinaan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi.

Menurut Ivancevich (2008:46), mendefinisikan pembinaan sebagai usaha untuk meningkatkan kinerja pegawai dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain yang akan dijabatnya segera.

Selanjutnya sehubungan dengan definisi tersebut, Ivancevich mengemukakan sejumlah butir penting yaitu, pembinaan adalah sebuah proses sistematis untuk mengubah perilaku kerja seorang/sekelompok pegawai dalam usaha meningkatkan kinerja organisasi. Pembinaan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang sekarang dilakukan. Pembinaan berorientasi ke masa sekarang dan membantu pegawai untuk menguasai keterampilan dan kemampuan (kompetensi) yang spesifik untuk berhasil dalam pekerjaannya.

Dinas Komunikasi dan Informatika mengadakan perencanaan sebelum mengadakan pembinaan terhadap pengusaha warung internet. Perencanaan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika tahun ini berupa pembinaan yang diadakan diperkecamatan tiap bulannya, agar pembinaan berjalan dengan efektif tidak seperti tahun lalu pembinaanya hanya mengumpulkan pengusaha warung internet di hotel kanaya.

Saat melakukan razia Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan apel pagi untuk memulai razia, saat berada di lapangan Tim yang sudah di kerahkan akan memberikan pertanyaan sesuai prosedur yang telah berlaku, seperti menanyakan surat rekomendasi, situs porno, dan menerima anak sekolah.

Setelah melakukan razia Dinas Komunikasi dan Informatika Memberikan arahan kepada pengusaha yang melanggar peraturan Walikota 28 tahun 2011 dengan memberikan undangan untuk mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika.

Dinas Komunikasi dan Informatika telah melakukann sosialisasi, setelah sosialisasi diadakan, tim Dinas Komunikasi dan Informatika, Polisi, Satpol PP, dan

TNI menjalankan razia secara dadakan. razia ini diadakan untuk memantau pengusaha-pengusaha warung internet yang tidak mengikuti peraturan yang telah di sampaikan oleh dinas komunikasi dan informatika. Pembinaan dilakukan ditempat pengusaha warung internet yang terjaring razia oprasi, pembinaannya hanya sebagai teguran kecil kepada pengusaha warung internet, beberapa hari kemudian dinas komunikasi akan datang lagi untuk mengecek apakah pengusaha warung internet sudah mengikuti peraturan atau tidak, jika tidak Dinas Komunikasi dan Informatika akan memberi teguran untuk kedua kalinya, jika sampai pengusaha warung internet mendapatkan teguran yang ketiga kali maka surat izin pengusaha akan dicabut dan dinas komunikasi dan informatika akan memberikan kuasa kepada satpol pp untuk menutup tempat usaha warung internet tersebut. Pengusaha bisa membuat surat izin lagi tetapi tidak boleh dengan nama warnet yang lama (pernah di ambil surat izinnya) dan harus mematuhi peraturan walikota 28 tahun 2011 tentang Perizinan Usaha Warung Internet dan tidak akan melanggarkannya.

Terdapat Dua proses pembinaan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika

1. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebutkan sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*role theory*). Proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu. Dinas Komunikasi dan Informatika mengadakan sosialisasi kepada seluruh pengusaha warung internet yang di kota Medan setahun

sekali, tapi untuk tahun ini akan dilakukan sosialisasi sebanyak 21 kali di setiap kecamatan yang akan dibuka oleh kepala Dinas Komunikasi dan Informatika dan sebagai komunikator adalah Kabid Pengendalian Telekomunikasi dan Internet yaitu Arbani Harahap S.Sos, MM dan beserta seluruh staf dari Dinas Komunikasi dan Informasi yang bersangkutan. Sosialisasi Kabid Pengendalian Telekomunikasi dan Internet selaku ketua tim sosialisasi akan menyampaikan sebuah tema yang berjudul internet sehat bagaimana cara menjadi pengusaha yang baik dan mengikuti semua aturan yang berlaku. Tim sosialisasi bukan hanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika saja yang menyampaikan pesan-pesan yang bermanfaat buat pengusaha warung internet, tetapi juga dari pihak ke Polisi, satuan Satpol PP dan TNI juga memberikan pesan-pesan yang harus di ikuti oleh pengusaha warung internet tersebut.

Sosialisasi di adakan agar pengusaha warung internet mengikuti dan menaati Peraturan Walikota nomor 28 tahun 2011, yang tidak boleh membuka situs porno karna itu tidak pantas apa lagi untuk anak dibawah umur dan mengizinkan anak sekolah bermain warnet di jam sekolah, membuat bilik lebih tinggi dari 150 cm, dan membuka usaha di hari biasa lewat dari jam yang di tentukan peraturan walikota nomor 28 tahun 2011.

2. Razia

Razia adalah pemeriksaan serentak (surat-surat oprasional usaha) pada pengusaha warung internet. Adapun ketika melakukan razia Dinas Komunikasi dan Informatika Menindak pengusaha yang tidak memiliki surat izin usaha, memberi izin anak sekolah berain warung internet disaat jam sekolah berlangsung dan memiliki dinding pembatas lebih dari yang ditentukan, dan membuka usaha

melebihi jadwal yang tertera di peraturan Walikota Medan nomor 28 tahun 2011.

Sebelum bergerak menuju lokasi, Tim terpadu yang terdiri dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan, terlebih dahulu menggelar apel di halaman depan Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Medan. Apel dipimpin langsung oleh Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan Zain Noval S.STP,M.AP.

B. Tinjauan Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang komunikator, haruslah disampaikan dengan komunikasi yang baik sebab komunikasi yang baik akan membuat komunikan mengerti dengan informan yang disampaikan.

