

## Strategi promosi dan komunikasi “UIN SUSKA Mengajar” dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai pendidikan

Marda Al Hayyuni<sup>1</sup>, Genny Gustina Sari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

### ABSTRAK

UIN SUSKA Mengajar adalah nama sebuah komunitas yang kini sudah menjadi bagian dari unit kegiatan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. UIN SUSKA Mengajar merupakan suatu gerakan peduli pendidikan anak pedalaman dengan cara melahirkan relawan, membina relawan-relawan yang tanggap dan peduli terhadap masalah pendidikan di daerah pedalaman dan menjembatani aspirasi anak-anak pedalaman agar dapat diperhatikan pemerintah. Tujuan dari UIN SUSKA Mengajar adalah untuk meningkatkan kualitas pendidikan anak pedalaman yang tidak terjamah oleh pemerintah. Daerah Taman Nasional Bukit Tigapuluh (TNBT) Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau merupakan salah satu daerah yang saat ini menjadi fokus daerah pengembangan pendidikan UIN SUSKA Mengajar. Penelitian ini membahas bagaimana strategi promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh UIN SUSKA Mengajar dalam menjalin hubungan dengan masyarakat di Provinsi Riau agar dapat meningkatkan kesadaran pendidikan dan sekaligus membantu pendidikan anak-anak daerah pedalaman yang tidak terjangkau oleh pemerintah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik purposive. Hasil penelitian ini adalah strategi promosi dan komunikasi UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kesadaran pendidikan publik adalah dengan memfokuskan 4 (empat) elemen komunikasi, yaitu elemen komunikator yang memiliki kriteria kreadibilitas komunikator, daya tarik komunikator, dan penguasaan komunikator. Kedua, elemen komunikan yaitu latar belakang pendidikan, latar belakang agama, dan jenis kelamin. Ketiga, elemen strategi penyampain pesan yang dilakukan adalah dengan melakukan penekanan pada inti pokok pesan. Keempat adalah elemen pemilihan media, yaitu dengan memilih media cetak dan media sosial berupa Website, Instagram, Facebook, dan Whatsapp sebagai sarana membantu penyebaran informasi dan komunikasi.

**Kata-kata Kunci:** Promosi; komunikasi; kesadaran; pendidikan; publik

### *Promotion and communication strategy “UIN SUSKA Mengajar” in raising public education awareness*

#### ABSTRACT

“UIN SUSKA Mengajar” is the name of a community that is now part of the student activity unit at the Sultan Syarif Kasim Riau State Islamic University. “UIN SUSKA Mengajar” is a movement to care for rural children’s education by creating and fostering volunteers who are responsive and care about educational problems in rural areas and bridging the aspirations of rural children to the government. The purpose of “UIN SUSKA Mengajar” is to improve the quality of education of rural children who are unreachable by the government. The Bukit Tigapuluh National Park (TNBT) area of Indragiri Hulu Regency, Riau Province, is one of the areas currently the focus of the UIN SUSKA Mengajar education development area. This study discusses how the communication strategy carried out by “UIN SUSKA Mengajar” in establishing relationships with rural communities in Riau Province in order to increase educational awareness and, at the same time, help the education of their children. The method used in this research is descriptive qualitative using purposive techniques. The results of this study are the promotion and communication strategies of UIN SUSKA Mengajar in increasing public education awareness by focusing 4 (four) elements of communication, namely the communicator element that has communicator creativity criteria, communicator appeal, and communicator mastery. Second, the communicant element, namely educational background, religious background, and gender. Third, the element of the message delivery strategy that is carried out is to put emphasis on the core message. The fourth is the element of selecting promotional media, namely by choosing print media and social media in the form of websites, instagram, facebook, and whatsapp as a means of helping the dissemination of information and communication.

**Keywords:** Promotion; communication; awareness; education; public

**Korespondensi:** Marda Al Hayyuni, S.I.Kom. Universits Riau. Kampus Bina Widya Jl.HR Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293. Email: mardaalhayyuni@gmail.com

Submitted: July 2018, Accepted: February 2020, Published: August 2020

ISSN: 2528-6927 (printed), ISSN: 2541-3678 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas>

## PENDAHULUAN

Kendala pendidikan yang ditulis dalam Kilas Balik Dunia Pendidikan oleh U.S Agency for International Development (USAID) menyebutkan bahwa dunia pendidikan di Indonesia masih memiliki beberapa kendala yang berkaitan dengan mutu pendidikan diantaranya adalah keterbatasan akses pada pendidikan, jumlah guru yang belum merata, serta kualitas guru itu sendiri dinilai masih kurang. Terbatasnya akses pendidikan di Indonesia, terlebih lagi di daerah desa berujung kepada meningkatnya arus urbanisasi untuk mendapatkan akses ilmu yang lebih baik di perkotaan.

Andreas Juliskar menulis tentang “Kualitas Pendidikan di Indonesia” beliau mengatakan bahwa Indonesia belum sepenuhnya terpenuhi secara optimal dari segi pendidikannya. UNESCO dan Balitbang juga membuktikan adanya data bahwa kualitas pendidikan Indonesia masih tergolong kategori rendah. Banyak penyebab yang terjadi, seperti rendahnya sarana fisik, kualitas dari seorang guru yang belum memadai, kesejahteraan guru yang masih rendah, prestasi siswa yang rendah, mahalnya biaya pendidikan, hingga rendahnya kesempatan untuk pemerataan pendidikan.

