# HALAMAN MUKA

**POLA KOMUNIKASI PETUGAS PROGRAM  
PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP (PTSL)  
DI KECAMATAN WANAYASA,  
KABUPATEN PURWAKARTA**

**JURNAL**



Oleh :  
Ricky Wachyu Pratama  
218080009

**Sebagai Salah Satu Syarat Sidang Magister Ilmu Komunikasi dalam  
Bidang Ilmu Komunikasi pada Universitas Pasundan Bandung**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2022**

ABSTRACT

Ketercapaian target Program PTSL di Kabupaten Purwakarta untuk tahun 2021 mencapai 44,86 persen. Bahkan ada kecamatan yang ketercapaiannya hanya 0 persen yaitu Kecamatan Wanayasa. Padahal upaya yang telah dilakukan untuk mempromosikan Program PTSL telah dilakukan dengan gencar oleh Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta, yaitu melalui : iklan di televisi nasional; iklan di Radio Pro FM Purwakarta; iklan di Instagram Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta; penyuluhan di kantor kecamatan dan penyuluhan ke rumah warga oleh penyuluh lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil kajian terkait dengan efektifitas pola komunikasi Program PTSL di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta. Pola komunikasi Program PTSL di Kabupaten Purwakarta dinilai tidak jelas dan tidak menarik oleh masyarakat di Kecamatan Wanayasa Purwakarta karena informasinya tidak dapat ditangkap dengan jelas serta tidak menarik dari sisi desainnya. Masyarakat juga tidak berminat untuk mengikuti Program PTSL karena dirasakan tidak bermanfaat dan adanya biaya pencetakan sertifikat. Pembuatan media sosialisasi tentang Program PTSL dengan menggunakan Bahasa Sunda dapat dilakukan agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat Wanayasa yang berlatar belakang petani. Informasi yang di munculkan dalam kegiatan promosi dapat ditekankan pada manfaat program tersebut. Penggunaan media radio menjadi yang paling efektif jika dibandingkan dengan kegiatan promosi lainnya. Kegiatan penyuluhan di kecamatan atau desa dengan membatasi kehadiran warga dapat dilakukan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi. Selain itu, kegiatan penyuluhan secara langsung ke rumah-rumah oleh petugas juga dapat ditingkatkan karena dapat melayani dengan lebih baik dan memuaskan masyarakat. Selanjutnya, sosialisasi fasilitas cicilan untuk biaya pencetakan sertifikat ke desa dapat dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat mengikuti program PTSL.

Kata kunci : Pola Komunikasi, Pendaftaran Tanah Sistematis Langsung.

# *ABSTRACT*

*The Achievement of PTSL Program in Purwakarta on 2021 reached 44.86 percent, in Wanayasa the achievement is only 0 percent. Even though ATR/BPN Purwakarta had been intensively, promotion the PTSL Program through: advertisements on national television; advertisement on Radio Pro FM Purwakarta; Ads on Instagram ATR/BPN Purwakarta; counseling at kelurahan and counseling to residents by officer. The purpose of this reasearch is to obtain studies related to the effectiveness of the PTSL Program communication pattern in kecamatan Wanayasa, kabupaten Purwakarta. The patters of PTSL Program communication in kabupaten Purwakarta is not interest because the residents accepted unclear information and unattractive design. The society is not interested to participate in the PTSL Program because it is not useful and there are costs for certificate printing. Making socialization media about the PTSL Program using Sundanese can make it easier to understand because the whole background of the society is farmer. The information that appears in promotional activities can be emphasized on the benefits of the program. The use of radio is the most effective than the other promotional activities. the counseling activities in kecamatan or desa with limiting the presence of residents can increase effectiveness and efficiency. In addition, outreach activities directly to homes by officers can also be increased because they can serve better and satisfy the residents. Furthermore, socialization of installment facilities for the cost of printing certificates for residents can increase interest participate residents in the PTSL program.*

*Keywords: Communication Pattern, Direct Systematic Land Registration (PTSL), Wanayasa District*.

# ABSTRAK

Kahontalna nu jadi udagan Program PTSL di Wewengkon Purwakarta dina taun 2021 nya eta mung ukur 44, 86 prosen, malahan di Kacamtan Wanayasa mah teu kahontal pisan. Padahal sagala rengkak geus dilakukeun geusab ngahontal nu jadi udagan di antarana ngaliwatan Iklan dina TV, radio, IG, nepi ka ngayakeun gempungan di kantor kacamatan leuwihna deui didongdon ka imah warga masarakat ku para patugas. Tujuan tina ieu panaluntikan pikeun ngaikeun Pola komunikasi nu efektif dina ngahangkeutkeun Prigram PTSL di Wewengkon Wanayasa Purwakarta. Pola Komunikasi ngeunaan Program PTSL kurang kaharti jeung teu ngirut masarakat hususna warga Wanayasa hal katangen yen bewara nu di tepikeun teh hese kaharti ku masakat. Salah sahiji nu cukang lantaranna nya eta desaintna kurang luyu pikeun masarakat sarta ayana waragad pikeun nyieun sertifikat. Media nu bisa ngarojong Program PTSL di sabudeureun Wanayasa sangkan bisa ngahontal tujuan tina Program PTSL nya eta make Basa Sunda hal ieu bisa leuwih gancang kaharti ku masarakat lantaran sabagean gede pacabakan masarakat nya eta Tatanen. Salian ti eta dina nepikeun bewara ngeunaan Program PTSL nya eta ku nyoko kana manfaatna. Media komunikasi nu gancang tur kahontal ku masarakat mah ngaliwatan radio saupami dibandingkeun jeung media sejenna. Hal sejen nu bisa dilakukeun nya eta gempungan di desa atawa kacamatan atawa langsung ka imah warga kalayan nu utama ngajentrekeun manfaatna tina Program PTSL sarta dijentrekeun yen waragad bisa dicicil luyu jeung kamampuh masarakat geusan kahontalna Program PTSL.

Kecap Konci : Pola Komunikasi, Pendaftaran Tanah Sistematis Langsung.

AssalamualaikumWarahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillahi Rabbil a’lamiin, segala puji dan syukur terpanjat kehadirat Allah SWT Karena atas berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian Tesis dengan Judul **“Strategi Komunikasi Kantor ATR/BPN Kepada Masyarakat dalam Penyuluhan PTSL“**

Usulan Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tesis dan melaksanakan seminar Usulan Penelitian pada Program Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung. Penulis menyadari bahwa penyususnan usulan penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak . Karenanya , pada kesempatan ini ijinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Didi Turmudzi, M.Si., selaku Direktur Pascasarjana  
   Universitas Pasundan.
2. Bapak Dr.Sutrisno,M.Si, selaku Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi dan atas Bimbingan, saran dan motivasi yang tiada hentinya kepada penulis.
3. Bapak Dr. H. Aam Amirudin, M.Si,selaku Pembimbing I atas saran, bimbingan, Motivasi dan Kepercayaan yang diberikan.
4. Bapak Dr. H. Deden Ramdan, M.Si.,CICP.DBA,selaku Pembimbing II atas saran,motivasi dan kesabarannya dalam membimbing penulis dalam menyusun penelitian ini.
5. Segenap jajaran direksi, pimpinan, staf pengajar dan Karyawan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung ,atas dorongan dan bantuannya selama ini.
6. Keluarga, mamah, Alm Bapakyang selalu mendoakan dan menyemangati.
7. Keluarga Besar KANTOR PERTANAHAN BPN PURWAKARTA.
8. Teman- teman di kampus yang selalu menyemangati.
9. Untuk Semua yang sudah membantu terimakasih banyak atas dukungan dan bantuannya.

Akhir kata Usulan penelitian ini tentunya tidak luput dari berbagai kekurangan ,oleh karena itu penulis terbuka atas berbagai saran dan kritik sangat di harapkan demi kesempurnaan dan perbaikan ,sehingga Pada akhirnya usulan penelitian ini bisa terwujud dalam bentuk tesis yang bisa memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta sebagai bahan untuk pengembangan lebih lanjut.

Wassalamu’alaikum Warhmatullahi wabarakatuh

|  |  |
| --- | --- |
|  | Bandung, Agustus 2022  Hormat Peneliti  Ricky Wachyu Pratama |

# DAFTAR ISI

[ABSTRAK Error! Bookmark not defined.](#_Toc111748510)

[*ABSTRACT* iii](#_Toc111748511)

[ABSTRAK iv](#_Toc111748512)

[KATA PENGANTAR Error! Bookmark not defined.](#_Toc111748513)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc111748514)

[DAFTAR TABEL ix](#_Toc111748515)

[DAFTAR GAMBAR xi](#_Toc111748516)

[BAB I PENDAHULUAN Error! Bookmark not defined.](#_Toc111748517)

[1.1. Konteks Penelitian 1](#_Toc111748518)

[1.2. Fokus Penelitian 5](#_Toc111748519)

[1.3. Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc111748520)

[1.4. Tujuan Penelitian 6](#_Toc111748521)

[1.5. Kegunaan Penelitian 6](#_Toc111748522)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA Error! Bookmark not defined.](#_Toc111748523)

[2.1. Kajian Penelitian Terdahulu yang Sejenis 8](#_Toc111748524)

[2.2. Kajian Teori 9](#_Toc111748525)

[2.2.1. Promosi 9](#_Toc111748526)

[2.2.2. Minat **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748527)

[2.3. Kerangka Pemikiran 14](#_Toc111748528)

[2.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian 15](#_Toc111748529)

[BAB III METODOLOGI PENELITIAN 18](#_Toc111748530)

[3.1. Paradigma Penelitian 18](#_Toc111748531)

[3.2. Subyek dan Obyek Penelitian 18](#_Toc111748532)

[3.3. Teknik Pengumpulan Data 19](#_Toc111748533)

[3.4. Teknik Analisis Data 19](#_Toc111748534)

[3.5. Keabsahan Hasil Penelitian 20](#_Toc111748535)

[3.6. Lokasi Penelitian 21](#_Toc111748536)

[3.7. Jadwal Penelitian 21](#_Toc111748537)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 23](#_Toc111748538)

[4.1. Hasil Penelitian 23](#_Toc111748539)

[4.1.1. Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) dan Pelaksanaannya di Kabupaten Purwakarta 23](#_Toc111748540)

[4.1.2. Pola Komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kabupaten Purwakarta 24](#_Toc111748541)

[4.2. Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748542)

[BAB V PENUTUP 27](#_Toc111748543)

[5.1. Kesimpulan 27](#_Toc111748544)

[5.2. Saran 27](#_Toc111748545)

[DAFTAR PUSTAKA 29](#_Toc111748546)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1.1. Target dan Ketercapaian Program PTSL per Kecamatan di Kabupaten Purwakarta Tahun 2021 (sampai dengan Bulan September 2021) 2](#_Toc111748547)

[Tabel 1.2. Target dan Ketercapaian Program PTSL di Kecamatan Wanayasa Tahun 2021 (sampai dengan Bulan September 2021) 4](#_Toc111748548)

[Tabel 2.1. Matriks Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748549)

[Tabel 2.2. Definisi Promosi 10](#_Toc111748550)

[Tabel 2.3. Dimensi Promosi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748551)

[Tabel 2.4. Definisi Minat **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748552)

[Tabel 2.5. Dimensi Minat **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748553)

[Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 21](#_Toc111748554)

[Tabel 4.1. Target dan Realisasi Fisik PTSL Tahun 2021 Kantor Pertanahan Kabupaten Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748555)

[Tabel 4.2. Profil Responden **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748556)

[Tabel 4.3. Iklan Program PTSL di Televisi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748557)

[Tabel 4.4. Iklan Program PTSL di Radio Pro FM Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748558)

[Tabel 4.5. Iklan Program PTSL di Akun Instagram ATR/BPN Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748559)

[Tabel 4.6. Penyuluhan Program PTSL **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748560)

[Tabel 4.7. Penyuluhan Langsung ke Rumah Oleh Petugas ATR/BPN Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748561)