Menurut Suprpto (2011: 5) secara garis besar untuk melakukan sebuah proses komunikasi haruslah memenuhi unsur-unsur agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator dan komunikan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian atau pengiriman pesan yang dilakukan oleh seorang komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) dengan bertukar pikiran dan saling mengerti.

2. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah suatu pesan yang disampaikan dari satu organisasi kepada organisasi lainnya untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi

organisasi tidak hanya sekedar aktivitas yang dilakukan oleh anggota organisasi, tetapi komunikasi organisasi sebagai landasan untuk mengembangkan komunikasi dan tugas-tugas yang dilakukan oleh anggota organisasi serta lebih berorientasi pada manusia dalam organisasi. Landasan mengembangkan komunikasi itu bagaimana interaksi anggota organisasi untuk tetap bertahan dan menjalankan roda pengorganisasian dalam suatu organisasi. Morgan (2009 :247-248) dengan pendekatan *mechanistic* menemukan teori manajemen klasik bahwa Komunikasi organisasi tidak hanya sekedar aktivitas yang dilakukan oleh anggota organisasi, tetapi komunikasi organisasi sebagai landasan untuk mengembangkan komunikasi dan tugas-tugas yang dilakukan oleh anggota organisasi serta lebih berorientasi pada manusia dalam organisasi.

Landasan mengembangkan komunikasi itu bagaimana interaksi anggota organisasi untuk tetap bertahan dan menjalankan roda pengorganisasian dalam suatu organisasi. Morgan lihat bahwa organisasi itu dibawah satu komando artinya bahwa seorang pegawai harus menerima perintah dari atasan, kemudian adanya skalar rantai bahwa garis kewenangan dari atasan ke bawahan yaitu berjalannya arah organisasi dari atas ke bawah, rantai inilah yang digunakan sebagai saluran komunikasi dalam memberikan perintah dan pengambilan keputusan, adanya wewenang dan tanggungjawab maksudnya ada perhatian yang diberikan kepada yang berhak memberi perintah dan peraturan. Keseimbangan yang tepat antara wewenang dan tanggungjawab harus dicapai, adanya kesiapan artinya bawah ketaatan, perilaku, energi, aplikasi dan peraturan menjadi kesepakatan anggota organisasi. Kemudian yang terakhir adanya subordinasi

dalam hal kepentingan individu dengan kepentingan umum secara tegas artinya adanya penjanjian yang adil dan pengawasan secara berlanjut.

Teori yang digunakan untuk mendukung komunikasi organisasi ada 2 yakni:

a. Teori *public relations*

Teori ini menyatakan bahwa teori publik relation adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Upaya ini dilakukan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik serta saling pengertian diantar organisasi dan khalayaknya. Teori ini di kemukakan oleh jefkins.

b. Teori kewenangan

Toeri kewenangan dengan meyampaikan tiga macam kewenangan yaitu, atribut, delegasi, dan mandat. Atribut adalah pemberian kewenangan oleh pembuat undang-undang kepada suatu organisasi pemerintahan, baik yang lama ataupun yang baru. Delegasi merupakan penyerahan wewenang yang dimiliki oleh organisasi pemerintahan kepada organisasi yang lain. Sedangkan mandat merupakan suatu pelimpahan wewenang kepada bawahan dari atasan. Teori ini di kemukakan oleh indroharto.

3. Karakteristik organisasi

Organisasi juga mempunyai karakteristik. Berelson dan steiner (1964) membagi karakteristik organisasi menjadi 4,

- a. Formalitas. Tipikal dari organisasi ini adalah memiliki seperangkat yaitu tujuan, kebijakan, prosedur, dan regulasi yang tertulis
- b. Hierarkh, yakni menggambarkan kerja organisasi yang seluruh peranannya dirumuskan dalam struktur piramida.
- c. Impersonalitas, yakni penggambaran pola-pola komunikasi yang berbasis pada relaksi kerja, atau relasi yang tidak berbasis pada hubungan-hubungan personal
- d. Jangka panjang, yakni menggambarkan kerja organisasi yang selalu dibentuk untuk menjalankan suatu tugas jangka panjang

4. Efektivitas Komunikasi Organisasi

Efektivitas komunikasi merupakan tingkat kemampuan pesan atau informasi dalam organisasi dalam mencari sumber untuk mempengaruhi dan memanfaatkan secara efisien menuju tujuan yang sudah ditentukan. Menurut Koeswara (2001:55-56), efektivitas komunikasi organisasi bahwa terdapat dua aspek penting yang mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi yang pertama masalah proses pengelolaan informasi dalam organisasi yaitu menyangkut masalah pemaknaan pesan atau informasi dan jumlah informasi, yang kedua mengenai gaya komunikasi organisasi. Koeswara juga menjelaskan bahwa struktur organisasi dipandang sebagai suatu jaringan tempat mengalirnya informasi. Isi komunikasi informasi akan terdiri pada :

- a. informasi yang berisi instruksi, perintah untuk dikerjakan, maupun tidak dikerjakan selalau dikomunikasikan ke bawah melalui rantai komando dari seseorang kepada orang lain yang berada dibawah hirarki langsung
- b. Informan yang berisi laporan, pernyataan, permohonan, selalu dikomunikasikan ke atas melalui rantai komando dan seseorang kepada atasan langsung.

