

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Model komunikasi dari Harold Laswell (Mulyana, 2016:69) yang menjabarkan bahwa cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan –pertanyaan *Who Says What in Which Channel to Whom With WhatEffect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana ?), Menurut Laswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Penerima/Komunikan), dan *Effect* (Efek). Jadi, Laswell menyatakan proses komunikasi adalah pihakkomunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melaluisuatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek(Effendy, 2007:253). karena dalam proses penyampaian mengenai adanya Konter pelayanan permohonan HKI oleh ibu Tri Rismaharani. Dari adanya penyampaian pesan tersebut diharapkan dapat menimbulkan efek kognitif.

Penjabaran mengenai teori Laswell dalam penelitian ini yang menjadi *Who* adalah Pemkot Surabaya. *Says What* atau pesan yang disampaikan adalah yang disampaikan adalah Konter Pelayanan Permohonan HKI Surabaya *In Which Channel* atau medianya adalah media publikasi. *ToWhom* yang artinya kepada siapa yaitu pelajar Surabaya, dan *With What Effect* yang merupakan efek dari komunikasi tersebut yaitu efek kognitifyaitu pada pengetahuan. Efek kognitif merupakan salah satu dari

efek komunikasi yang berhubungan dengan pikiran selain dari efek afektif dan konatif.

“efek diklasifikasikan menjadi yakni, efek kognitif (berhubungan dengan pikiran), afektif (berubungan dengan penalaran), dan konatif atau biasa disebut efek behavioral (berhubungan dengan niat.” (effendy, 2007:38)

Keberadaan UMKM tidak dapat dihindarkan karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat dan UMKM juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat . (Feni Dwi Anggraeni, Iman Hardjanto, Ainul Hayat Vol. 1, No. 6, Hal.1286-1295)

Peranan strategis UMKM yakni menjadi pilar utama ekonomi Indonesia namun sektor ini dihadapkan berbagai permasalahan. Kendala dan permasalahan antara lain dari aspek permodalan, kemampuan manajemen usaha, dan kualitas sumberdaya manusia pengelolanya juga disebabkan karena sulitnya akses terhadap informasi dan sumberdaya produktif yang mengakibatkan terbatasnya kemampuan usaha kecil untuk berkembang.(Supriyanto 2006 Vol 3 no 1)

Kemajuan ekonomi suatu negara juga dapat dilihat dari banyaknya perlindungan HKI yang dimilikinya. Oleh karena itu perlu adanya perlindungan perbaikan dalam HKI yang ada di Indonesia agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal, sehingga, apabila HKI yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, maka akan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berbasis ilmu pengetahuan (Sigit Nugroho 2015 Vol.24 no.2). Tidak hanya itu saja UMKM diharapkan menjadi

sebagai sumber penting peningkatan kesempatan kerja tetapi juga mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor di Indonesia, khususnya di sektor industri. (Tambunan 2009 :79)

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan anggota UMKM Surabaya mengenai konter pelayanan fasilitas permohonan HKI oleh Bu Risma melalui media publikasi. Media publikasi sangat penting dalam menampakkan potensi-potensi lembaga maupun individu, potensi tersebut berupa mengolah pikir, mewacanakan kritik, menghadirkan komentar publik. (Novianti E., Rahmat, A., Zubair , F. Dan Agung AP 2014 Vol 3 no 1).

“Kualitas produk memang penting. Namun jangan lupakan perlindungan hak intelektual. Itu sangat penting. Masa anda sudah susah-susah menciptakan produk, lalu nanti ada yang klaim dan anda harus jual melalui pihak yang klaim itu. Ini kan jadi rugi anda sendiri nantinya, (rmljatim.com diakses pada tanggal 5 September 2019)

” Mari Bapak-Ibu kalau ada temannya dikasih tahu untuk segera mengurus ini. Betapa pentingnya kekayaan intelektual, merek dan hak paten itu, (humas.surabaya.go.id diakses pada tanggal 12 september 2019)

