

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN DEBITUR
PADA PINJAMAN KUPEDES DI BRI UNIT TEMBOKREJO,
MUNCAR BANYUWANGI**

Laily Hidayai Rosyidi¹, Azy Athoillah Yazid²

Received: 29 Januari 2021 | Accepted: 20 April 2021 | Published: 07 Juni 2021

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia; lailyrosyidi@gmail.com

² Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia; ninjamodern@gmail.com

Abstract: Trust, both from the bank and its clients, is the primary factor in determining a banking company's success. With this confidence, the bank is able to give its clients the greatest service and ensure their pleasure. A microfinancial institution called Bank Rakyat Indonesia (BRI) Walling Rejo Unit operates at the Muncar area's subdistrict level. This BRI Unit intends to assist locals and microbusiness owners in rural Indonesia, particularly in Muncar District. This BRI Unit seeks to offer amenities and conveniences including loans to its consumers in addition to services for small business owners. This study employed a descriptive qualitative methodology. The findings of this study show that the communication strategy used at BRI, Batingrejo Unit, Muncar Sub-District, Banyuwangi District to increase debtors on Kupedes loans is based on an objective evaluation and also the system for granting Rural General Credit (Kupedes) at the BRI. The procedures that must be given to prospective debtors on Kupedes loans are presented by the Kupedes initiator (Mantri), and are realized in the form of.

Keywords: *Communication Strategy, Rural General Credit Loans*

Pendahuluan

Pada hakikatnya pembangunan nasional yang dilakukan pemerintah dan dilaksanak disegala bidang baik ekonomi, politik, sosial dan budaya, dan keamanan mempunyai tujuan untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. salah satu bidang yang berpengaruh besar terhadap kondisi/keadaan masyarakat adalah bidang ekonomi.

<https://doi.org/10.59943/economic>

Publisher's Note: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi, Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Perekonomian yang bergejolak menimbulkan pergeseran serta perubahan bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menjadikan suatu keharusan bagi pemerintah untuk memperhatikan laju perekonomian agar senantiasa tinggi dan stabil. Untuk merealisasikan hal tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang dapat merangsang pertumbuhan perekonomian. Salah satu bentuk kebijakan pemerintah Indonesia untuk memperhatikan laju perekonomian agar tinggi dan stabil adalah melalui dunia perbankan.

Kunci utama keberhasilan dari usaha perbankan adalah kepercayaan, baik itu dari pihak bank maupun dari nasabahnya. Dengan adanya kepercayaan tersebut pihak bank dapat memberikan pelayanan terbaik, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tembokrejo merupakan lembaga keuangan mikro yang keberadaannya di tingkat kecamatan yang ada di daerah muncar. BRI Unit ini bertujuan melayani masyarakat dan pengusaha kecil di daerah pedesaan di seluruh Indonesia khususnya di Kecamatan Muncar. Selain menyediakan jasa untuk para pengusaha kecil, BRI Unit ini juga berusaha memberikan fasilitas-fasilitas dan kemudahan-kemudahan seperti halnya dalam memberikan pinjaman pada para nasabahnya.

Seiring dengan perkembangan perbankan yang semakin beragam, Bank Rakyat Indonesia (BRI) khususnya BRI Unit tembokrejo harus siap bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya seperti Mekkar Syariah yang juga menyediakan kredit kepada masyarakat dengan tingkat bunga yang juga relatif rendah. Salah satu strategi yang dilakukan oleh BRI yakni dengan pemberian pinjaman/kredit khususnya bagi masyarakat pedesaan untuk mengembangkan usaha mikronya melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Kredit Umum Pedesaan (KUPeDES). Kredit Umum Perkreditan (KUPeDES) merupakan kredit yang disediakan oleh BRI Unit untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha kecil yang layak. Sasaran KUPeDES adalah perorangan atau perusahaan yang usahanya dinilai layak (eligible). Program KUPeDES ini merupakan salah satu sumber pinjaman formal yang dikelola oleh BRI. Program ini dapat dilihat sabagai salah satu wujud fungsi BRI sebagai agen penyalur kredit ringan untuk masyarakat pedesaan. Oleh sebab itu, dengan adanya KUPeDES ini akan sangat berguna bagi pengusaha mikro khususnya di daerah pedesaan. Jumlah pinjaman untuk KUPeDES

yang tersalurkan di BRI Unit Tembokrejo setiap bulannya mengalami kenaikan naupun penurunan.