Kedua bentuk informasi tersebut lebih pada hubungan vertikal antara atasan bawahan dan bawahan ke atas dalam hubungan kerja. Dimensi lain yaitu horizontal yaitu bagaimana mengalirnya informasi di antara anggota organisasi yang setingkat. Sementara itu pengertian komunikasi merupakan sebagai alat utama penghubung pimpinan dengan pegawainya atau anggota organisasi dalam bentuk pesan atau informasi dengan cara penyampaian gagasan, fakta, pikiran, perasaan dan nilai untuk dapat mempengaruhi, memotivasi, mengkoordinasi yang

bersifat kooperatif, dikembangkan, dan dipertahankan untuk memajukan struktur dan stabilitas organisasi.

Efisien dalam hubungan pimpinan dengan pegawainya atau anggota organisasi yang bersifat kooperatif, dikembangkan, dan dipertahankan untuk memajukan struktur dan stabilitas organisasi menuju tujuan yang sudah ditentukan. Demikian efektivitas itu merupakan tingkat kemampuan pesan dalam organisasi dalam mencari sumber untuk mempengaruhi dan memanfaatkan secara efisien menuju tujuan yang sudah ditentukan.

5. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi sangat diperlukan demi merealisasikan tujuan bersama baik tujuan organisasi dan tujuan anggota organisasi tersebut. Komunikasi yang efektif akan mengurangi kesalahan pengertian pesan yang disampaikan komunikator sehingga pelaksanaan kegiatan organisasi yang direncanakan dapat tercapai. Untuk kelancaran dalam mendukung efektivitas komunikasi organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya (Gomes, 2003: 78), yaitu:

- a. Sistem komunikasi harus sesuai dengan objek –objek organisasi.
- b. Pesan yang dikomunikasikan harus lengkap, jelas, bisa diterangkan dan ringkas.
- c. Bahasa komunikasi dan materi yang diungkapkan harus efektif.
- d. Citra komunikasi harus efektif, dengan perasaan, sopan dan manusiawi.
- e. Pesan komunikasi harus dengan jelas mengemukakan kepada bawahan apa yang harus mereka lakukan.
- f. Jelas dalam mengemukakan jika penerima pesan memerlukan penjelasan lebih lanjut.
- g. Pesan yang disampaikan tidak boleh menyinggung perasaan penerima pesan itu.
- h. Pesan instruksi harus praktis, sehingga mudah dilaksanakan oleh bawahan.
- i. Bila memungkinkan sistem komunikasi harus sejauh mungkin informal.
- j. Harus dilaksanakan dengan dua arah

k. Sistem yang digunakan haruslah sistem yang cocok atau tepat.

C. Pengusaha Warung Internet

1. Sejarah Warung Internet

Warung Internet adalah sebuah kata yang berkembang di antara para aktivis Internet Indonesia pada tahun 1997-1998 untuk sebuah kios yang memiliki banyak komputer untuk di sewakan bagi pengakses Internet. Secara tidak sadar terjadi perebutan singkatan dari Warung Internet antara WARIN dan WARNET. Konsisten dengan proses menyingkat kata, seperti WARTEG (Warung Tegal) dan WARTEL (Warung Telekomunikasi), maka yang seharusnya di pilih adalah WARIN.

Di Indonesia warung internet pada awalnya didirikan di Bogor oleh Michael Sunggiardi pada 1996. Awal keterlibatan Michael Sunggiardi dimulai tahun 1994, ketika *fund manager* AT&T, sebuah perusahaan komputer yang berbasis di New York datang ke Indonesia untuk melihat perkembangan pemasaran produknya. Ketika itu ia mengusulkan untuk membuka jaringan internet di Indonesia. Pada 1 Juli 1995 mulai dibuka ISP BoNet, dan pada awal 1996 dibuka BoNet Cafe, warung internet pertama di Bogor, sekaligus pertama di Indonesia. Perkembangannya juga dilakukan pengenalan internet ke masyarakat, melalui seminar dan workshop internet dari kota ke kota. Kegiatan tersebut berhasil menarik perhatian dan minat masyarakat. Tanggal 25 Mei 2000 merupakan hari bersejarah bagi penggiat warung internet, karena telah lahir sosialisasi Warung internet Indonesia, yang pada awalnya bermotif kerjasama pengusaha warung internet dengan Sekolah Menengah Kejurusan. Sosialisasi Warung internet Indonesia kemudian diresmikan dengan akronim AWARI. Perkembangannya saat

ini pembangunan warung internet masih marak dan semakin banyak tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Medan.

a. Fungsi dan Manfaat Warung Internet

Fungsi dan manfaat didirikannya warung internet itu sendiri adalah untuk membantu para pengguna untuk memenuhi kebutuhannya akan internet apabila pengguna tersebut tidak memiliki koneksi internet dirumahnya. Warung internet itu sendiri sering dijadikan sebagai tempat atau ajang lomba asah kreativitas kita di dalam bidang teknologi informasi, seperti pengadaan lomba permainan online yang berhubungan dengan ketangkasan anak dalam memainkan sebuah permainan, lomba esai tentang dunia internet masa kini, dan lomba-lomba lainnya.

Warung internet sendiri tidak terlepas dari berbagai masalah seperti:

1. Pornografi. Banyak negara memandang internet adalah salah satu media pornografi yang dapat diakses oleh pengguna. RRC contohnya telah mengontrol hal ini dengan ketat dan dianggap efektif. Hal ini dikarenakan medianya yang visual dan kemudahan untuk mengunduh berkas seperti film yang mengandung fotografi dalam bentuk AVI (terbesar) hingga 3gp untuk kapasitas telepon genggam.
2. Pengunduhan program-program komputer ilegal atau program-program komputer yang sudah di kodenya sudah dipecahkan ulang, atau dikenal juga sebagai *Cracker APP/WAREZ*.
3. Penyebaran virus dan worm. Virus/worm ini menyebar melalui situs, dokumen yang di unduh dari surat-e, flashdisk, dan lain sebagainya.
4. Perjudian dalam jaringan.