[Tabel 4.8. Rekapitulasi Skor Promosi Program PTSL **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748562)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 15](#_Toc111748563)

[Gambar 4.1. Iklan Program PTSL di Televisi Nasional 25](#_Toc111748564)

[Gambar 4.2. Sosialisasi PTSL di akun Instagram Kantor Pertanahan Kabupaten Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748565)

[Gambar 4.3. Sosialisasi PTSL di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748566)

[Gambar 4.4. Sosialisasi PTSL ke Rumah Warga **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748567)

[Grafik 4.1. Pernah Melihat Iklan Program PTSL di Televisi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748568)

[Grafik 4.2. Pernah Mendengar Iklan Program PTSL di Radio Pro FM Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748569)

[Grafik 4.3. Pernah Melihat Iklan Program PTSL di Akun Instagram ATR/BPN Purwakarta **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748570)

[Grafik 4.4. Pernah Menghadiri Penyuluhan Program PTSL Sumber : Hasil Wawancara, April 2022. **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748571)

[Gambar 4.5. Edukasi Program PTSL ke Pegawai Kecamatan/Desa **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748572)

[Gambar 4.6. Edukasi Program PTSL ke Pegawai Desa Cisarua **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748573)

[Grafik 4.5. Pernah Diberikan Penyuluhan Langsung ke Rumah oleh Petugas dari Kantor ATR/BPN terkait Program PTSL **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc111748574)

# 

## 1.1. Konteks Penelitian

Belum adanya jaminan kepastian hukum atas tanah seringkali memicu terjadinya sengketa dan perseteruan atas lahan di berbagai wilayah di Indonesia. Selain di kalangan masyarakat, baik antarkeluarga, tak jarang sengketa lahan juga terjadi antarpemangku kepentingan (pengusaha, BUMN dan pemerintah). Hal itu membuktikan pentingnya sertipikat tanah sebagai tanda bukti hukum atas tanah yang dimiliki. Lambannya proses pembuatan sertipikat tanah selama ini menjadi pokok perhatian pemerintah. Untuk menanggulangi permasalahan tersebut, pemerintah melalui Kementerian ATR/BPN telah meluncurkan Program Prioritas Nasional berupa Percepatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL). Metode PTSL ini merupakan inovasi pemerintah melalui Kementerian ATR/BPN untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat: sandang, pangan, dan papan. Program tersebut dituangkan dalam Peraturan Menteri No 12 tahun 2017 tentang PTSL dan Instruksi Presiden No 2 tahun 2018 [*(*Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo.go.id).](https://kominfo.go.id/content/detail/12924/program-ptsl-pastikan-penyelesaian-sertifikasi-lahan-akan-sesuai-target/0/artikel_gpr)

PTSL adalah proses pendaftaran tanah untuk pertama kali, yang dilakukan secara serentak dan meliputi semua obyek pendaftaran tanah yang belum didaftarkan di dalam suatu wilayah desa atau kelurahan atau nama lainnya yang setingkat dengan itu. Melalui program ini, pemerintah memberikan jaminan kepastian hukum atau hak atas tanah yang dimiliki masyarakat. Selain itu nantinya masyarakat yang telah mendapatkan sertipkat dapat menjadikan sertipikat tesebut sebagai modal pendampingan usaha yang berdaya dan berhasil guna bagi peningkatan kesejahteraan hidupnya [*(*Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo.go.id).](https://kominfo.go.id/content/detail/12924/program-ptsl-pastikan-penyelesaian-sertifikasi-lahan-akan-sesuai-target/0/artikel_gpr)

Sebagai program nasional yang diusung oleh Kementrian ATR/BPN, maka setiap kabupaten/kota di Indonesia wajib untuk melaksanakan program tersebut. Karena itulah, Kabupaten Purwakarta sebagai pemerintah daerah juga melaksanakan program ini. Pemerintah Kabupaten Purwakarta melalui ATR/Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Purwakarta misalnya pada awal tahun 2021 telah menyerahkan 5.000 sertifikat tanah kepada masyarakat Kabupaten Purwakarta. Sebelumnya, penyerahan sertifikat oleh BPN Kabupaten Purwakarta sudah mencapai 27.000 sertifikat untuk tahun 2020. Sementara itu, sebanyak 30.000 sudah siap diberikan namun pendistribusiannya sedikit lambat karena adanya pandemi [(Pemkab dan BPN Purwakarta Serahkan 5.000 Sertifikat Tanah Warga (purwakartakab.go.id)](https://purwakartakab.go.id/read/1059)

Walaupun demikian, ketercapaian target Program PTSL di Kabupaten Purwakarta untuk tahun 2021 ini secara keseluruhan baru mencapai 44,86 persen. Persentase ini merupakan rata-rata ketercapaian dari seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Purwakarta. Untuk lebih lengkapnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

##### Tabel 1.1. Target dan Ketercapaian Program PTSL per Kecamatan di Kabupaten Purwakarta Tahun 2021 (sampai dengan Bulan September 2021)

| NO | KECAMATAN | TARGET PBT | TARGET SHAT | TARGET K4 | UNGGAH BT | % |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | BOJONG | 51 | 3.314 | 318 | 0 | 0,00% |
| 2 | BUNGURSARI | 227 | 227 | 85 | 297 | 130,84% |
| 3 | CAMPAKA | 7.317 | 7.317 | 514 | 7.902 | 108,00% |
| 4 | CIBATU | 8.911 | 8.911 | 789 | 7.763 | 87,12% |
| 5 | DARANGDAN | 558 | 8.057 | 1.181 | 296 | 3,67% |
| 6 | JATILUHUR | 7.573 | 7.573 | 381 | 3.067 | 40,50% |
| 7 | KIARAPEDES | 1.922 | 3.031 | 475 | 1.711 | 56,45% |
| 8 | MANIIS | 1.584 | 6.740 | 224 | 461 | 6,84% |
| 9 | PASAWAHAN | 5.172 | 5.172 | 504 | 3.823 | 73,92% |
| 10 | PLERED | 948 | 3.883 | 534 | 4 | 0,10% |
| 11 | PONDOKSALAM | 3.374 | 4.598 | 34 | 1.434 | 31,19% |
| 12 | TEGALWARU | 4.261 | 7.933 | 0 | 3.535 | 44,56% |
| 13 | WANAYASA | 102 | 2.474 | 970 | 0 | 0,00% |
|  | TOTAL | 42.000 | 69.230 | 6.009 | 30.293 | 44,86% |

Sumber : Laporan Ketercapaian Program PTSL, Kantor ATR/BPN Purwakarta, 2021.