Tribun News Pekanbaru memberikan data bahwa masalah pendidikan sangat penting untuk

diperhatikan karena pemerintah memiliki peran besar dalam meningkatkan mutu pendidikan di setiap daerah, terutama pada setiap daerah terpencil yang letak geografisnya jauh dari perkotaan. Salah satunya provinsi Riau yang juga mengalami permasalahan terkait pendidikan. Jika diperhatikan secara serius, saat anak-anak yang tidak dapat menikmati bangku pendidikan masih banyak, bahkan angka anak putus sekolah di Riau juga masih tinggi. Berdasarkan dari data Pokok Pendidikan Provinsi Riau mencatat jumlah angka putus sekolah untuk jenjang pendidikan SD pada tahun 2016 lalu masih mencapai 2057 siswa. Sementara untuk jenjang pendidikan SMP sendiri tercatat angka putus sekolah mencapai 1080 siswa. Sedangkan untuk jenjang sekolah SMA dari data di dinas pendidikan tercatat sebanyak 794 siswa putus sekolah. Selanjutnya SMK juga memikirkan angka putus sekolah yang tinggi mencapai 1293 siswa. Dinas pendidikan provinsi Riau mengatakan penyebab masih adanya putus sekolah di Riau diakibatkan pengaruh sosial dan ekonomi”.

Tingginya angka putus sekolah di provinsi Riau membuka mata dari berbagai pihak untuk membentuk gerakan peduli terhadap pendidikan anak-anak di Riau dalam bentuk organisasi diantaranya IPMK2M (Ikatan Pelajar Mahasiswa Kabupaten Kepulauan Meranti), UKM Riau Mengajar, Komunitas 1000 Guru

Riau, dan beberapa komunitas atau organisasi lainnya. Salah satu organisasi yang terbilang muda dan cukup pesat berkembang dalam meningkatkan kualitas pendidikan Indonesia adalah salah satu UKM di Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang bernama UKM “UIN SUSKA Mengajar”.

UIN SUSKA Mengajar (USM) berdiri pada tahun 2012. Organisasi ini merupakan gerakan peduli terhadap pendidikan anak-anak pedalaman melalui wadah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang pada awalnya hanya merupakan program kerja Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA RIAU dengan nama kabinet bersahabat. Pada tahun 2013-2014 ketika pergantian masa kepengurusan didalam BEM, akhirnya program kerja ini menjadi sebuah komunitas yang berhasil menjalankan program mulai jilid II, jilid III dan jilid IV. Sampai pada tahun 2016, program ini ditetapkan oleh rektor menjadi UKM tetap di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Tujuan UIN SUSKA Mengajar adalah meningkatkan kualitas pendidikan anak pedalaman dengan cara melahirkan, membina relawan-relawan yang tanggap dan peduli masalah pendidikan di daerah pedalaman dan menjembatani aspirasi anak-anak pedalaman agar dapat diperhatikan pemerintah. Pada tahun 2013 merupakan ekspedisi pertama yang dilakukan USM Ke Desa Rantau Langsung,

Kec. Batang Gansal Kabupaten Indragiri Hulu (INHU) Provinsi Riau. Desa tersebut terdiri 14 dusun yaitu desa pabidayan, leman, siamang, bengayauan, air tabu, air buluh, nunusan, maketung, tanjung lintang, air bomban, rimpahan, sadan, suit, dan datai yang terletak di dalam Taman Nasional Bukit Tigapuluh (TNBT) dan juga terdiri dari tiga suku asli riau yaitu suku melayu tua, talang mamak, dan kubu.

Daerah tertinggal adalah daerah kabupaten yang relatif kurang berkembang dibanding daerah lain dalam skala nasional, dan berpenduduk relatif tertinggal (Bappenas, 2006). Jauhnya daerah dari pusat pemerintahan membuat sarana komunikasi tidak berjalan dengan baik sehingga menjadi hal yang menyebabkan tertinggalnya suatu daerah. Pemberlakuan undang-undang No.22 tahun 1999 tentang otonomi daerah memberitahu kita tentang perkembangan daerah secara demokratis dan lebih kondusif. Anggaran Pendapatan Asli Daerah (PAD) di beberapa desa tertinggal masih sangat rendah. Dengan rendahnya pendapat daerah tersebut membuat masyarakat merasa sulit untuk lebih membuat pendidikan layak.

Keterbatasan prasarana dan sarana komunikasi, transportasi, kesehatan, pendidikan dan pelayanan lainnya menyebabkan masyarakat di daerah tertinggal mengalami kesulitan untuk melakukan aktivitas ekonomi dan sosial sehingga akan menurunkan kemampuan sosial

dan ekonomi masyarakatnya (Djuwendah, 2013). Sedangkan penelitian lain mengatakan masalah pendidikan yang ada di daerah terpencil antara lain kurangnya sarana dan prasarana pendidikan seperti gedung sekolah atau media-media pendukung lainnya (Kalisaya, 2017). Selain itu, kualitas pendidik yang “pas-pasan” juga merupakan penyebab pendidikan di daerah terpencil terkesan tertinggal.