5. HAKI dalam penggunaan perangkat lunak oleh warung internet tersebut. Namun beberapa warung internet juga sudah menggunakan perangkat lunak sah baik dengan membeli izin *proprietary* maupun menggunakan perangkat lunak bersumber bebas (*Open Source*) seperti Linux. *Software* Linux yang populer di warung internet seperti *Ubuntu, IGOS, SimplyMepis, Suse* dan lain-lain.
6. Kejahatan melalui jaringan seperti penipuan, scam, penyedia layanan game online seperti *Real-Money trans, botting, cheat* hingga manipulasi karakter.

b. Aplikasi Warung Internet

Ada beberapa aplikasi warung internet yang bertujuan mencatat siapa yang masuk dan berapa lama dia memakai komputer.

1. Manual adalah cara aplikasi yang paling sederhana dan tradisional yang digunakan penjaga warung internet mencatat penggunaan internet menggunakan kertas. Salah satu kekurangannya adalah penjaga warung internet yang memutuskan apakah konsumen harus membayar lebih atau tidak. Karena beberapa masalah seperti konsumen gagal memakai komputer, tetapi tagihan bayaran tetap jalan.
2. Aplikasi berbasis jaringan adalah aplikasi otomatis dalam jaringan yang perhitungan dilakukan saat pengguna memasukkan identitas. Aplikasi ini lebih memudahkan penjaga karena terdapat fungsi-fungsi lainnya selain mencatat waktu seperti memberi diskon atau mengendalikan komputer dari jarak jauh.

c. Pasar Warung Internet

Pada umumnya, warung internet di buka di lahan yang dekat dengan tempat pendidikan, seperti sekolah, tempat les, atau kampus. Sehingga, penggunaanya pun

tak jauh dari siswa/siswi, mahasiswa, guru, atau dosen yang secara kebetulan atau tidak membutuhkan jasa internet. Perkembangan teknologi telah merambah ke seluruh penjuru, warung internet pun merambah ke seluruh pelosok pemukiman, dan tempat-tempat yang sebelumnya tidak diperkirakan dapat dijadikan sebagai lahan untuk membuka usaha warung internet. Pengguna warung internet menjadi semakin luas, mulai dari anak-anak sampai orang tua. Kebutuhan internet yang semakin naik dari yang tadinya kebutuhan senggang menjadi kebutuhan yang memang harus dipenuhi untuk mendapatkan informasi yang lebih cepat, akurat dan terkini atau teraktual. Menu pilihan yang dapat dipilih oleh anda, keluarga anda, kerabat atau sanak famili anda. Berita tentang kehidupan, teknologi, ekonomi, sosial, politik, tips-tips menarik, jaringan sosial, sampai permainan yang dapat membunuh rasa bosan anda dapat anda nikmati melalui dunia internet.

2. Perkembangan Usaha Warung Internet di Kota Medan

Perkembangan warung internet di kota medan sudah sangat pesat, dimana-mana sudah bisa dijumpai warung internet, persaingan demi persaingan dilakukan oleh pengusaha warung internet untuk menarik konsumen, Ada yang membuat paket perjam, ada yang membuat tempatnya bisa main games online, Print, biaya murah bayaranya perjam. Perkembangan warung internet telah merambah semua lapisan sosial dan budaya masyarakat, yang menjadikan dunia tanpa batas, sehingga dipersepsikan telah mendorong globalisasi perubahan sosial dan budaya masyarakat. Keberadaan warung internet adalah gambaran kehidupan virtual dengan dua realitas paralel. Warung internet merupakan bagian dari budaya massa (*mass culture*), diidentikkan dengan budaya populer (*populer culture*) dan hiburan massa (*mass entertainment*).

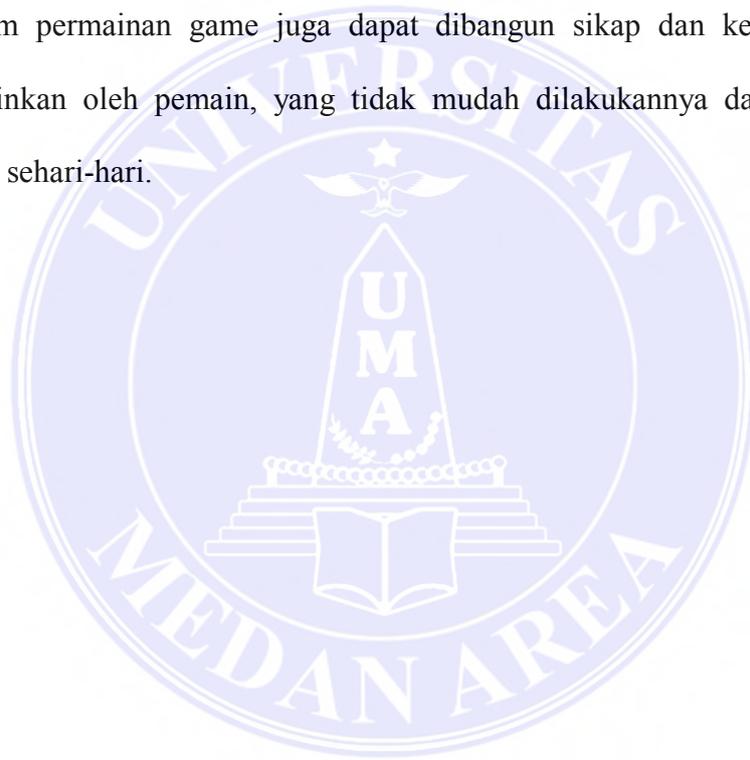
3. Implikasi Keberadaan Warung Internet di Kota Medan

