

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA KOTA
PEKANBARU DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM
BANTUAN SISWA MISKIN (BSM) (Strategi Komunikasi Onong Uchjana
Effendy)**

Oleh; Reza Restanto Pahlawan
Email; Rezafrendship@yahoo.co.id
Pembimbing; Dr. Nurjanah, M.Si
Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi
Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. HR Subrantas Km. 12,5
Simpang Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax 0761-63272

ABSTRACT

This research, entitled the Communication Strategy Ministry of Religion of the Implementation of BSM Program. The purpose of this research was to determine the Communication Strategy Ministry of Religion of the Implementation of BSM program.

This research used a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques used were observation, interview, and documentation study, by researchers as a key instrument. The sending technique in this research using purposive sampling that researches pointed directly informant who was supposed to provide accurate information. Test the validity of data is done with reliability testing and validity testing. Descriptive analysis of the result obtained by triangulation strategy fulfillment of the communication strategy outline namely: 1) strategy of communicator selection and planning; 2) messaging strategy; 3) strategy of communication media selection; and 4) Strategy of communicator selection and planning.

The results of this research indicate that communication strategy of ministry of religion of the implementation of BSM Program has been already on target. It can be seen from fulfillment component of communication strategy as follows 1) has been chosen a communicator who has educational background in accordance with his job, has a credibility, and has an attractiveness; 2) composed messages using verbal messages that is face to face, monitoring, a letter, and internet access, and nonverbal messages that is body gesture and face expression, using the explanatory message of serving method; 3) has been chosen using a mix of direct media that is face to face, by phone, and by a letter, and indirect media that is the internet media and 4) has been chosen communican in according to the technical guidelines PIP 2016 and determining criteria according to KMA No 258 2015, and has a special reference in determining acceptance criteria of BSM program

Keyword: *Communication Strategy, BSM Program, Component of Somunication Strategy.*

PENDAHULUAN

Dalam upaya meningkatkan akses pendidikan kepada masyarakat khususnya pada siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu, pemerintah melaksanakan Program Indonesia Pintar (PIP) sebagai penyempurnaan dari Program Bantuan Siswa Miskin (BSM). Program Indonesia Pintar merupakan pemberian bantuan tunai pendidikan bagi anak usia sekolah dari keluarga pemegang Kartu Keluarga Sejahtera (KKS), atau yang memenuhi kriteria sebagaimana ditetapkan sebelumnya. Program Indonesia Pintar ditandai dengan pemberian Kartu Indonesia Pintar (KIP) kepada anak usia sekolah dari keluarga kurang mampu pemilik Kartu Keluarga Sejahtera (KKS). Kartu tersebut sebagai identitas/penanda untuk mendapatkan manfaat Program Indonesia Pintar dan hal ini hanya akan diperoleh apabila anak tersebut mendaftar di sekolah/madrasah, pondok pesantren, Kelompok Belajar (Kejar Paket A/B/C), lembaga pelatihan atau kursus.

Kementerian Agama Kota Pekanbaru merupakan instansi vertikal Kementerian Agama yang berada dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada kepala kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Kementerian Agama Kota Pekanbaru cq Seksi Pendidikan Madrasah menjalankan program Bantuan Siswa Miskin untuk seluruh madrasah mulai dari MI, MTs, dan MA se-Kota Pekanbaru sejak tahun 2014. Dari awal program ini berjalan, Kementerian Agama Kota Pekanbaru tidak memiliki kendala yang cukup signifikan yang menghambat proses pendistribusiannya.

Kegiatan pendistribusian yang dilakukan Kementerian Agama Kota Pekanbaru terkhusus pada Seksi Pendidikan Madrasah yakni melakukan pertemuan tatap muka secara langsung dengan seluruh kepala madrasah MI, MTs, MA untuk mensosialisasikan setiap periode pencarian program bantuan siswa miskin, dilanjutkan dengan penyerahan usulan siswa/i dari madrasah ke pihak kemenag, setelah usulan diterima dilanjutkan dengan memverifikasi data secara langsung ke lapangan dan kegiatan terakhir adalah penyerahan secara langsung dana siswa miskin dari kas negara ke rekening penerima bantuan sosial. Setelah itu pihak penerima juga mendapatkan pemberitahuan informasi melalui surat yang dikeluarkan oleh Seksi Pendidikan Madrasah.