Dari tabel 1.1. diatas dapat diketahui bahwa terdapat 3 desa/kelurahan yang ketercapaian target Program PTSL hanya sebesar 0 persen. Kondisi ini sampai dengan bulan September 2021. Artinya hanya tersisa 2 bulan saja untuk mencapai hal tersebut karena pelaporan terakhir disampaikan pada akhir bulan November 2021. Penulis menduga hal tersebut tidak akan tercapai dalam jangka waktu tersebut. Sementara itu, ketercapaian di kecamatan lainnya sudah mengalami kemajuan dan bahkan ada yang mencapai diatas 100 persen. Karena itulah, penulis tertarik untuk meneliti pada salah satu desa/kelurahan yang ketercapaiannya hanya 0 persen saja, yaitu Kecamatan Wanayasa.

Untuk di Kecamatan Wanayasa, apabila dijabarkan lebih lanjut, maka untuk setiap desa/kelurahan yang ada di kecamatan tersebut juga ketercapaiannya adalah 0 persen juga. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut ini :

##### Tabel 1.2. Target dan Ketercapaian Program PTSL di Kecamatan Wanayasa Tahun 2021 (sampai dengan Bulan September 2021)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | DESA/KELURAHAN | TARGET PBT | TARGET SHAT | TARGET K4 | UNGGAH BT | % |
| 1 | Wanayasa | 0 | 483 | 309 | 0 | 0,00% |
| 2 | Sukadami | 102 | 215 | 165 | 0 | 0,00% |
| 3 | Wanasari | 0 | 500 | 102 | 0 | 0,00% |
| 4 | Simpang | 0 | 280 | 44 | 0 | 0,00% |
| 5 | Babakan | 0 | 266 | 274 | 0 | 0,00% |
| 6 | Ciawi | 0 | 140 | 10 | 0 | 0,00% |
| 7 | Sumurugul | 0 | 297 | 44 | 0 | 0,00% |
| 8 | Taringgul Tengah | 0 | 293 | 22 | 0 | 0,00% |
|  | TOTAL | 102 | 2.474 | 970 | 0 | 0,00% |

Sumber : Laporan Ketercapaian Program PTSL, Kantor ATR/BPN Purwakarta, 2021.

Dari tabel tersebut diatas juga menunjukkan bahwa kinerja ketercapaian Program PTSL di semua desa/kelurahan yang ada di Kecamatan Wanayasa juga sebesar 0 persen. Padahal upaya yang telah dilakukan untuk mempromosikan Program PTSL telah dilakukan dengan gencar oleh Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta. Upaya promosi Program PTSL yang telah dilakukan oleh Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta yaitu :

1. Iklan di televisi nasional
2. Iklan di Radio Pro FM Purwakarta
3. Iklan di Instagram Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta
4. Penyuluhan di kantor kecamatan
5. Penyuluhan ke rumah warga oleh penyuluh lapangan Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta.

## 1.2. Fokus Penelitian

Sertifikat tanah merupakan salah satu bukti hak sah secara hukum, Program Prioritas Nasional berupa Percepatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) adalah proses pendaftaran tanah untuk pertama kali, yang dilakukan secara serentak dan meliputi semua obyek pendaftaran tanah yang belum didaftarkan di dalam suatu wilayah desa atau kelurahan atau nama lainnya yang setingkat dengan itu. Melalui program ini, pemerintah memberikan jaminan kepastian hukum atau hak atas tanah yang dimiliki masyarakat. Program PTSL ini merupakan inovasi pemerintah melalui Kementerian ATR/BPN untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat: sandang, pangan dan papan. Program tersebut dituangkan dalam Peraturan Menteri No 12 tahun 2017 tentang PTSL dan Instruksi Presiden No 2 tahun 2018 [(Pemkab dan BPN Purwakarta Serahkan 5.000 Sertifikat Tanah Warga (purwakartakab.go.id).](https://purwakartakab.go.id/read/1059)

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan diatas, maka pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.
2. Bagaimana kendala komunikasi dalam Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pola komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.
2. Untuk mengetahui kendala komunikasi dalam Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.

## 1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Implikasi Akademik

Penelitian ini dapat mengungkapkan pola komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.

1. Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat menambah gagasan pemikiran dan masukan kepada pimpinan Kantor Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Purwakarta terkait pola komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Wanaysa Kabupaten Purwakarta.

## 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Berikut adalah hasil penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Monoarfa, M. Pahdi (2021) melakukan penelitan dengan judul ”Efektifitas Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) Tahun 2018 dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Pensertifikatan Tanah di Badan

Pertanahan Nasional Kota Banjarbaru”. Jenis penelitian yang dilakukan penulis untuk menunjukkan pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan mewawancarai informan sebanyak 5 orang untuk memberikan hasil dalam analisis penelitian dan pembahasan. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa efektivitas Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) Tahun 2018 dalam meningkatkan minat masyarakat pada pensertifikatan tanah di Badan Pertanahan Nasional Kota Banjarbaru selama ini sudah dilaksanakan secara efektif meliputi tujuan yang hendak dicapai dalam program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL), keefektivan kegiatan pelaksanaan, sarana dan prasarana pendukung program serta pelaksanaan program sesuai planning.