Penelitian ini meneliti mengenai efek kognitif yaitu efek yang berhubungan dengan pengetahuan atas pesan yang disampaikan, yaitu program pelayanan HKI. Menurut Effendy dalam buku ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, disebutkan bahwa efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas (Effendy,2007:318). Penelitian ini berfokus pada efek kognitifnya, dimana pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang tersimpan dalam

menyebutkan fungsi humas sebagai penerangan kepada masyarakat. Hal ini semakin diperkuat dengan pernyataan bahwa tugas dan tanggung jawab humas adalah dapat memberikan informasi atau publikasi yang baik kepada khalayaknya (Ruslan, 2007:viii).sehubungan dengan tugas humas dalam pemerintahan adalah mengkomunikasikan dan menginformasikan kepada publik tentang rencana kerja, kinerja dancapaian hasil yang dilakukan oleh pemerintah. Selain peran sebagi fasilitator, mediator dan nego siator yang menjembatani kepentingan penyelenggara negara dan kepentingan publik (Freddy 2013 : 10-11) Dalam konteks penelitian ini yaitu mengenai program pelayanan HKI, Pemkot Surabaya memiliki tugas untukmenyampaikan dan mengkomunikasikan program Pelayanan HKI agar dapat diketahui oleh UMKM.

Tabel I.I jumlah UMKM surabaya tahun 2017

Tahun	UMKM (orang)	Usaha Mikro dan Kecil
2014	27.926	25.353
2015	28.391	25.147
2016	28.579	26.037
2017	29.507	26.800

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM,2017

(dikutip dari jurnal Amirrudin Achmad vol 37 tahun 2018)

Peneliti merasa penting untuk meneliti tingkat pengetahuan mengenai konter pelayanan permohonan HKI melalui media pubikasi, karena tujuan dari program ini untuk meningkatkan perkembangan industri kreatif di Surabaya khususnya untuk para UMKM di Surabaya bahwa untuk

membuat suatu produk harus ada perlindungan hak paten sehingga tidak diambil sembarangan oleh beberapa pihak. Apalagi sektor usaha kecil dan menengah memegang peranan yang sangat penting dalam membangun perekonomian masyarakat. (Prihatin Lumbanraja, Arlina Nurbaity Lubis,Siti Raha Agnes Salim 2017 Vol2 hal 41-47)

“Program ini sudah ada Undang- Undang yang mengatur jalannya pelayanan KI adalah UU Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, UU Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta,UU Nomor 14 tahun 2001 dan UU Nomor 13 tahun 2016 yang berisi tentang Paten dan itu semua tertera di *website* www.dgip.go.id.“Media yg kita gunakan adalah instagram dan workshop. Respon masyarakat tiap kota jatim berbeda namun surabaya yang paling antusias, karena dari total paruh tahun kuota 150 dari 250 sudah habis oleh antusiasme pengunjung” kata pak levi selaku Kepala Badan Hukum.

Sosialisasi pemkot ke masyarakat adalah melalui pelatihan pelatihan oleh bagian bagian kepala usahanya. “jadi untuk surabaya yang kita lakukan adalah memberi edukasi dan pelatihan minimal 2 kali dengan kuota 100-150 peserta” lanjut beliau.

Gambar 1.2 Media publikasi lewat Instagram



Sumber : Instagram Humas Surabaya

Gambar1.3 sumber melalui website



Sumber web HumasSurabaya.go.id

Dalam sambutannya walikota Surabaya Tri Rismahani mengatakan langkah ini ditujukan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) agar jangkauannya lebih luas , disamping itu bertujuan untuk melindungi karya atau hasil produk UMKM Surabaya “sebetulnya program ini sudah lama, kita memberikan fasilitas gratis. Kenapa saya launching tahun ini, karena masih banyak yang belum tahu,” kata walikota Risma. (www.rmoljatim.com, diakses pada tanggal 12 september 2019) ia juga mengaku, tahun ini pihaknya juga menyediakan sertifikat merek gratis kepada 150 pelaku UMKM Surabaya. “Tahun ini kita alokasikan untuk yang free 150, nanti kalau kurang kita akan ajukan lagi ke DPRD,” imbuhnya. (www.beritajatim.com, diakses pada tanggal 25 oktober 2019)