Warung internet telah menjadi gerbang dunia virtual bagi remaja di Kota Medan, yang membius kesadaran sehari-hari remaja, mengalihkan perhatiannya dari yang seharusnya belajar demi membangun cita-cita dan masa depannya, untuk akhirnya dihabiskan berjam-jam di warung internet. Tulisan dan informasi dapat disimpulkan bahwa anak remaja cenderung menggunakan internet hanya untuk bermain game. Dikatakan Wood, Chaplin, dan Salomo (2009) bahwa evolusi masyarakat virtual yang lebih tajam adalah ketika kita melihat proliferasi situs pemuda berorientasi seperti *Webkinz*, *Whyville*, dan *Habbo Hotel*. Sehubungan dengan itu, pada bagian ini akan dianalisis implikasi keberadaan warnet dalam kaitannya dengan keterlibatan remaja sebagai konsumennya di Kota Medan. Tentu keberadaan warung internet sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi dan *cyberspace* mempunyai dua sisi pertimbangan dan pemahaman. Pastilah ada sisi positif-konstruktif dan ada sisi negatif-destruktifnya yang bisa kita analisis, yang keduanya mengandung konsekwensi perkembangan dan perubahan sosial.

Berdasarkan hasil penelitian para Ahli, dinyatakan ada beberapa keuntungan positif yang bisa diperoleh dari keberadaan warung internet, yang tentunya bisa kita aplikasikan dalam pemahaman warnet di Kota Medan:

1. Keuntungan pertama didasarkan pada alasan psikologis untuk memperoleh hiburan dan *refreshing*.
2. Warung internet yang banyak menyediakan fasilitas permainan online bisa menjadi wahana kreativitas bagi remaja.

3. Bagi seorang petualang atau yang menyukai adegan berbahaya, yang tidak mudah dilakukan di dunia nyata, tentunya di dunia virtual *second life* bisa dilakukan dengan keamanan dan keselamatan yang tidak perlu diragukan.
4. Berintegrasi di dunia virtual dapat membangun hubungan sosial baru dalam keakraban dan solidaritas yang tinggi dengan sesama pemain dari berbagai belahan dunia. Beberapa peneliti percaya bahwa game online, terutama dalam lingkungan intensif, menghasilkan hubungan sosial.
5. Dalam permainan game juga dapat dibangun sikap dan kepribadian yang diinginkan oleh pemain, yang tidak mudah dilakukannya dalam kehidupan nyata sehari-hari.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode

Untuk mengetahui bagaimana komunikasi kelompok yang efektif yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membina pengusaha warung internet, sesuai dengan rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian maka penelitian yang berjudul Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Pembinaan Pengusaha Warung Internet ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nawawi (1995: 63), Metode deskriptif dapat diartikan

sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukis keadaan subjek/objek penelitian, baik itu seseorang, lembaga, masyarakat, dan yang lainnya pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagainya. Ciri-ciri pokok metode Deskriptif adalah:

1. Memutuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada peneliti, dilakukan saat sekarang atau ada dalam masalah-masalah yang bersifat aktual.
2. Menggunakan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Arikunto (2008: 15), deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya terhadap penelitian pada suatu saat tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu variabel atau tema, gejala atau keadaan yang ada yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2014:1), Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen, dimana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data,

analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Kriyantono (2008:196), Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berfikir induktif, yaitu cara berfikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris), menuju hal-hal yang umum (tataran konsep). Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, penelitian ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditentukan di lapangan dan membuat laporan penelitian secara detail. Penelitian deskriptif kualitatif peneliti berharap mendapatkan data lengkap, lebih mendalam, lebih bermakna, bermanfaat dan memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tercapai.

B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Menurut Iofland (dalam Moleong 2014: 112), sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan. Selengkapnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penelitian memperoleh sumber data melalui Kepala Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet, kepala

Saksi Pengendalian Telekomunikasi dan Internet, Staf Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet dan pengusaha warung internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama. Maka dari itu, untuk mendapatkan informasi sedalam mungkin, terhadap dua (2) data yang menjadi fokus, yaitu data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung.

1. Wawancara

Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada para informan peneliti (Kepala Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet, Kepala Saksi Pengendalian Telekomunikasi dan Internet dan Staf Pengendalian Telekomunikasi dan Internet) dan responden penelitian (pengusaha warung internet). Ada pun tujuan wawancara ini ialah untuk mendapatkan data informasi mengenai peranan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dalam pembinaan pengusaha warung internet di kecamatan Medan Denai.

Wawancara yang peneliti lakukan langsung menjumpai narasumber untuk diwawancara supaya terjadinya Komunikasi yang baik tetapi ada beberapa pengusaha yang tidak bisa ditemui dan hanya melalui via telepon untuk menanyakan sosialisasi dan pembinaan yang di berikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatikan.

2. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti pengambilan data dengan menggunakan

metode observasi terbuka yaitu observasi terbuka, pada posisi ini kehadiran peneliti dalam menjalankan tugasnya ditengah-tengah kegiatan responden diketahui secara terbuka, sehingga antara responden dengan peneliti terjadi hubungan atau interaksi secara wajar.