UIN SUSKA Mengajar sebelumnya sudah melakukan survey di berbagai daerah dan ternyata daerah Rantau Langsat Kabupaten Indragiri Hulu merupakan salah satu daerah yang memang perlu diperhatikan masalah pendidikan dan sosialnya. Sebagian besar anak-anak pedalaman yang berada dalam 14 dusun kawasan Taman Nasional Bukit Tigapuluh (TNBT) masih ada yang belum bisa baca tulis, menghitung, dan tidak bersekolah. Menurut Alfarizi selaku pembimbing UKM UIN SUSKA Mengajar mengatakan bahwa pendidikan disana masih minim dikarenakan akses menuju ketempat tersebut sangat jauh.

Program pertama yang dijalankan oleh UIN SUSKA Mengajar dan masih berjalan hingga saat ini adalah program yang bernama *one month one thousand* (OMOT). Program ini melakukan hal yang sangat sederhana yaitu dengan meminta sumbangan senilai 1000 rupiah per orang kepada mahasiswa UIN SUSKA RIAU. Dana yang terkumpul akan

digunakan untuk membantu anak-anak di suku Talang Mamak, dan untuk beasiswa pendidikan anak-anak suku pedalaman tersebut. Setelah program ini berjalan selama 2 tahun, UIN SUSKA Mengajar sudah berhasil memberikan dana beasiswa kepada 24 orang anak suku pedalaman. Anak-anak tersebut tersebar di beberapa pondok yaitu di Pekanbaru Pondok Darul Muqommah Rumbai yang berjumlah 17 siswa santri, pondok Arisalah di Ponorogo dengan jumlah 4 santri, di Nahdatul Qur'an 1 orang santri, dan yang terakhir Sabil Al Salam yang berjumlah 2 santri. Selain itu juga ada 2 mahasiswi kebidanan di Pekanbaru Hospital Media Center (PMC). Dan akan terus bertambah jumlah siswa setiap tahun.

Selain program *one month one thousand* (OMOT), UIN SUSKA Mengajar juga memiliki beberapa program lain yaitu program balek kampung yang terdiri dari mengajar dan pelabuhan curhat, UIN SUSKA *Care Day*, dan program kajian Strategis. Dengan beberapa program inilah yang membedakan UIN SUSKA Mengajar dengan organisasi peduli pendidikan lainnya di Riau. Bukan hanya itu, UKM UIN SUSKA Mengajar juga menanamkan nilai-nilai keislaman kepada setiap anak daerah pedalaman sebagai bekal mereka dalam hal keagamaan. Bahkan sebuah pondok pesantren sedang dalam proses pembangunan dibantu masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu, dimana

pondok pesantren inilah nanti yang akan menjadi tempat menimba ilmu anak-anak suku asli di daerah tersebut.

Keberhasilan UIN SUSKA Mengajar dalam mempromosikan dan menjalankan program organisasi mereka kepada masyarakat terkait keadaan pendidikan merupakan salah satu bagian dari strategi UIN SUSKA Mengajar. Oleh karena itu perencanaan dan strategi sangat dibutuhkan dalam mengkomunikasikan pesan dari sebuah program kepada komunikan untuk mencapai tujuan organisasi.

Suatu usaha atau kegiatan promosi dibutuhkan perencanaan yang disebut sebagai perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi harus dilakukan sepanjang sebuah kegiatan atau program itu dilaksanakan. Perencanaan komunikasi juga menjadi dokumen kerja yang dapat dirubah dan diperbaharui secara periodik sesuai dengan perubahan kebutuhan khalayak (Cangara, 2014). Perencanaan memberi kemudahan agar penyebarluasan pesan dari komunikator kepada khalayak dapat tertuju secara tepat. Melalui *channel* (saluran) promosi yang tepat, dan *timing* (waktu) yang tepat pula. Dengan membuat strategi promosi dan komunikasi yang baik pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik pula kepada komunikan. Sedangkan proses perencanaan komunikasi yang biasa dilakukan meliputi *prospecting* khalayak sasaran melalui

kegiatan *hunting*, *listing*, merancang isi pesan komunikasi, memilih media komunikasi yang tepat, menentukan sumber pesan, menentukan penggunaan periklanan, memberikan *service listing* kepada khalayak sasaran, serta mengevaluasi (Marta, 2016).

Strategi diartikan sebagai usaha yang dilakukan dengan merencanakan dan manajemen agar tercapainya sebuah tujuan. Strategi promosi dan komunikasi dapat menjelaskan dan menunjukkan cara menjalankan kegiatan secara teknis dapat dilakukan, seperti bagaimana operasionalnya dan bagaimana mempromosikan kegiatannya. Strategi promosi dan komunikasi juga merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan. Semakin baik strategi promosi dan komunikasi yang dijalankan, maka baik pula hasil yang didapatkan, begitu juga dengan pesan yang disampaikan melalui media promosi yang digunakan dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi mempunyai fungsi ganda baik secara makro maupun secara mikro (Effendy, 2011).

Promosi dan komunikasi sangat berhubungan dan berkaitan antara satu sama lain. Dalam mengenalkan sesuatu baik berupa produk atau suatu kegiatan dapat dilakukan dengan cara mempromosikan produk atau kegiatan tersebut kepada khalayak. Salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran adalah dengan promosi.