Tujuan dari pertemuan langsung dan penyebarluasan pesan melalui media tidak langsung adalah agar penerima manfaat program bantuan siswa miskin dapat memahami secara baik apa hak dan kewajiban serta bagaimana teknis pendistribusian program bantuan siswa miskin yang berlaku sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Selain, melakukan sosialisasi dengan pertemuan langsung maupun melalui media tidak langsung, Kementerian Agama Kota Pekanbaru juga melakukan kerjasama dengan instansi lainnya yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang dipilih sebagai Bank penyalur untuk memfasilitasi penerima manfaat bantuan siswa miskin.

Strategi komunikasi pada dasarnya bisa diaplikasikan untuk banyak hal, tidak hanya untuk

mendukung jalannya komunikasi dalam organisasi tetapi juga dapat digunakan oleh organisasi yang bekerja dalam bidang pelayanan agar mendapatkan dukungan positif dari masyarakat. Salah satunya adalah penyebaran gagasan pembangunan dan peningkatan kehidupan masyarakat. Gagasan yang berkaitan dengan pembangunan dan peningkatan kehidupan masyarakat salah satunya adalah program Bantuan Siswa Miskin oleh Kementerian Agama cq Dirjen Pendidikan Islam dengan tujuan untuk meningkatkan akses pendidikan bagi keluarga tidak mampu.

Dari berbagai pelaksanaan program-program pemerintah yang berkaitan dengan peningkatan kehidupan masyarakat melalui peningkatan pelayanan pendidikan, tidaklah sedikit yang mengalami kegagalan. Hendaknya pemerintah merencanakan dengan baik agar program tersebut dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari strategi komunikasi, maka diperlukannya perencanaan dan strategi komunikasi dalam penyebaran pesan dan informasi kepada semua pemangku kepentingan baik pemerintah, penyalur, maupun sasaran secara terencana.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi adalah sebuah rencana menyeluruh dan terpadu untuk mewujudkan tujuan dan sasaran dengan memperhatikan ketersediaan sumber daya organisasi, keadaan lingkungan yang dihadapi, dan perhitungan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki. Pembuat

strategi bisa mengumpulkan informasi internal dan eksternal sebagai pertimbangan dalam menyusun strategi.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi.

Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi salah satu dari pendekatan-pendekatan itu dapat dianggap sebagai dasar dari sebuah strategi dan berfungsi sebagai sebuah kerangka kerja untuk perencanaan komunikasi selanjutnya. Sebuah strategi hendaknya menyuguhkan keseluruhan arah bagi inisiatif, kesesuaian dengan berbagai sumber daya yang tersedia, meminimalisir resistensi, menjangkau kelompok sasaran, dan mencapai tujuan inisiatif komunikasi.

Menurut Effendi (2005:32) dalam bukunya Komunikasi teori dan Praktek strategi komunikasi adalah perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Mohr dan Nevin mendefinisikan sebuah strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas

komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi.

Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Strategi komunikasi mempunyai fungsi yang berkaitan dengan kegiatan: (Achmad, dkk, 1997:33)

- a. Menyebarkan pesan komunikasi kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal;
- b. Menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudahan dioperasionalkannya media massa.

Komponen Strategi Komunikasi

Komponen dalam strategi komunikasi menurut Effendi (2005:35-39) adalah :

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi
Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita harus tahu siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Apapun tujuan komunikasi, metodenya, dan banyaknya sasaran, faktor-faktor yang perlu diketahui pada diri komunikan adalah:

- 1) Faktor kerangka referensi
Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan

pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.

2) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi disini adalah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikator.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa memiliki beberapa karakteristik media massa masing-masing. Kehadiran internet sebagai media komunikasi telah melahirkan berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media komunikasi yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat serta. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing media memiliki

kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Menurut Machfoedz (2010:6), macam media komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Media/saluran komunikasi langsung

Dalam saluran komunikasi langsung, dua atau lebih orang saling berkomunikasi secara langsung. Komunikasi dapat berupa tatap muka, melalui telepon, atau melalui surat. Saluran komunikasi langsung merupakan saluran yang efektif karena memungkinkan untuk berbicara dan memberikan umpan balik secara langsung.

2) Media/saluran komunikasi tidak langsung

Media/saluran komunikasi tidak langsung adalah media pembawa pesan tanpa kontak pribadi maupun umpan balik. Saluran ini meliputi media (media cetak, media siaran, dan media pamer), suasana (lingkungan yang didesain agar menciptakan atau memperkuat kecenderungan konsumen untuk membeli produk), dan peristiwa (*event*) adalah pertunjukan yang ditampilkan untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak sasaran.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran dalam strategi komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Tujuan inilah menentukan teknik yang harus diambil dan digunakan, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi.

Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran.