Namun dalam penerapan efektivitasnya dilapangan masih terdapat kendala seperti jumlah pegawai yang dimiliki masih belum mencukupi khususnya dalam pengukuran bidang tanah masih kurang dan Partisipasi masyarakat untuk menjaga dan mengelola tanah yang dimilikinya sangat kurang. Efektivitas Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) Tahun 2018 dalam meningkatkan minat masyarakat pada pensertifikatan tanah di Badan Pertanahan Nasional yang seharusnya dapat dilaksanakan dengan meniadakan kendala yang ada dengan langkah yakni menyediakan Sumber Daya Manusia (SDM)/petugas-petugas yang lebih mampu atau lebih memahami prosedur pelaksanaan program dan perlu ditingkatkan lagi kegiatan sosialisasi ke masyarakat. Jangan hanya sebatas masyarakat yang dapat dijangkau oleh kepala lingkungan saja, tetapi kepada seluruh masyarakat.

## 2.2. Kajian Teori

### 2.2.1. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dari bentuk komunikasi yang mana memiliki aktivitas untuk menyebarkan informasi dalam lingkup pemasaran. Dengan cara membujuk, mempengaruhi atau mengingatkan kepada sasaran pasarnya terhadap perusahaan atau produk yang tersedia, agar pasar tersebut dapat menerima, membeli dan loyal kepada perusahaan serta produk yang ditawarkan Tjiptono (2015:179).

Menurut Perreault, Cannon dan McCarthy (2014:330) memaparkan bahwa “ *Promotion is communicating information between the seller and potential buyer or others in the channel to influence attitudes and behavior*”

Definisi ini mengemukakan bahwa promosi merupakan proses mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli yang potensial atau pembeli yang lainnya untuk mempengaruhi sikap dan perilakunya. Sehingga dapat diartikan bahwa promosi merupakan proses pemberian informasi antara penjual dan pembeli, yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilakunya.

Kotler dan Armstrong (2016) menyebutkan bahwa promosi merupakan “*Promotion is refers to activities that communicate the merits of the poduct and persuade target customers ti buy it*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa promosi mengacu pada aktifitas yang bertujuan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membelinya. Sehingga promosi merupakan aktifitas komunikasi yang memiliki tujuan untuk mengenalkan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya.

Menurut Buchari (2013:179) Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi sendiri ialah untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.

Pada landasan teori mengenai promosi yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, dapat dirangkum didalam tabel berikut ini:

##### Tabel 2.2. Definisi Promosi

|  |  |
| --- | --- |
| **Sumber** | **Definisi** |
| Kotler dan Armstrong (2016) | *Promotion is refers to activities that communicate the merits of the poduct and persuade target customers ti buy it.* |
| Tjiptono  (2015: 179) | Promosi merupakan salah satu bagian dari bentuk komunikasi yang mana memiliki aktivitas untuk menyebarkan informasi dalam lingkup pemasaran. Dengan cara membujuk, mempengaruhi atau mengingatkan kepada sasaran pasarnya terhadap perusahaan atau produk yang tersedia, agar pasar tersebut dapat menerima, membeli dan loyal kepada perusahaan serta produk yang ditawarkan. |
| Perreault, P.Cannon dan McCarthy  (2014: 330) | *Promotion is communicating information between the seller and potential buyer or others in the channel to influence attitudes and behavior.* |
| Buchari  (2013: 179) | Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi sendiri ialah untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. |
| Peneliti | Promosi merupakan proses pemyampaian informasi terkait dengan Program PTSL kepada masyarakat Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakart untuk menarik minat masyarakat agar mau mengikuti program tersebut |

Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari beberapa teori yang telah dipaparkan diatas, bahwa promosi merupakan proses penyampaian informasi dalam bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli, bertujuan untuk membujuk dan menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan agar konsumen tersebut bersedia untuk membelinya.

Dalam penelitian ini penulis mengacu kepada dimensi promosi yang dijelaskan oleh Amstrong, Kotler dan Opresnik (2017). Dalam teori ini disebutkan bahwa dimensi dari promosi terbagi kedalam 5, diantaranya yaitu:

1. **Advertising**. “*Any paid from of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or services by an identified sponsor*”

Segala bentuk pembayaran non-pribadi dan proomosi berupa ide, barang atau jasa oleh sponsor yang diidentifikasi.

1. **Sales Promotion**. “ *Short-tern incentives to encourage the purchase or sale of a product or service*”

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan.

1. **Personal Selling**. “*Personal customer interactions by the firm’s sales force for the purpose of engaging customers, making sales, and building customer relationships*”

Interaksi pelanggan pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan untuk tujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan.

1. **Public Relations (PR)**. “*Building good relation with the company’s various publics by obtaining favorable publicity, building up a good corporate image, and handling or heading off unfavorable rumors, stories, and events*”

Membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang baik, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghindari desas-desus, cerita, dan peristiwa yang tidak menguntungkan.

1. **Direct and Digital Marketing**. “*Engaging direct with carefully targeted individual consumers and customer communities to both obtain an immediate response and build customer relationships*”

Terlibat langsung dengan konsumen individu dan komunitas pelanggan yang ditargetkan dengan hati-hati untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Menurut Perrault, P.Cannon dan McCarthy (2014) didalam promosi terdapat beberapa dimensi, diantaranya yaitu:

1. **Personal Selling and Customer Service**. “*Involves direct spoken communication between sellers and potential customers. Customer service is a form of personal communication between a customer and seller to resolve a problem with purchase*”

Melibatkan komunikasi lisan langsung antara penjual dan pelanggan potensial. Layanan pelanggan adalah bentuk komunikasi pribadi antara pelanggan dan penjual untuk menyelesaikan masalah dengan pembelian.

1. **Mass Selling**. “*is communicating with large numbers of potential customers at the same time*”

Cara berkomunikasi dengan sejumlah besar pelanggan potensial pada saat yang sama

* + **Advertising**. “*Any paid from of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or services by an identified sponsor”*

Segala bentuk pembayaran non-pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang diidentifikasi

* + **Publicity**. *“ Is* *any unpaid from of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or services. Of course, publicity people are paid”*

Apakah segala bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau layanan yang tidak dibayar. Tentu saja, publisitas orang dibayar.

1. **Sales Promotion**. “*Refers to promotion activities-other than advertising, publicity, and personal selling- that stimulate interest, trial, or purchase by final customers or others in the channel*”

Mengacu pada kegiatan promosi - selain iklan, publisitas, dan penjualan pribadi - yang merangsang minat, percobaan, atau pembelian oleh pelanggan akhir atau orang lain di saluran.