Pada hakikatnya promosi adalah bentuk dari komunikasi pemasaran. Dalam melakukan aktivitas promosi terdapat kegiatan menyebarkan informasi, membujuk, mengajak, dan mempengaruhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bagian dari komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang sesuatu kegiatan atau produk. Selain itu juga, untuk mencapai keberhasilan promosi dan komunikasi dibutuhkan juga sebuah strategi yang baik.

Strategi dalam proses komunikasi tidak dapat dipisahkan, hal ini karena dalam komunikasi terdapat komponen seperti komunikator (Pemberi pesan), pesan, *channel* (saluran pesan), komunikan (penerima pesan), dan efek. Strategi adalah langkah-langkah atau cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Strategi memiliki sifat jangka panjang, sehingga kegiatan dalam komunikasi apakah berhasil atau tidak tergantung dengan strategi yang dijalankan.

Menurut Salusu, ada empat tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut *master strategy* yaitu *Enterprise Strategy* yang berkaitan dengan respon masyarakat, *Corporate Strategy* yang berkaitan dengan misi organisasi, *Business Strategy* yang menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat, dan bagaimana menempatkan organisasi di hati masyarakat. Dan terakhir adalah *Funcsional Strategy*

yang merupakan pendukung dan penunjang kesuksesan strategi lain.

Masyarakat mengenal keberadaan UIN SUSKA Mengajar karena keberhasilan promosi yang mereka jalankan. Keberhasilan UIN SUSKA Mengajar dalam menjalan berbagai programnya menjadi perhatian masyarakat merupakan keberhasilan dari strategi yang dilakukan UIN SUSKA Mengajar dalam mempromosikan organisasinya kepada masyarakat umum untuk peduli teradap kehidupan masyarakat suku asli/ suku pedalaman sehingga tujuannya dapat tercapai.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga (Cangara, 2014). Dari uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang strategi promosi dan komunikasi yang dilakukan UKM UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kesadaran pendidikan masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang sifatnya

mendeskripsikan dan lebih menggunakan analisa. Selain itu juga, proses dalam penelitian kualitatif adalah proses yang berkesinambungan sehingga dalam tahap pengumpulan data dapat dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian (Bagong, 2006). Menurut Moelong (2010) masalah yang diteliti dari segi pandangan subjek juga merupakan data. Cakupan Penelitian kualitatif tertuju pada penelitian tentang kehidupan dalam suatu masyarakat, sejarah, tingkah laku masyarakat, atau hubungan kekrabatan (Moleong, 2010). Objek penelitian merupakan permasalahan yang hendak diteliti. Objek penelitian sebagai variabel dari penelitian, yakni sesuatu yang merupakan kunci utama dari problematika penelitian (Arikunto, 2010). Objek dalam penelitian ini adalah promosi dan komunikasi UIN SUSKA Mengajar.

Penelitian dilakukan di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau dengan jadwal penelitian dilakukan mulai dari juni 2017- februari 2018. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini mengkategorisasikan peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dengan masalah penelitian (Bungin, 2005).

Subjek dalam penelitian ini yaitu 6 orang informan yang merupakan anggota UKM USM dan 1 orang sebagai informan pendukung dengan kriteria yaitu berkapasitas

sebagai penyusun strategi, maksudnya adalah memiliki jiwa kepemimpinan dan aktif dalam UKM USM. Memiliki wewenang mengambil kebijakan terhadap program UKM USM. Memiliki pengalaman empiris sebelumnya terhadap kegiatan-kegiatan yang diadakan UKM USM. Dan yang terakhir adalah sudah mengenal UKM USM.

Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Dengan mencari berbagai informasi, berita analisis konsep-konsep hasil pemikiran para ahli yang terdapat didalam buku, karya tulis ilmiah, artikel, nternet, media cetak, dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas (Moleong, 2010). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan saat jam *Briefing* dan bertempat di UIN SUSKA Riau. Adapun alat wawancara yang digunakan adalah rekaman dan tulisan yang diambil saat informan menjelaskan dan menjawab pertanyaan dari peneliti. Selain itu peneliti juga membawa seorang asisten untuk membantu mengambil gambar dan video rekaman sebagai data pendukung.

Dalam memperoleh data, peneliti melaksanakan obeservasi ke lokasi UKM UIN SUSKA Mengajar dan tempat UKM UIN SUSKA Mengajar melakukan sosialisasi program-programnya sehingga dapat menangkap arti dan fenomena dari segi yang lebih obyektif tidak hanya dari pengertian

subjek penelitian dan dapat melihat apa yang terjadi dilapangan, hingga dapat melihat kesesuaian atau ketidak sesuaian apa yang dihayati oleh subyek penelitian sehingga memungkinkan peneliti untuk memastikan bahwa apa yang disampaikan oleh subyek tersebut dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti (Moleong, 2010).