Layanan yang memudahkan warga untuk mengurus sertifikat HKI itu berkat kerjasama Pemkot Surabaya dengan Direktorat Jendral(Dirjen) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkum Ham).(www.surabaya.tribunnews.com, diakses pada tanggal 20 september 2019)

Di provinsi lain belum ada, yang ada baru di Kota Madya Surabaya berkat dorongan Bu Risma. Pak Menteri sangat senang dan memberikan penghargaan, mengingat UMKM dan pendaftaran merk ini kan sedang digalakkan,” tutur Susy. Menurut Susy, Surabaya mendapatkan penghargaan karena merupakan pemerintah daerah yang paling banyak mendaftarkan merek. Selain itu, ujar Susy, Pemerintah Kota Surabaya juga satu-satunya pemerintah daerah yang memberikan pelayanan kepengurusan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) di mal pelayanan publik. (www.gesuri.id diakses pada tanggal 25 oktober 2019)

Melihat fenomena di atas, peneliti tertarik meneliti bagaimana tingkat pengetahuan anggota UMKM Surabaya mengenai Konter Pelayanan Permohonan HKI Pemkot Surabaya melalui media publikasi. Program ini menarik diteliti karena program ini merupakan program lama dan merupakan satu-satunya layanan Haki bagi UMKM yang tidak berbayar (gratis). Setelah tepatnya pada tanggal 17 Januari 2019 adalah *launching* konter pelayanan permohonan HKI. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui efek kognitif anggota UMKM Surabaya sebagai sasaran penelitian ini karena konter pelayanan permohonan HKI ini sendiri ditujukan kepada UMKM yang berada di Surabaya dan berKTP di Surabaya.

Penelitian ini akan menggunakan metode survei dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data dan bertujuan memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. (Kriyantono, 2014 :59).

Penelitian terdahulu mengenai tingkat pengetahuan pernah dilakukan sebelumnya oleh Natalia Tobing (2019). Perbedaan penelitian ini adalah subjeknya yaitu Pelajar Surabaya sedangkan pada penelitian ini yaitu UMKM Surabaya.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah Reta Dea (2019). Perbedaan penelitian terhadap penelitian ini adalah terletak pada subjeknya adalah Masyarakat Surabaya sedangkan pada penelitian ini yaitu UMKM Surabaya, media yang digunakan juga berbeda untuk penelitian tersebut menggunakan media sosial dan sedangkan penelitian ini menggunakan media publikasi.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah Tingkat Pengetahuan Anggota UMKM Surabaya Mengenai Konter Pelayanan Fasilitas Permohonan HKI Pemkot Surabaya ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Tingkat Pengetahuan Anggota UMKM Surabaya Mengenai Konter Pelayanan Fasilitas Permohonan HKI Pemkot Surabaya melalui Media Publikasi.

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan agar pembahasan penelitian tidak terlalu meluas dan lebih fokus Batasan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Surabaya.
2. Objek penelitian ini adalah Anggota UMKM Surabaya mengenai konter Pelayanan Fasilitas Permohonan HKI Pemkot Surabaya melalui Media Publikasi.
3. Subjek penelitian ini adalah Anggota UMKM Surabaya.
4. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dan kuisioner.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian untuk mengetahui Tingkat Pengetahuan Anggota UMKM Surabaya mengenai konter Pelayanan fasilitas Permohonan HKI Pemkot Surabaya melalui Media Publikasi adalah :

I.5.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas pemahaman ilmu komunikasi yang menjelaskan mengenai analisis efek tingkat pengetahuan dari komunikasi terhadap suatu fenomena, selain itu penelitian ini juga diharapkan berguna dan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.

I.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan utama bagi Pemkot Surabaya dalam melakukan evaluasi atas keberhasilan penyampaian pesan konter pelayanan fasilitas permohonan HKI bagi masyarakat khususnya para anggota UMKM agar kedepannya jauh lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan publik lainnya.