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Keller dalam Apriyani (2017) mengemukakan bauran promosi merupakan:

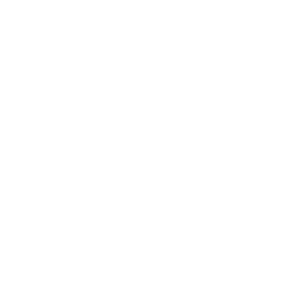
“*Marketing communications mix are eight main models of communication such "Advertising, Sales Promotion, Event And Experiences, And Publicity Public relations, online and social media marketing, mobile marketing, direct and database marketing, Personal Selling*”. *Marketing communications mix are eight main ways of communication, among others*:

## 2.3. Kerangka Pemikiran

Sertifikat tanah merupakan salah satu bukti hak sah secara hukum, Program Prioritas Nasional berupa Percepatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) adalah proses pendaftaran tanah untuk pertama kali, yang dilakukan secara serentak dan meliputi semua obyek pendaftaran tanah yang belum didaftarkan di dalam suatu wilayah desa atau kelurahan atau nama lainnya yang setingkat dengan itu. Melalui program ini, pemerintah memberikan jaminan kepastian hukum atau hak atas tanah yang dimiliki masyarakat. Program PTSL ini merupakan inovasi pemerintah melalui Kementerian ATR/BPN untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat: sandang, pangan dan papan. Program tersebut dituangkan dalam Peraturan Menteri No 12 tahun 2017 tentang PTSL dan Instruksi Presiden No 2 tahun 2018.

Ketercapaian target Program PTSL di Kabupaten Purwakarta untuk tahun 2021 ini secara keseluruhan baru mencapai 44,86 persen. Persentase ini merupakan rata-rata ketercapaian dari seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Purwakarta. Bahkan ada kecamatan yang ketercapaiannya hanya 0 persen. Artinya tidak ada satu orang pun masyarakat yang mengikuti Program PTSL ini. Salah satu dari kecamatan tersebut adalah Kecamatan Wanayasa. Untuk di Kecamatan Wanayasa, apabila dijabarkan lebih lanjut, maka untuk setiap desa/kelurahan yang ada di kecamatan tersebut juga ketercapaiannya adalah 0 persen juga. Artinya tidak ada masyarakat di kelurahan-kelurahan yang ada di Kecamatan Wanayasa berminat untuk mengikuti program tersebut. Hal ini senada dengan definisi dari minat yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, minat merupakan sikap yang muncul pada masyarakat Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta untuk mengikuti program PTSL. Adapun dimensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *attention* dan *intention.* Hal tersebut karena penelitian ini ingin memaparkan mengenai perhatian dan ketertarikan masyarakat terhadap Program PTSL.

Dari kerangka pemikiran diatas, maka kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:



**Promosi**



*Advertising*

(

i

klan

di televisi

, radio,

dan Instagram)



*Personal*

*Selling*

(

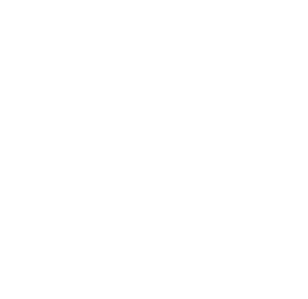
penyuluhan

di

dan

kecamatan

rumah)



**Minat Masyarakat**



*Attention*



*Int*

*ention*

###### Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

## 2.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

1. Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah cara seseorang individu atau kelompok itu berkomunikasi. Promosi

1. *Advertising*, adalah segala bentuk pembayaran non-pribadi dan proomosi berupa ide, barang atau jasa oleh sponsor yang diidentifikasi.
2. *Sales Promotion*, adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan.
3. *Personal Selling*, Interaksi pelanggan pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan untuk tujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan.
4. *Public Relations,* adalah membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang baik, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghindari desas-desus, cerita, dan peristiwa yang tidak menguntungkan.
5. *Direct and Digital Marketing,* terlibat langsung dengan konsumen individu dan komunitas pelanggan yang ditargetkan dengan hati-hati untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan dengan pelanggan.
6. Minat

Menyatakan bahwa minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan (Kinnear dan Taylor dalam Fitriah, 2018).

Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor – faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi. Minat beli konsumen merupakan keinginan seorang konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorangpun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Namun, dalam penelitian ini, minat konsumen merupakan sikap yang muncul pada masyarakat Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta untuk mengikuti program PTSL.

# 

# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

## 3.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan studi kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara. Bogdan dan Tailor (Moleong, 2004:3) mendefinisikan “metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Hal ini berarti pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau organisasi kedalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari keutuhan.

## 3.2. Subyek dan Obyek Penelitian

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut penulis mendeskripsikan bahwa objek penelitian adalah Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta. Sementara itu, subyek yang dipilih adalah masyarakat Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta yang memiliki tanah tetapi belum memiliki Sertifikat Hak Miliki (SHM) atas tanah tersebut.

## 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap, penulis menggunakan teknik *triangulation* (triangulasi) sebagai salah satu bentuk pengumpulan data kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi ini merujuk pada pengumpulan informasi (data) sebanyak mungkin dari berbagai sumber (manusia, latar dan kejadian) melalui berbagai metode (Alwasilah, 2003). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara mendalam (*In-depth Interview*)
2. Observasi
3. Dokumentasi
4. Studi kepustakaan

## 3.4. Teknik Analisis Data

1. Reduksi data (data reduction)

Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.

1. Pengumpulan data (data collection)

Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi - narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.

1. Penyajian data (data display)

Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.

1. Penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification)

Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.

1. Evaluasi

Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

Dari kelima tahap analisis data diatas setiap bagian-bagian yang ada di dalamnya berkaitan satu sama lainnya, sehingga saling berhubungan antara tahap yang satu dengan tahap yang lainnya.

## 3.5. Keabsahan Hasil Penelitian

1. Triangulasi sumber (data)

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

1. Triangulasi metode.

Triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

1. Triangulasi penyidikan.

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan penulis atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data, contohnya membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

1. Triangulasi teori

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.