Dengan adanya peningkatan maupun penurunan jumlah nasabah ini akan mempengaruhi jumlah uang pinjaman yang diberikan BRI kepada nasabah. Semakin banyak jumlah nasabah maka akan semakin banyak pula jumlah uang pinjaman, dan juga sebaliknya semakin berkurang jumlah nasabahnya maka akan semakin berkurang pula jumlah uang pinjaman yang diberikan BRI. Dari bulan Januari 2021-Agustus 2021 jumlah nasabah yang mengambil KUPEDES mengalami penurunan dan juga penaikan. Hal ini mungkin disebabkan karena masyarakat di desa Tembokrejo mengambil kredit pinjaman lain. Salah satunya produk dari BRI Unit Tembokrejo sendiri yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Sehingga masyarakat di desa Tembokrejo banyak yang mengambil Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini karena program pembiayaan/kredit bersubsidi pemerintah dengan bunga rendah.

Kajian Teori

1. Komunikasi

Komunikasi berdasarkan pengertian Carl I. Hovland adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku penerima (komunikan). Secara etimologis Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *comunicare* yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (*comunis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2001:41). Sedangkan Menurut A. Winnet komunikasi merupakan proses pengalihan suatu maksud dari sumber kepada penerima, proses tersebut merupakan suatu seri aktivitas, rangkaian atau tahap-tahap yang memudahkan peralihan maksud (Suprpto, 2009:6).

Jadi berdasarkan pengertian di atas, komunikasi adalah proses pengirim dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan efek perubahan perilaku dari penerimaan pesan atau komunikan. Proses komunikasi pada

hakikatnya merupakan sebuah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator). Pikiran dalam hal ini berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Sedangkan perasaan berupa keyakinan, keraguan, kepastian, kekhawatiran, kemarahan, keberanian dan sebagainya yang timbul dari hati. Dari pengertian komunikasi sebagaimana diutarakan di atas tampak, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam “bahasa komunikasi” komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Komunikator : orang yang menyampaikan pesan.
- b. Pesan : pernyataan yang didukung oleh lambang.
- c. Komunikan : orang yang menerima pesan.
- d. Media : sarana atau saluran yang mendukung tempatnya atau banyak jumlahnya
- e. Efek : dampak sebagai pengaruh pesan.

Menurut Onong, proses komunikasi terjadi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder

- a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

- b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, dikarenakan komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televise, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

2. Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” (1981:84), menyatakan bahwa: “strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi” adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Hafied 2013:61).

Dalam menyampaikan pesan komunikasi, seorang komunikator memiliki keinginan atau tujuan yang secara umum dapat diterimanya Pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator dengan baik. Untuk hal seperti ini seorang komunikator memerlukan strategi komunikasi. Apalagi jika proses komunikasi memiliki tujuan tertentu, yaitu merubah sikap pendapat dan bahkan perilaku komunikan, maka komunikator jelas memerlukan apa yang disebut strategi komunikasi.

Ruslan, (2010:13) mengemukakan tujuan sentral dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. secure understanding, untuk memastikan bahwa terjadi sesuatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. to establish acceptance, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. to motivate action, penggiatan memotivasi.
- d. The goals which the communicator sought to achieves, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

3. Kredit

Kredit berasal dari bahasa Yunani, yaitu “credere” atau “credo” yang berarti kepercayaan (trust atau faith). Oleh karena itu dasar dari kegiatan pemberian kredit dari yang memberikan kredit kepada yang menerima kredit adalah kepercayaan. Transaksi kredit timbul karena suatu pihak meminjam sejumlah uang atau sesuatu yang dipersamakan dengan itu, dimana pihak peminjam wajib melunasi hutangnya atau

rekeningnya tersebut pada waktu yang telah ditentukan. Di samping itu kredit pun timbul sebagai akibat adanya transaksi jual beli, dimana pembayarannya ditangguhkan, baik sebagian maupun seluruhnya. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang pokok-pokok perbankan (Undang-Undang yang Diubah), pengertian kredit diatur dalam Pasal 1 butir 11, "kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak lain untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga". Sedangkan pengertian kredit menurut Teguh Pudjo Muljono (1989 :45) sebagai berikut : "Kredit adalah suatu penyertaan uang atau tagihan atau dapat juga barang yang menimbulkan tagihan tersebut pada pihak lain. Atau juga memberi pinjaman pada orang lain dengan harapan akan memperoleh suatu tambahan nilai dari pokok pinjaman tersebut yaitu berupa bunga sebagai pendapatan bagi pihak yang bersangkutan".

Berdasarkan pada pengertian-pengertian di atas dapat diketahui bahwa transaksi kredit timbul sebagai akibat suatu pihak meminjam kepada pihak lain, baik itu berupa uang, barang dan sebagainya yang dapat menimbulkan tagihan bagi kreditur. Hal lain yang dapat menimbulkan transaksi kredit yaitu berupa kegiatan jual beli dimana pembayarannya akan ditangguhkan dalam suatu jangka waktu tertentu baik sebagian maupun seluruhnya. Kegiatan transaksi kredit tersebut di atas akan mendatangkan piutang atau tagihan bagi kreditur serta mendatangkan kewajiban untuk membayar bagi debitur.