Untuk mendapatkan kebenaran seingga dapat dipertanggung jawabkan, maka peneliti melakukan perpanjangan keikutsertaan dalam penelitian ini. Peneliti juga berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dengan cara berusaha ikut turun langsung kedalam kegiatan UIN SUSKA Mengajar saat mereka melakukan program-programnya seperti saat melakukan sosialisasi pegumpulan dana dalam program *one month one thousand* untuk biaya pendidikan anak pedalaman yang telah disekolahkan UIN SUSKA Mengajar. Kemudian ikut serta mengunjungi anak-anak pedalaman yang telah disekolahkan di pondok pesantren Darul Haq Rumbai dan ikut *briefing* bersama anggot UIN SUSKA Mengajar. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik validasi data, dengan mewawancara anggota UIN SUSKA Mengajar dan pihak sasaran dari UIN SUSKA Mengajar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UIN SUSKA Mengajar sebagai salah satu

gerakan yang ambil andil dalam meningkatkan pendidikan anak pedalaman yang tidak terjamah oleh pemerintah, melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan kesadaran pendidikan masyarakat pedalaman Provinsi Riau. Sasaran dari Strategi komunikasi yang dilakukan UIN SUSKA Mengajar terbagi menjadi dua, yaitu sasaran yang ditujukan kepada masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman agar terciptanya kesadaran pendidikan dikalangan mereka. Dan kedua adalah sasaran strategi komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat umum seperti mahasiswa, masyarakat umum perkotaan, dan para petinggi-petinggi penting untuk meningkatkan rasa kepedulian mereka terhadap pendidikan anak-anak suku asli atau suku pedalaman sekaligus dapat membantu jalannya program UIN SUSKA Mengajar.

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi mengacu pada elemen komunikasi, yakni: *who says what, to whom through what channels, and what effect* (Cangara, 2014). Langkah strategi komunikasi tersebut sesuai dengan langkah yang dilakukan oleh UIN SUSKA Mengajar dalam mencapai tujuan dari organisasinya yaitu dengan memfokuskan 4 elemen komunikasi yaitu komunikator, komunikasn, pesan, dan media.

Dalam Strategi pemilihan komunikator yang dilakukan UIN SUSKA Mengajar memiliki 3 kriteria yang diperhatikan yaitu kredibilitas



komunikator, daya tarik komunikator, dan penguasaan komunikator. Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan. Seseorang yang akan menyampaikan pesan harus memiliki kredibilitas tinggi. Kredibilitas komunikator merupakan sebuah kondisi dimana komunikator dianggap memiliki kemampuan atau keahlian tersendiri dalam berkomunikasi sehingga komunikator yang dipilih adalah komunikator yang aktif, dapat dipercaya, jujur dan menarik.

Setiap orang yang bergabung dalam organisasi UIN SUSKA Mengajar, akan mendapatkan proses seleksi yang baik sekaligus akan melewati proses interview yang dilakukan oleh anggota lama UIN SUSKA Mengajar. Hal ini dilakukan adalah agar setiap anggota yang bergabung menjadi bagian dari organisasi UIN SUSKA Mengajar memang benar-benar memiliki tujuan dan komitmen yang baik, akhlak yang baik, dan tentu saja mau bekerja keras untuk membangun dan menciptakan tujuan dari organisasi. Proses seleksi inilah yang membuat anggota UIN SUSKA Mengajar terdiri dari orang-orang yang memiliki keahlian dan kompetensi yang baik dan memiliki kredibilitas baik.

Setelah memiliki komunikator yang kredibel, maka selanjutnya komunikator harus memiliki daya tarik untuk menarik perhatian masyarakat. Komunikator yang lihai dalam berbicara, aktif, dan memiliki akhlak yang

baik akan menciptakan daya tarik tersendiri kepada komunikan. dibicarakan. Hal ini sesuai dengan komunikator yang cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman dan terlatih dinilai tinggi keahliannya (Kosasih, Setianti, & Wahyudin, 2017). Hal pertama yang dilakukan oleh UIN SUSKA Mengajar untuk mendapatkan daya tarik ini adalah dengan mendekati masyarakat terlebih dahulu. Ketika sudah terbangun komunikasi antara anggota UIN SUSKA Mengajar dengan masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman, maka disitulah saat yang baik bagi anggota UIN SUSKA Mengajar untuk memberikan informasi sekaligus menceritakan maksud dan tujuan dari kedatangan mereka. Salah satu hasil dari kedekatan UIN SUSKA Mengajar dengan masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman dituangkan dalam salah satu program UIN SUSKA Mengajar yaitu program balek kampung. Program balek kampung ini sebagai wujud lanjutan dari perkenalan UIN SUSKA Mengajar kepada masyarakat suku asli Riau/ suku pedalaman agar tali persaudaraan mereka tidak putus begitu saja. Sehingga lewat program ini, ada hari-hari tertentu yang menjadi agenda rutin UIN SUSKA Mengajar untuk kembali berkunjung ke desa tersebut. Selain memiliki kedekatan dengan masyarakat, komunikator juga dalam menarik perhatian masyarakat yaitu sering memakai *atribute* atau seragam

yang menunjukkan kekompakan UIN SUSKA Mengajar. Penggunaan seragam ini sebagai salah satu strategi komunikator lewat pesan non verbalnya saat melakukan pendekatan kepada masyarakat agar terlihat formal.

Kriteria terakhir dalam strategi pemilihan komunikator adalah tentang penguasaan komunikator. Setiap komunikator dituntut untuk memiliki pengetahuan yang luas. Bukan saja pengetahuan terkait organisasi dan tujuan dari organisasinya, tetapi pengetahuan-pengetahuan umum agar tidak membuat komunikator menjadi kaku saat berkomunikasi. Sisi positif dari komunikator yang memiliki pengetahuan luas juga dapat mempermudah komunikator saat melakukan pengenalan dan pendekatan kepada masyarakat. Oleh karena itu, UIN SUSKA Mengajar memilih komunikator sesuai dengan bidangnya masing-masing. Misalnya untuk melakukan lobby kepada pihak penting, maka komunikator yang ditunjuk adalah komunikator yang senior. Alasan UIN SUSKA Mengajar menunjuk anggota yang senior sebagai komunikator adalah tingkat penguasaannya terhadap organisasi beserta tujuannya lebih dikuasai oleh anggota yang senior.