## 3.6. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang akan penulis lakukan maka penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta dan Kantor ATR/BPN Kabupaten Purwakarta.

## 3.7. Jadwal Penelitian

Penelitian direncanakan akan dilakukan dengan jadwal sebagai berikut :

##### Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

| **NO** | **KEGIATAN** |  |  |  | **BULAN** | |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| 1 | Pengurusan perijinan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Pembuatan Proposal Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Proses bimbingan dan revisi proposal penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Seminar Proposal/Usulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Revisi Proposal/Usulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Proses penelitian (pencarian data ke lapangan) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Pengolahan hasil penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Pembuatan laporan hasil penelitian (Bab IV dan V) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Bimbingan dan revisi Draft Tesis |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Ujian Tesis |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Revisi Tesis |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 

# BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Hasil Penelitian

### 4.1.1. Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) dan

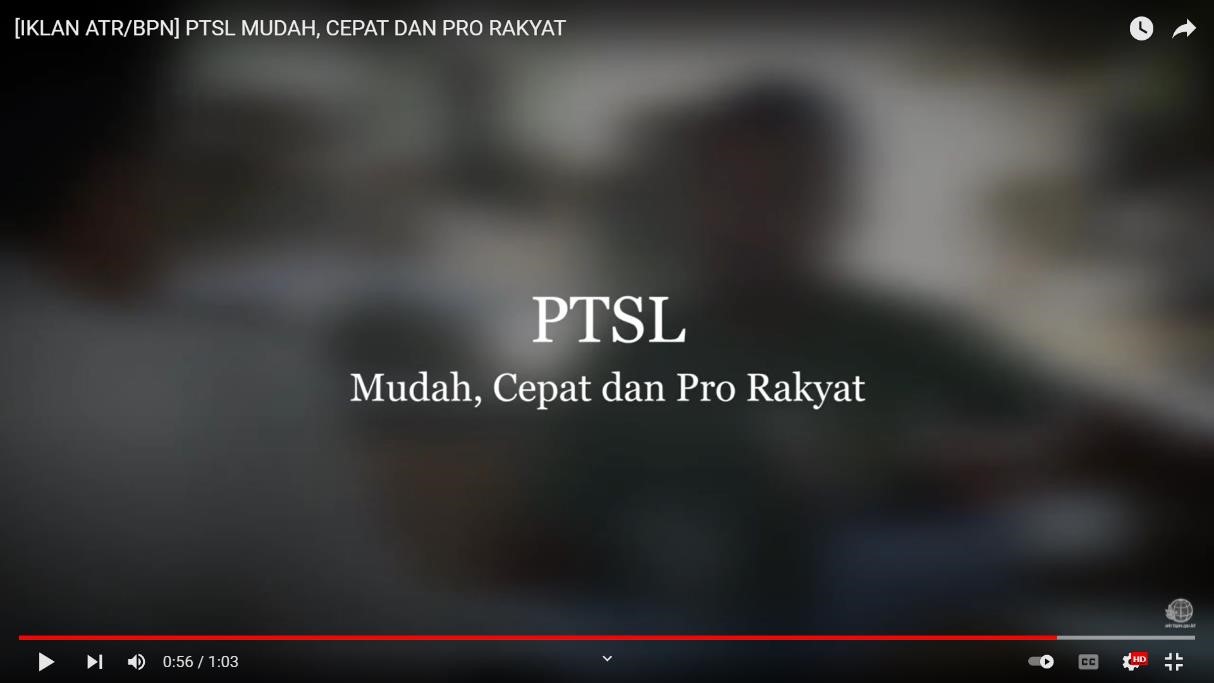
1. Untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum kepada pemegang hak atas suatu bidang tanah, satuan rumah susun dan hak-hak lain yang terdaftar agar dengan mudah dapat membuktikan dirinya sebagai pemegang hak yang bersangkutan.
2. Untuk menyediakan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan termasuk Pemerintah agar dengan mudah dapat memperoleh data yang diperlukan dalam mengadakan perbuatan hukum mengenai bidang-bidang tanah dan satuan-satuan rumah susun yang sudah terdaftar.
3. Untuk terselenggaranya tertib administrasi pertanahan
4. Menurut Instruksi Presiden (Inpres) Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2018 tentang Percepatan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) menyatakan bahwa Pertama: Mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing dalam rangka pelaksanaan percepatan.

Pendaftaran Tanah secara Sistematis Lengkap di seluruh wilayah Indonesia sebagai Gerakan Nasional dengan tujuan utama agar terwujudnya pendaftaran tanah

### 4.1.2. Pola Komunikasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kabupaten Purwakarta

1. Iklan di televisi nasional;

Iklan program PTSL dibuat langsung oleh Kementerian ATR/BPN dan disiarkan pada televisi nasional. Tidak hanya disiarkan pada televisi nasional tetapi juga pada kanal Youtube Kementerian ATR/BPN. Berikut ini adalah tampilan iklan Program PTSL di televisi nasional dan kanal Youtube Kementerian ATR/BPN:



###### Gambar 4.1. Iklan Program PTSL di Televisi Nasional

Sumber: [[IKLAN ATR/BPN] PTSL MUDAH, CEPAT DAN PRO RAKYAT - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=ZeeHN0DHFnw)

1. Iklan di radio Pro 93.1 FM Purwakarta;
2. Iklan di akun Instagram Kantor ATR/BPN Purwakarta;

Berikut ini merupakan salah satu informasi terkait dengan Program PTSL yang dimuat dalam akun Instagram dari Kantor ATR/BPN Purwakarta:

Graphical user interface, text, application, chat or text message

Description automatically generated

# BAB V PENUTUP

## 5.1. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagi berikut:

1. Pola komunikasi Program PTSL di Kabupaten Purwakarta dinilai tidak jelas dan menarik oleh masyarakat di Kecamatan Wanayasa walaupun sebagian besar dari mereka pernah mendengar atau melihat iklan atau program penyuluhan terkait dengan program PTSL ini. Hal ini berkaitan dengan informasi yang disampaikan dalam kegiatan promosi tersebut tidak dapat ditangkap dengan jelas serta tidak menarik dari sisi desain iklan. Informasi dan desain iklan yang terlalu umum serta di desain untuk semua kalangan (misalnya iklan di televisi nasional yang menggunakan Bahasa Indonesia) menjadi kelemahan dari iklan yang selama ini sudah dibuat. Masyarakat di kecamatan ini berlatar belakang sebagai petani dengan tingkat Pendidikan yang tidak tinggi sehingga perlu penyesuaian dalam penggunaan bahasa dan desain dari iklan.