Dalam melakukan observasi peneliti langsung turun kelapangan untuk melihat bagaimana cara kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dalam melaksanakan sosialisasi dan pembinaan kepada pengusaha warung internet kepada pengusaha warung internet. Saat melakukan sosialisasi Dinas Komunikasi dan Informatika sudah menyediakan bahan-bahan yang harus di sampaikan kepada pengusaha warung internet untuk disampaikan, tak hanya dari pihak Dinas Komunikasi dan Informatika tetapi pihak kepolisian, Dinas Pendidikan, dan Satpol PP. Beda lagi dengan pembinaan yang diberikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika kepada pengusaha, Pihak Dinas Komunikasi dan Informatika akan melakukan rajia dengan diam-diam tanpa pemberitahuna kepada pengusaha warung internet.

3. Informan penelitian

Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya diperoleh informasi yang jelas, akurat dan terpercaya. Menurut Meleong (2002: 97) ada dua informan dalam penelitian ini:

- a. Informan kunci : orang yang sangat memahami permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menentukan Arbani Harapap S.Sos, MM selaku Kepala Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet.

b. Informan non kunci : orang yang dianggap tahu permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menentukan Gloria Sagita Gultom selaku Kepala Saksi Pengendalian Telekomunikasi dan Internet dan Bonny Pieter selaku Staf Pengendalian Telekomunikasi dan Internet dan Ahmad Safwan dan Arif Fadillah selaku pengusaha warung internet.

4. Kriteria Informan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sumber data dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Informan dalam penelitian ini adalah ketua tim sosialisasi, jabatannya di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan Kepala Bidang Pengendalian Telekomunikasi dan Internet yaitu Arbani Harahap S.Sos, MM dan pengusaha warung internet dan konsumen.

3. Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumen

“Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademi” (Sugiyono, 2014: 82). Dokumen adalah teknik terakhir dalam pengumpulan data sekunder yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan penelitian, seperti *company profile*, buku-buku, catatan harian, peraturan dan foto-foto yang berkaitan dengan komunikasi kelompok dan Dinas Komunikasi dan Informatika.

C. Instrumen Penelitian

Sugiyono (2014: 59) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Itu artinya peneliti disini

harus memahami tentang metode penelitian kualitatif, menguasai teori dan menambah wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan. Segi observasi meliputi catatan buku harian, lembar pengamatan, dan panduan pengamatan. Segi wawancara instrumen penelitian meliputi buku catatan, HP. Segi dokumentasi berupa foto, HP dan laptop.

D. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul melalui teknik pengumpulan data di atas kemudian akan dianalisis melalui data. Penelitian kualitatif teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersama dengan pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2014: 89), analisis data adalah

proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan maupun orang lain

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang di berikan Miles dan Huberman (dalam Sugiyono,2014: 89) dilakukan secara interaktif melalui proses *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan).

1. Reduksi data (*dataReduction*)

“Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang terpenting, dicari tema dan polanya” (Sugiyono, 2014: 92). Data yang telah direduksi nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data

selanjutnya. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Mereduksi data setiap penelitian akan dihadapkan pada satu tujuan artinya penelitian yaitu temuan baru.

2. Pemisahan (Slicing)

Menurut Moleong (2014: 292), pemisahan adalah proses mengidentifikasi kaitan secara formal diantara kategori-kategori. Kemudian memisahkan beberapa aspek kategori seperti : bagaimana hal itu berbeda secara konseptual, bagaimana setiap data ada keterkaitan satu dengan yang lainnya, apakah hal itu berada pada satu tingkatan atau tingkatan yang lebih tinggi atau lebih rendah.

3. Penyajian data (*datadisplay*)

Penyajian data adalah suatu kegiatan yang menyusun sekumpulan informasi, yang diperoleh dari proses wawancara dan observasi serata studi keputusan yang dilakukan peneliti yang disajikan dalam bentuk rekaman, catatan-catatan dilapangan serta foto yang diperoleh dari lokasi penelitian.

4. Penarik kesimpulan dan verifikasi (*conclusiondrawing/ verificaton*)

Penarik kesimpulan merupakan salah satu teknik analisis kualitatif. Peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat.

E. Pengujian Kredibilitas Data

Dalam penelitian ini pengujian kredibilitas dilakukan dengan cara:

1. Perpanjangan pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti “penelitian kembali lagi kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang

DAFTAR PUSTAKA

- Allan .2005. *Pengertian Internet dan asal usul dari kata internet*, surabaya: penerbit indah.
- Arikuntio, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka cipta
- Curtis, Dan B. Floyd, James J., Winsor, Jerry L. 2005. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Gomes, Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Ivancevich, jhon M. 2001. *Human Resource Managemen* Edisi; 8 th, Boston: McGraw -Hill
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Partisi Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktisi Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, 1999. *Theories of Human Communication*, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP. YKPN.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musanef. 1991. *Manajemen Kepergawaian Di Indonesia*. Jakarta: CV haji Masagung.
- Mathis, jackson J. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salembah empat
- Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Suatu Pengantar Cetakan KetigaBelas*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: PT. Buku Seru.