Tiga kriteria dalam strategi pemilihan komunikator dilakukan agar dapat mengubah opini dan pandangan masyarakat sehingga memahami dan mau mengikuti apa yang menjadi tujuan dari UIN SUSKA Mengajar dalam

meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman khususnya yang berada di daerah kawasan Taman Nasional Bukit Tigapuluh (TNBT) Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Keberhasilan dalam strategi pemilihan komunikator dalam meyakinkan masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman terbukti dengan adanya kemauan dari anak-anak suku asli atau suku pedalaman untuk menimba ilmu keluar dari daerah mereka, dan tentu saja juga mendapat dukungan dari orangtua mereka yang awalnya sedikit sekali kesadaran akan pendidikan anak mereka.

Elemen kedua dalam strategi komunikasi adalah komunikasi atau khalayak sasaran. Komunikasi merupakan orang yang menjadi lawan bicara komunikator sehingga disebut komunikasi. Strategi pemilihan komunikasi sangat perlu untuk menunjang keberhasilan sebuah organisasi. Hal ini karena akan terjadinya keterkaitan antara organisasi dengan khalayak sasaran. Jika lawan bicara atau khalayak sasaran tidak ditentukan maka akan membuat kecacauan dalam penyampaian pesan atau informasi. Sehingga studi mengenai khalayak juga penting dilakukan untuk menyelidiki makna yang diterima oleh khalayak (Uswatun, 2017).

Khalayak sasaran UIN SUSKA Mengajar dalam menjalankan programnya terbagi menjadi 2 khalayak sasaran. Pertama untuk meningkatkan

kesadaran pendidikan masyarakat suku asli Riau atau suku pedalaman, khalayak sasarannya adalah masyarakat dari kalangan masyarakat suku asli atau suku pedalaman yang tersebar di berbagai dusun yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu yang dalam hal ini merupakan salah satu fokus wilayah pengembangan program UIN SUSKA Mengajar. Dan yang kedua adalah untuk menumbuhkan rasa kepedulian masyarakat terhadap kondisi pendidikan yang belum merata di Negeri ini, maka khalayak sasarannya adalah masyarakat umum seperti masyarakat perkotaan, mahasiswa, dan petinggi - petinggi penting.

Kriteria khalayak sasaran dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman adalah mulai dari anak-anak hingga dewasa dengan latar belakang pendidikan, latar belakang agama, dan jenis kelamin yang ditentukan. Penetapan kriteria latar belakang pendidikan guna untuk melihat anak-anak yang putus sekolah sekolah atau masyarakat yang memang masih perlu menerima ilmu pengetahuan mendalam. Selain itu juga, latar belakang pendidikan ini berguna untuk memberikan beasiswa kepada anak-anak yang ingin lanjut bersekolah atau kembali duduk dibangku sekolah dengan kriteria yang ditetapkan adalah minimal SD dan Maksimal SMP atau belum pernah sekolah sama sekali. Yang kedua adalah latar belakang agama yaitu anak-anak yang beragama islam. Hal ini karena

UIN SUSKA Mengajar berasal dari kampus islami dan jenjang pendidikan yang disediakan untuk anak-anak yang mau bersekolah adalah pesantren. Namun tidak bisa dipungkiri apabila ada anak-anak yang non islam yang ingin belajar dan mau masuk pesantren maka anak tersebut akan dibina dahulu dan sudah memiliki persetujuan orangtua mereka.

Dan yang terakhir adalah jenis kelamin. Jenis kelamin menjadi salah satu kriteria khalayak sasaran dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman berguna untuk mempermudah proses jalannya program organisasi. Selain itu juga, jenis kelamin berguna untuk menentukan dimana posisi anak-anak dari suku asli atau suku pedalaman apabila mereka ingin mendapatkan beasiswa dan lanjut bersekolah. Apabila anak tersebut laki-laki maka memiliki kesempatan untuk belajar dan melanjutkan pendidikan ketempat yang jauh sedangkan apabila anak perempuan akan belajar pada tempat yang lebih dekat dari daerah.

Khalayak sasaran untuk masyarakat umum seperti masyarakat perkotaan, mahasiswa, dan petinggi - petinggi penting tidak ada kriteria-kriteria khusus yang ditetapkan oleh UIN SUSKA Mengajar. Selama ada diantara mereka yang mau berdonasi dan membantu guna tercapainya tujuan dari organisasi, sudah termasuk kedalam bagian khalayak sasaran.

Strategi komunikasi pada elemen ketiga

adalah strategi Pemilihan pesan. Hal ini juga menjadi sangat penting agar strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai harapan, karena pesan inilah yang akan merubah pandangan khalayak tentang pendidikan. Dalam hal pesan yang diolah oleh UIN SUSKA Mengajar haruslah benar-benar tepat sesuai dengan kondisi masyarakat. Teknik penyampaian pesan yang dilakukan oleh UIN SUSKA Mengajar adalah dengan melakukan penekanan inti pokok pesan setiap akan melakukan sosialisasi. Keberadaan aspek pesan menjadi penting karena kegiatan komunikasi pendidikan salah satunya adalah tentang penyampaian informasi/pesan pendidikan yang berkualitas. Artinya kegiatan komunikasi menentukan kualitas kehidupan manusia, dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif sangatlah diperlukan, untuk menyampaikan ide, gagasan dan pengetahuan kepada masyarakat secara baik (Wahyuni, 2015).