4. Kredit Umum Pedesaan (KUPeDES)

Kredit Umum Pedesaan (KUPeDES) adalah suatu fasilitas kredit yang disediakan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Tembokrejo, untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha kecil yang layak. Kupedes diutamakan untuk membiayai usaha kecil dimasyarakat namun demikian dapat pula diberikan kepada golongan berpenghasilan tetap. Kupedes diberikan kepada perorangan (individu) yang usahanya dinilai layak untuk dibiayai dengan kupedes. Keputusan akhir atas permohonan kredit ditentukan oleh bank sesuai dengan pertimbangan bank teknis (sound banking consiredation).

Suku bunga kredit yang diberikan ditetapkan sedemikian rupa dengan dasar pertimbangan untuk dapat menutup seluruh pembiayaan termasuk biaya dana yang tidak subsidi, biaya operasional dan biaya resiko kredit serta menghasilkan keuntungan yang cukup menjaga kelangsungan dan pengembangan kegiatan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Tembokrejo. Suku bunga Kupedes dihitung dari besarnya maksimum kredit mula-mula dan dibebankan sepanjang jangka waktu kredit (flat rate system).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba berintraksi dengan masyarakat dalam situasi atau fenomena tersebut. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis studi kasus, yaitu mendeskripsikan suatu latar objek atau peristiwa tertentu secara rinci dan mendalam yang hanya di fokuskan pada satu fenomena, Menurut Muri Yusuf (2017: 339).

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan adalah apada BRI Unit Tembokrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena peneliti ingin lebih mendalami tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan debitur pada pinjaman kupedes pada BRI unit Tembokrejo kecamatan Muncar kabupaten Banyuwangi.

Subyek penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Oleh karena itu, pengambilan sumber informasi (informan) didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu peneliti menggunakan metode snowball sampling dengan tujuan untuk menggali informasi lebih dalam, sampai pada akhirnya benar benar dapat di ketahui sesuatu yang ingin diketahui dalam konteksnya.

Sumber data yang peneliti pakai adalah sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.(sugiyono,2016:306). Sumber data ini diperoleh langsung melalui Observasi, wawancara (interview) dengan pemilik jagal syari'ah serta karyawan yang ada. Selain itu ada sumber data sekunder atau sumber data tambahan. Peneliti bisa mencari dari dokumen atau informan yang tidak langsung.

Hasil dan Pembahasan

Unsur yang paling penting dalam komunikasi bukan hanya sekedar ada pada yang kita tulis atau kita katakan, tetapi lebih pada katakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada si penerima pesan. Jika kata-kata ataupun tulisan kita dibangun dari hubungan antar sesama manusia, bukan dari diri kita yang paling dalam (karakter), maka orang lain akan melihat atau membaca sikap kita (Persada, 2015:17). Jadi syarat utama komunikasi efektif adalah karakter yang kokoh yang dibangun dari pondasi intergritas pribadi yang kuat. Komunikasi dalam setiap situasi adalah seseorang yang saling bertukar pesan dalam rangkai mencapai tujuan atau sasaran. Karena setiap orang mempunyai tujuan berbeda, maka dari itu komunikasi yang efektif harus bersifat yang interaktif (Kencana, 2009:5).

Dalam mengomunikasikan pada calon debitur tentang pentingnya prosedur pada pinjaman Kupedes agar dapat berjalan sesuai harapan tentunya, sebuah perusahaan harus memiliki atau membuat strategi. Maksud strategi sendiri ialah, cara untuk mengatasi dan mengantisipasi setiap masalah yang muncul serta menyiapkan rencana-rencana untuk masa yang akan datang. Teori Strategi Komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori menurut O'har yaitu Teori Strategi Komunikasi yang menurutnya kumunikasi strategis berarti d dapat memanfaatkan potensi di tiga area, yaitu:

1. Pengetahuan Situasional, (informasi yang dimiliki lembaga dan syarat-syarat agar komunikasi sukses dalam konteks tertentu).
2. Penentuan Tujuan, (menentukan strategi, mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan).
3. Kompetensi Komunikasi, (kemampuan menyampaikan pesan serta kompeten dengan memilih , tipe pesan, saluran, dan gaya penyampaian yang tepat).