## 5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pembuatan media sosialisasi tentang Program PTSL dengan menggunakan bahasa (misalnya Bahasa Sunda) dapat dilakukan agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat Wanayasa yang berlatar belakang petani.

1. Informasi yang di munculkan dalam kegiatan promosi baik di media (social maupun konvensional) dapat ditekankan pada manfaat apa yang dapat mereka peroleh di kemudian hari dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan minat mereka mengikuti program PTSL
2. Kegiatan penyuluhan di kecamatan atau desa dengan membatasi kehadiran warga atau menggunakan beberapa sesi sosialisasi dapat dilakukan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan promosi melalui penyuluhan di Kecamatan. Selain itu, kegiatan penyuluhan secara langsung ke rumah-rumah oleh petugas juga dapat ditingkatkan karena dapat melayani dengan lebih baik dan memuaskan masyarakat.
3. Sosialisasi fasilitas cicilan untuk biaya pencetakan sertifikat ke desa dapat dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat mengikuti program PTSL.

# DAFTAR PUSTAKA

Abdullatif, D. (2021). Laporan Kinerja (LKj) Kantor Pertanahan Kabupaten Purwakarata Tahun 2021.

Adensyah, B., Hermawan, D., & Yulianti, D. (2019). Implementasi Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap di Kecamatan Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah. Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik, 1(1), 55–62. https://doi.org/10.23960/administrativa.v1i1.6 Armstrong, G., Kotler, P., & D.Opresnik, M. (2017). Marketing An Intoduction. New York: Pearson.

Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015).Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen BAN ACHILLES di JAKARTA SELATAN . MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen.

Apriyani, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek FRESTEA . repository.unpas.

Buchari, A. H. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Durianto, D. (2013). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Dhevi, N. S. (2015). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Penjualan Kamar Hotel Pangeran). Journal of Management.

Fitriah, M. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish.

Fatmawati, R. (2014). Pengaruh Citra Minimarket Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko ALFAMART Cikutra BANDUNG. Repository.widyatama.

Hananto, K. (2015). Pengaruh Brand Image dan Country Of Origin Image Terhadap Minat Pembelian Iphone . PARSIMONIA JOURNAL.

Handayani, A. A., & Yusriyadi. (2019). Pendaftaran Tanah Melalui Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL). Notarius, 12(1), 537–549.

Ismaya, I., Najib, M., & Said, N. M. (2019). Metode Pelayanan Informasi Pensertifikatan Tanah Negara Melalui Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap Di Kantor Pertanahan Kabupaten Enrekang. Jurnal Diskursus Islam, 7(1), 34–52. https://doi.org/10.24252/jdi.v7i1.9708

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis Terapan

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing (Global Edition). London: Pearson

Kara, A. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia di BBM Grup Terhadap Minat Beli. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kurnia, D. (2013). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap minat beli mahasiswa Univeristas Negeri Padang terhadap kartu M3. Jurnal Manajemen.

Nardi, A. A. (2017). Pengaruh Atribut Produk Honda PCX Terhadap Minat Beli di Perdana Motor Cimahi. Repository.widyatama.

Oladepo, O. I., & Abimbola, O. S. (2015). The Influence Of Brand Image and Promotional MIX On Consumer Buying Decision - A STUDY OF BEVERAGE CONSUMERS IN LAGOS STATE, NIGERIA . British Journal of Marketing Studies.

Penitasari, N. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Abon LELE BANG ZAY . eprints.umm.ac.id.

Permadi, P. C. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis.

Permani, F. H. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Minat Menjadi Anggota Bandung Street Workout Addict. repository.widyatama.

Perreault, W. D., P.Cannon, J., & McCarthy, E. J. (2014). Basic Marketing. New York: MC Graw Hill.

Putri, F. (2016). Pengaruh persepsi, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap citra merek . repository.unpas.

Pratiwi, S. (2019). Efektivitas Pelaksanaan program Pendaftaran Tanah Sistematis

Lengkap (PTSL) dalam rangka pemberian sertifikasi tanah gratis di kecamatan Medan Marelan Kota Medan. In Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Ramadhan, A. G. (2017). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Nike Running. Diponegoro Journal of Management.

Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan INDIHOME di Propinsi DKI Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana.

Rizan, M., Handayani, K. L., & kresnamurti, A. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Indomie dan Mie Sedap). Jurnal Riset Sains Manajemen Indonesia.

Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI MENCIRIM MEDAN . Jurnal Manajemen & Bisnis.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kauntitatif, kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Suharto, C. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi.

Sacadikiara, E. H. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Sreamous Bandung. Jurnal Prosiding Manajemen.

Sari, Y. P. (2016). Persepi Kualitas Jasa dan Citra Dalam Menentukan Minat

Masyarakat Kota Bandung Untuk Menaiki BANDUNG TOUR ON BUS (BUS BANDROS) . repository widyatama

Thabrani, A. B., Hakim, H., & Darmanto. (2018). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN

PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP ( PTSL ) : MEWUJUDKAN TERTIB ADMINISTRASI PERTANAHAN KABUPATEN MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT. Jurnal Ilmu

Administrasi Dan Pemerintahan Indonesia, 3(1), 18–33.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.

Ulfa, & Asrida, W. (2019). Pelaksanaan Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) di Kecamatan Rumbai Pesisir Tahun 2018-2019. JOM Fisip, 7(2), 1–13.

Umar, H. (2013). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.

Ulum, B. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra. Jurnal Administrasi Bisnis

Vanessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 45.

Zulganef. (2018). Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen. Bandung: Refika Aditama.