Penekanan inti pokok pesan ini adalah tentang pentingnya pendidikan, manfaat pendidikan, mudahnya mengakses pendidikan, dan yang terakhir adalah adanya program-program UIN SUSKA Mengajar yang bersedia memberikan beasiswa dan membantu anak-anak dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman yang ingin memperoleh pendidikan dan melanjutkan pendidikan.

Setelah menyampaikan garis pokok pesan dengan melakukan penekanan inti pokok pesan, UIN SUSKA Mengajar juga memperhatikan bahasa atau logat yang digunakan tergantung dari khalayak sasaran mereka. Saat mereka melakukan sosialisasi ke masyarakat suku asli atau suku pedalaman, bahasa yang digunakan tentu saja bahasa yang sangat sederhana dan mereka menggunakan bahasa logat yang digunakan oleh masyarakat didaerah tersebut. Namun, saat mereka melakukan sosialisasi kepada khalayak sasaran dari masyarakat umum seperti mahasiswa, masyarakat perkotaan dan petinggi – petinggi penting, bahasa yang mereka gunakan adalah bahasa Indonesia pada umumnya. Penggunaan bahasa memang harus sangat diperhatikan karena penggunaan bahasa yang tepat agar kata-kata yang disampaikan mudah difahami oleh khalayak sasaran.

Selain penekanan inti pokok pesan, selanjutnya adalah bagaimana bentuk pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan UIN SUSKA Mengajar terdapat dua bentuk yaitu verbal dan nonverbal. Pesan verbal yang disampaikan oleh UIN SUSKA Mengajar adalah secara langsung dilakukan dan pesan nonverbalnya adalah melalui gerakan anggota tubuh, dan melalui simbol-simbol tertentu salah satunya seperti yang telah dijelaskan pada strategi komunikator yaitu saat melakukan pendekatan komunikator kepada masyarakat

suku asli atau suku pedalaman, UIN SUSKA Mengajar selalu memakai seragam universitas atau seragam lainnya yang menunjukkan kekompakan UIN SUSKA Mengajar untuk menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat secara formal.

Setelah elemen strategi pemilihan komunikator, strategi pemilihan khalayak, strategi pengelolaan pesan, maka yang terakhir adalah strategi pemilihan media. Mengutip apa yang disampaikan oleh McQuail yang menyatakan istilah media adalah 1) jendela yang memungkinkan kita melihat melebihi apa yang ada disekeliling kita; 2) penterjemah yang membantu kita memaknai pengalaman hidup kita; 3) peron atau kendaraan yang membawa informasi, komunikasi interaktif yang melibatkan *feedback* dari *audience*; 4) tiang petunjuk yang memberikan pada kita instruksi-instruksi dan arah; 5) filter yang memilah-milah bagian-bagian dari pengalaman kita dan fokus pada lainnya; 6) cermin yang merefleksikan diri kita sendiri; dan 7) penghalang yang menghalangi kebenaran (Andryani, 2015). Jika kita menyampaikan pesan tanpa media, maka pesan tersebut tidak akan sampai kepada komunikan. Media merupakan sarana penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan. Media yang sangat terkenal dizaman modern ini adalah media sosial. Banyak komunikator yang telah memakai media sosial sebagai alat

penting untuk meningkatkan manajemen isu, pemantauan lingkungan, dan komunikasi dua arah (D.K, Wright dan Hinson, 2010). Dengan memanfaatkan media sosial, UIN SUSKA MENGAJAR dapat menyebarluaskan informasi mengenai organisasinya kepada khalayak sasaran. Sebagian besar informasi mengenai UIN SUSKA Mengajar dapat diketahui publik melalui media sosial.

Untuk mensosialisasikan programnya kepada masyarakat suku asli atau suku pedalaman yang berada di Kabupaten Indragiri Hulu, UIN SUSKA MENGAJAR menggunakan media elektronik berupa audio-visual. Media ini sebagai sarana untuk membantu UIN SUSKA Mengajar dalam memberikan arahan dan prospek mengenai kegiatan dan program-program organisasinya. Dan untuk menunjang agar berjalannya program UIN SUSKA MENGAJAR kepada pihak diluar dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman, maka media yang digunakan adalah media cetak dan media sosial berupa *website*, *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*.

Media cetak berupa brosur, pamflet, dan spanduk yang biasanya digunakan oleh UIN SUSKA Mengajar saat sosialisasi penggalangan dana, untuk kegiatan sosial lainnya, dan juga untuk penerimaan anggota baru. Media sosial berupa *website*, *intagram*, *facebook* diisi oleh UIN SUSKA Menagajar dengan berbagai kisah

inspirasi, foto-foto kegiatan UIN SUSKA Mengajar, penyebaran informasi, dan lain sebagainya. Sedangkan *whatsapp* disediakan oleh UIN SUSKA Mengajar sebagai kontak secara personal yang dapat dihubungi oleh siapa saja untuk bertanya dan memperoleh informasi.