Teori ini tepat untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini yang menyangkut tentang Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Debitur Pada Pinjaman KUPEDES Di BRI Unit Tembokrejo. Kendala Yang Terjadi Dalam Proses Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Debitur Pada Pinjaman KUPEDES Di Unit Tembokrejo yaitu Adanya lembaga keuangan lain yang juga menyediakan kredit kepada masyarakat dengan tingkat bunga yang juga relatif rendah seperti halnya Mekkar Syariah

dan Pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang salah satu produk dari BRI Unit Tembokrejo sendiri.

Prosedur Pemberian Pinjaman KUPeDES Di BRI Unit Tembokrejo yaitu: Calon debitur mengajukan permohonan kredit model Kupedes kepada Customer Service dan costumer service juga memeriksa kelengkapan berkas calon nasabah (fotocopy KTP Suami-Istri, fotocopy Kartu Keluarga, Surat Keterangan Usaha Dari Desa, fotocopy NPWP, jaminan BPKB Mobil/Sertifikat (fotocopy STNK jaminan BPKB), Pas Foto Ukuran 4×6 suami istri (1 lembar), membawa matrai Rp 10.000 4 lembar), memberikan penjelasan mengenai ketentuan Kupedes, meminta calon nasabah mengajukan besarnya pinjaman, jangka waktu, menandatangani formulir permohonan kredit model Kupedes, menyiapkan berkas Kupedes dalam satu map, mencatat permohonan pada register, melakukan akad perjanjian dengan nasabah, serta menyimpan berkas Kupedes.

Kepala Unit memeriksa kelengkapan berkas Kupedes, lalu memberikan disposisi kepada formulir permohonan kredit Kupedes, kemudian berkas Kupedes dan register model 35 diserahkan kepada Costumer Service. Setelah menerima berkas Kupedes dari Costumer Service, selanjutnya Mantri melakukan pemeriksaan lapangan berdasarkan berkas Kupedes nasabah tersebut untuk menyesuaikan data-data yang telah diajukan oleh permohonan dalam formulir permohonan kredit Kupedes dengan kondisi usaha yang sebenarnya.

Setelah Kepala Unit menerima berkas Kupedes dari Costumer Service dan Mantri, maka Kepala Unit memberikan putusan Kupedes. Sebelum pemberian putusan Kupedes, Kepala Unit wajib meneliti dan memastikan bahwa dokumen-dokumen yang mendukung pemberian putusan kupedes masih berlaku lengkap.

Selanjutnya Costumer Service memberitahukan kepada calon nasabah bahwa permohonan Kupedesnya telah mendapat persetujuan atau putusan dan kepastian tanggal pencairannya. Selanjutnya costumer service menyiapkan surat pengakuan hutang, surat kuasa menjual agunan, slip penarikan, dan juga berkas-berkas yang harus ditandatangani oleh calon nasabah.

Kemudian Pencairan, Teller memanggil nasabah dan meminta nasabah untuk menandatangani bagian belakang kwitansi pinjaman, lalu mencocokkan tanda tangan tersebut dengan tanda tangan pada bagian depan atau dengan bukti diri, memvalidasi, mencatat pengeluaran kas melalui sistem BRINETS dan Teller menyerahkan uang yang

sudah disetujui oleh Kepala Unit dan menyerahkan kwitansi yang lain kepada Costumer Service.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dalam laporan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa prosedur yang harus diberikan kepada calon debitur pada pinjaman kupedes yaitu sudah disajikan oleh pemrakarsa Kupedes (Mantri) serta diwujudkan dalam bentuk formulir pembahasan kredit yang didasarkan pada evaluasi yang objektif dan juga sistem pemberian Kredit Umum Pedesaan (Kupedes) pada BRI Unit Tembokrejo yang sudah berjalan dengan baik.

Dan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam laporan diatas, maka dapat disimpulkan juga bahwa Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Debitur Pada Pinjaman Kupedes Di BRI Unit Tembokrejo yaitu meliputi adanya komunikasi yang lebih efektif dan efisien, karena adanya komunikasi yang lebih efektif dan efisien dapat mempermudah bagi para calon debitur untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari produk Kupedes ini sendiri. Selain itu juga ada beberapa faktor pendukungnya dalam kegiatan komunikasi tersebut, yang menjadi pendukungnya ialah waktu operasional survey yang diinginkan, kendaraan operasional yang digunakan, anggaran yang lancar, dan juga manusianya (disiplin).

Referensi

- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Cangara, H. (2013). *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Info Perusahaan. (1895). Diakses dari <https://bri.co.id/info-perusahaan>. Jawa Tengah: BRI

Nugroho, G. S. (2012). *Evaluasi Sistem Pemberian Kredit Umum Pedesaan*. Surakarta: Perpustakaan. Uns. ac.id.

Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.