Wiryanto. 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sumber Lain

<http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/apa-itu-internet-pengertian-internet.html#>

<http://www.investasiuntung.com/2016/07/rincian-modal-usaha-warnet.html>

<https://dosenit.com/jaringan-komputer/internet/pengertian-internet-menurut-ahli>





LAMPIRAN

Hasil Wawancara

Nama : Arbani Harahap S.Sos, MM

Tingkat Pendidikan : S-2

Usia : 48 Tahun

Jabatan : Kepala Bidang Kabit Pengendalian Telekomunikasi
dan Internet

a. Program sosialisasi

Pertanyaan :

1. Apa tujuan sosialisasi di adakan?

Jawaban

“ agar pengusaha warung internet mengikuti dan menaati perwal 28 tahun 2011, yang tidak boleh membuka situs porno karna itu tidak pantas apa lagi untuk anak dibawah umur dan mengizinkan anak sekolah bermain warnet di jam sekolah, membuat bilik lebih tinggi dari 150 cm, dan membuka usaha di hari biasa lewat dari jam yang di tentukan perwal 28 tahun 2011. Karna masih banyak pengusaha yang melanggar peraturan tersebut, dengan adanya sosialisasi ini pengusaha bisa menjalankan apa saja yang harus mereka harus mereka lakukan dan tidak lakukan.”

2. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika menyampaikan sosialisasi pada pengusaha warung internet tersebut?

Jawaban:

“Langkah pertama kami akan mengundang semua pengusaha warung internet perkecamatan dengan cara memberikan mereka undangan selebaran, dan kami sudah menyediakan narasumber dari kepolisian, TNI, satpol pp, dan dinas

komunikasi dan informatika untuk memberikan arahan kepada pengusaha warung internet, tema yang kami angkat adalah “INTERNET SEHAT” kami melakukan komunikasi 2 arah yaitu proses tanya jawab agar jika pengusaha memiliki kendala atau tidak setuju bisa kami beri pengertian dengan menjawab semua pertanyaannya, untuk tahun ini kami mengadakan sosialisasi perkecamatan biar lebih enak komunikasinya, sekali pertemuan gampang juga karna tidak terlalu banyak seperti tahun lalu”

3. Apa kendala dalam melakukan sosialisasi ini?

Jawaban

“Kendalanya cuma pada waktu dan surat izin pengeluaran dana dari atasan jika surat izin tersebut belum keluar kami tidak bisa melakukan sosialisasi kepada pengusaha warung internet. Dan yang paling penting sih pengusaha warung internetnya padahal mereka sudah di undang tapi masih saja ada yang tidak mau datang padahal uang kendaraan di berikan oleh dinas komunikasi dan informatika”

4. Menurut bapak sudah efektifkah sosialisasi ini?

Jawaban

“Belom efektif karena banyak pengusaha yang tidak mau menghadiri sosialisasi karna sangsi untuk tidak menghadiri undangan sosialisasi itu tidak ada mangkanya banyak pengusaha yang malas datang untuk menghadiri undangan dari kami dan masih banyak yang melanggar perwal tersebut, mangkanya sekarang kami persempit sosialisasinya perkecamatan biar sosialisasinya bisa efektif”

5. Bagaimana saran bapak/ibu agar sosialisasi internet sehat sesuai perwal (peraturan walikota) ini bisa lebih efektif lagi ke depannya ?

jawaban

“Dengan mempersempit sosialisasi tadi, di buat perkecamatan dan terpenting pengusaha warung internetnya mematuhi semua peraturan yang ada di perwal

tersebut. Kalau pengusahanya tersebut mengikuti peraturan dan menghadiri undangan dari kami semuanya pasti bisa lebih efektif lagi, intinya sih kerjasama pengusaha dan dinas komunikasi dan informatika”

b. Pembinaan

pertanyaan

1. Apa saja langkah-langkah dalam pemeriksaan yang dilakukan ketika merazia warung internet?

Jawaban

“ pertama kami akan langsung mendatangi pengusaha warung internet jika kedapatan melanggar perwal 28 tahun 2011 seperti ada anak sekolah yang memakai seragam bermain warung internet kami akan memanggil pemilik warung internet menanyakan ada surat rekomendasinya apa tidak terus kami kasi surat peringatan yang pertama untuk pemilik warung internet dan mengurus anak sekolah tadi seperti membawa dia ke sekolah dan menyerahkan kepada kepala sekolahnya dan di berikan bimbingan dari dinas pendidikan.”

2. Setelah pengusaha warung internet terjaring razia, apa yang akan dilakukan oleh dinas komunikasi dan informatika?

Jawaban

“kami akan memberikan surat peringatan yang pertama setelah itu dua minggu kemudia kami akan datang lagi ke warung internet tersebut dan melihat apakah dia masih melanggar apa tidak, kalau dia masih melanggar ya kami kasih surat peringatan kedua setelah surat peringgtatan yang kedua masih melakukan pelanggaran, kami akan mencabut surat izinya dan menyurati satpol pp kesana

untuk menutup warung internet tadi karna kami tidak memiliki hak untuk menutup warung internet tadi.

Nama : Gloria Sagita Gultom

Tingkat pendidikan : D-3

Usia : 50 Tahun

Jabatan : Kepala Seksi Kabit Pengendalian Telekomunikasi dan Internet

a. Program sosialisasi

Pertanyaan :

1. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika menyampaikan sosialisasi pada pengusaha warung internet tersebut?