Diantara media tersebut, media yang memiliki pengaruh besar adalah media sosial karena informasi dapat tersebar dengan cepat kepada publik. siapa saja pasti dapat megaksesnya, sehingga hal ini menjadi peluang untuk UIN SUSKA MENGAJAR dalam melaksanakan programnya. Media sosial dimanfaatkan oleh UIN SUSKA MENGAJAR untuk penggalangan dana dan pengumpulan barang-barang bagi pihak luar yang ingin menyumbang pada masyarakat pedalaman yaitu masyarakat indragiri hulu.

## SIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi komunikasi UKM UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kesadaran pendidikan masyarakat suku asli atau suku pedalaman yang berada di provinsi Riau bahwa menggunakan 4 elemen dalam strategi komunikasi yaitu strategi pemilihan komunikator, pemilihan khalayak, pengelolaan pesan, dan media yang digunakan.

Strategi pemilihan komunikator UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan

kesadaran pendidikan masyarakat suku asli atau suku pedalaman di provinsi Riau Khususnya daerah Taman Nasional Bukit Tigapuluh Kabupaten Indragiri Hulu harus mempunyai kreadibilatas yang tinggi yaitu komunikator yang aktif, dapat dipercaya, jujur dan menarik. Yang kedua adalah daya tarik komunikator dengan kriteria memiliki kedekatan kepada masyarakat dan komunikator selalu mengenakan seragam yang menonjol untuk menarik perhatian khalayak. Dan yang terakhir adalah penguasaan komunikator, dimana komunikator yang dipilih merupakan komunikator yang memiliki pengetahuan yang mendalam terkait program kerja UIN SUSKA Mengajar dan beserta tujuannya.

Strategi pemilihan khalayak yang dilakukan UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kesadaran pendidikan masyarakat suku asli atau suku pedalaman di provinsi Riau terbagi menjadi dua khalayak sasaran. Yaitu khalayak sasaran pertama berasal dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman itu sendiri dengan menetapkan kriteria latar belakang pendidikan, latar belakang agama, dan jenis kelamin. Khalayak sasaran kedua adalah masyarakat yang berada diluar masyarakat suku asli atau suku pedalaman yaitu seperti mahasiswa, masyarakat perkotaan, dan petinggi-petinggi daerah.

Strategi pengelolaan pesan yang dilakukan

UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kesadaran pendidikan masyarakat pedalaman di provinsi Riau adalah dengan menggunakan pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal dilakukan secara langsung dengan melakukan penekanan inti pesan yaitu tentang pentingnya pendidikan, manfaat pendidikan, mudahnya mengakses pendidikan, dan memberitahu bahwa UIN SUSKA Mengajar bersedia memberikan bantuan berupa beasiswa kepada anak-anak dari masyarakat suku asli atau suku pedalaman yang ingin melanjutkan pendidikan. Pesan nonverbal yaitu berupa gerakan tubuh dan penggunaan simbol seperti baju seragam saat melakukan pendekatan dengan masyarakat.

Strategi pemilihan media yang dilakukan UKM UIN SUSKA Mengajar dalam meningkatkan kualitas pendidikan anak pedalaman daerah TNBT Kabupaten Indragiri Hulu adalah dengan menggunakan media cetak : spanduk dan brosur, media sosial : website, instagram, facebook, dan whatsapp. Dengan beberapa media ini, yang memiliki pengaruh yang besar adalah melalui media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andryani, K. (2015). Budaya, identitas, dan media lokal. *Jurnal Profetik*, 8(2), 5–14.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagong, S. dan S. (2006). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bappenas. (2006). *Seminar Nasional Percepatan Pembangunan Sosial Ekonomi Daerah Tertinggal*. Jakarta.
- Bungin, B. (2005). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- D.K, Wright dan Hinson, M. (2010). An analysis of new communication media use in public relation : Result of five-year trend study. *Public Relations Journal*, 4(2).
- Djuwendah, E. (2013). Strategi Pengembangan Daerah Tertinggal Di Kabupaten Garut.
- Effendy, O. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kalisaya, I. (2017). Aspirasi Pendidikan Masyarakat, Di Daerah Terpencil Desa Bugelan, Kisanoro, Wonogiri. *Jurnal Kebijakan Pendidikan*, VI(3).
- Kosasih, E. J., Setianti, Y., & Wahyudin, U. (2017). Pengaruh kredibilitas petugas terhadap sikap kepatuhan pasien tuberkulosis pada pemeriksaan dahak. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 1–10.
- Marta, R. (2016). Proses perencanaan komunikasi pada pemasaran properti PT Era Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 52–62.
- Moleong, J. L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putri, N. E., Hakim, N., & Yamin, M. (2016). Ecological Footprint and Biocapacity Analysis for Flooding Prevention in South Sumatera. *Jurnal Mimbar*, 32(1), 58–64.
- Salusu, J. (2006). Pengambilan keputusan strategik untuk organisasi publik dan organisasi non profit. Jakarta: Grasindo.
- Uswatun, N. (2017). Studi resepsi khalayak terhadap pemberitaan Syariat Islam pada

Kompas.Com. *Jurnal Komunikasi Global*, Volume 6,(1), 74–89. Retrieved from <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195>

Wahyuni, E. (2015). Hubungan Self-Effecacy dan Keterampilan Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 05(01), 51–82.