Jawaban:

“kami akan mengundang semua pengusaha warung internet perkecamatan, dan kami sudah menyediakan narasumber dari kepolisian, satpol pp, dinas pendidikan, dan TNI untuk memberikan arahan kepada pengusaha warung internet, kami melakukan komunikasi 2 arah yaitu proses tanya jawab agar jika pengusaha memiliki kendala atau tidak setuju bisa kami beri pengertin dengan menjawab semua pertanyaannya”

2. Apa kendala dalam melakukan sosialisasi ini?

Jawaban

“ Kendalanya cuma pada waktu, mulai dari januari jadi karna ada anggaran, ada yang mau di rensi lagi anggarannya, jadi kendalanya cuma masalah waktu aja”

3. Menurut ibu sudah efektifkah sosialisai ini?

Jawaban

“efektif kali belum, tapi ada la usaha kami dalam melaksanakan sosialisasi ini supaya lebih efektif contohnya tahun ini kami akan mempersempit sosialisasi perkecamatan biar pengusahanya tidak terlalu banyak dan penyampaiyan arahan dapat di mengerti oleh pengusaha warung internet”

4. Bagaimana saran bapak/ibu agar sosialisasi internet sehat sesuai perwal (peraturan walikota) ini bisa lebih efektif lagi ke depannya ?

jawaban

“saran saya pengusaha mau bekerjasama dengan dinas komunikasi seperti mengikuti perwal tersebut dan menghadiri sosialisasi yang diadakan oleh dians komunikasi dan informatika, karena semuanya tergantung pengusahanya mau bekerja sama apa tidak.”

- b. Pembinaan

pertanyaan

1. Apa saja langkah-langkah dalam pemeriksaan yang dilakukan ketika merazia warung internet?

Jawaban

“Merazia ada tim dari dinas komunikasi dan informatika, polisi, TNI, dinas pendidikan yang melaksanakan razia, kalau jadwalnya pagi kami akan merazia anak sekolah. Kami berangkat dari jam 8 sampai jam 2 selama, kami akan melihat ada surat rekomennya apa tidak, kalau ada anak sekolah disana ya kami pulangkan ke sekolahnya, jika jadwalnya malam kami akan merazia yang terdapat buka 24 jam di hari biasa akan kami suruh tutup karna itu sudah melanggar perwal”

3. Setelah pengusaha warung internet terjaring razia, apa yang akan dilakukan oleh dinas komunikasi dan informatika?

Jawaban

“kami akan memberikan surat peringatan yang pertama setelah itu dua minggu kemudian kami akan datang lagi ke warung internet tersebut dan melihat apakah dia masih melanggar apa tidak, kalau masih kami kasi surat peringatan kedua sampai ketiga kami akan menyurati satpol pp kesana untuk menutup warung internet tadi karna kami tidak memiliki hak untuk menutup warung internet tadi. Kami hanya membina pengusaha untuk mengikuti perwal 28 tahun 2011.”

Nama : Bonny Pieter

Tingkat pendididkan : S-1

Usia : 38 tahun

Jabatan : Staf bidang pengendalian Telekomunikasi dan Internet

a. Program sosialisasi

Pertanyaan :

1. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika menyampaikan sosialisasi pada pengusaha warung internet tersebut?

Jawaban:

“kami akan menyebar undangan kepada pengusaha warung internet, kami juga menyediakan narasumber seperti polisi, TNI, satpol pp,dan dinas pendidikan, mereka akan menyampaikan apa saja yang tidak boleh di lakukan oleh pengusaha warung internet, nanti juga akan ada waktu untuk tanya jawabnya agar pengusaha bisa memahami peraturan usaha.”

2. Apa kendala dalam melakukan sosialisasi ini?

Jawaban

“Kendalanya mereka gak mau datang karna menurut mereka mengurus surat izinnya ribet, padahal mereka mendapatkan akomodasi dan diberikan data

transport, dan kendalanya tahun ini sih waktunya ya, karna surat izin dari atas belum keluar jadi kami belum bisa melakukan sosialisasi”

3. Bagaimana saran bapak/ibu agar sosialisasi internet sehat sesuai perwal (peraturan walikota) ini bisa lebih efektif lagi ke depannya ?

Jawaban

“Belum efektif, mangkanya tahun ini kami mau mengadakan di perkecamatan, artinya ruang lingkupnya diperkecil, di medankan ada 21 kecamatan ya di bagi 2, ada yang 2 kecamatan sebulan ada yang 1 kecamatan saja.”

b. Program pembinaan

1. Setelah pengusaha warung internet terjaring razia, apa yang akan dilakukan oleh dinas komunikasi dan informatika?

Jawaban

“kami akan memberikan surat peringatan yang pertama setelah itu dua minggu kemudia kami akan datang lagi ke warung internet tersebut dan melihat apakah dia masih melanggar apa tidak, kalau dia masih melanggar ya kami kasih surat peringatan kedua setelah surat peringgtan yang kedua masih melakukan pelanggaran, kami akan mencabut surat izinya dan menyurati satpol pp kesana untuk menutup warung internet tadi karna kami tidak memiliki hak untuk menutup warung internet tadi.”

Dokumentasi



(Foto bersama Arbani Harahap kepala kabid pengendalian telekomunikasi dan internet selaku informan kunci sebelah kanan dan bersama saya yang disebelah kiri di kantor dinas komunikasi dan informatika ,16/03/2018).



(Foto bersama Gloria sagita gultom kepala seksi kabid pengendalian telekomunikasi dan internet selaku informan pertama sebelah kanan dan bersamasaya yang disebelah kiri di kantor dinas komunikasi dan informatika ,16/03/2018).



(Foto bersama Bony pieter staff bidang pengendalian telekomunikasi dan internet selaku informan kedua sebelah kiri dan bersama saya yang disebelah kanan di kantor dinas komunikasi dan informatika ,16/03/2018).



(foto ini tampak dari dalam warung internet 17 net yang terletak di jalan panglima denai no.117, 16/03/2018).



(Foto bersama arif fadillah pengusaha warung internet 17 net terletak di jalan panglima denai nor 117, selaku informan ketiga yang berada disebelah kiri dan peneliti sebelah kanan ,16/03/2018).



(foto ini tampak dari luar warung internet salsabila net yang terletak di jalan menteng VII komp. Menteng, NO. 3. 26/03/2018).