Peranan Komunikator dalam Komunikasi, Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Faktor penting pada diri komunikator bila ia melancarkan serangan komunikasi adalah daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Daya tarik juga dapat dilihat dari penampilan komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Kredibilitas komunikator adalah faktor yang membuat khalayak sasaran percaya kepada apa yang disampaikan oleh

komunikator dan mengikuti kemauan komunikator. Komunikator yang benar-benar menguasai permasalahan dan memiliki penguasaan bahasa yang baik cenderung dipercaya oleh khalayak sasaran.

Dari kedua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikasi harus bersikap empatik (*emphaty*), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada orang lain.

Program Bantuan Siswa Miskin

Dalam upaya peningkatan akses pendidikan kepada masyarakat khususnya pada siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu, pemerintah melaksanakan Program Indonesia Pintar (PIP) sebagai penyempurnaan dari Program Bantuan Siswa Miskin (BSM). Program Indonesia Pintar/Bantuan Siswa Miskin merupakan pemberian bantuan tunai pendidikan bagi anak usia sekolah dari keluarga pemegang Kartu Keluarga Sejahtera (KKS), atau yang memenuhi kriteria sebagaimana ditetapkan sebelumnya. Bantuan Siswa Miskin/Program Indonesia Pintar ditandai dengan pemberian kartu Indonesia pintar (KIP) kepada anak usia sekolah dari keluarga kurang mampu pemilik Kartu Keluarga Sejahtera (KKS). Kartu tersebut sebagai identitas/penanda untuk mendapatkan manfaat Program Indonesia Pintar dan hal ini hanya akan diperoleh apabila anak tersebut mendaftar di sekolah/madrasah, pondok pesantren, Kelompok Belajar (Kejar Paket A/B/C), lembaga pelatihan atau kursus. (Sumber: juknis 2016).

Penerima KIP adalah anak usia 6-21 tahun yang bersekolah maupun tidak bersekolah, yang berasal dari keluarga penerima KKS atau yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Selanjutnya anak-anak usia sekolah dari rumah tangga miskin dan rentan kemiskinan melaporkan KIP tersebut ke sekolah/madrasah untuk diusulkan sebagai penerima manfaat program tersebut. Kartu Indonesia Pintar (KIP) diberikan dengan tujuan untuk memperbaiki ketepatan sasaran penerima program agar menjangkau anak-anak usia sekolah yang berasal dari rumah tangga miskin dan rentan kemiskinan sesuai kuota dan pagu anggaran tersedia. Penyaluran manfaat Program Indonesia Pintar dilaksanakan dua kali didalam satu tahun anggaran, yaitu periode Januari-Juni dan Juli-Desember.

Program Indonesia Pintar adalah salah satu program perlindungan sosial nasional (tercantum dalam RPJMN 2015-2019) yang bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan angka partisipasi pendidikan dasar dan menengah.
- b. Meningkatkan angka keberlanjutan pendidikan yang ditandai dengan menurunnya angka putus sekolah dan angka melanjutkan.
- c. Menurunnya kesenjangan partisipasi pendidikan antar kelompok masyarakat, terutama antara penduduk kaya dan penduduk miskin, antara penduduk laki-laki dan penduduk perempuan, antara wilayah perkotaan dan perdesaan, dan antar daerah.
- d. Meningkatkan kesiapan siswa pendidikan menengah untuk memasuki pasar kerja atau

melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi.

a. Sasaran Penerima Manfaat Program Indonesia Pintar :

- 1) Peserta didik/siswa pada Madrasah Ibtidaiyah;
- 2) Peserta didik/siswa pada Madrasah Tsanawiyah; dan
- 3) Peserta didik/siswa pada Madrasah Aliyah.

b. Kriteria :

- 1) Siswa pemegang Kartu Indonesia Pintar (KIP) dan atau siswa yang berasal dari keluarga pemegang Kartu Keluarga Perlindungan Sosial/Kartu Keluarga Sejahtera (KPS/KKS) dan atau peserta Program Keluarga Harapan (PKH);
- 2) Selain kriteria diatas, apabila kuota masih tersedia, Kepala Madrasah bersama dengan Komite Madrasah dapat mengusulkan siswa lain yang dianggap pantas dan berhak mendapatkan manfaat Program Indonesia Pintar melalui Format Usulan Madrasah (FUM) dengan memenuhi salah satu kriteria berikut:

- a) Siswa dari keluarga kurang mampu dan atau telah ditetapkan sebagai penerima manfaat BSM/PIP tahun 2015 yang memiliki Surat Keterangan Rumah Tangga Miskin (SKRTM) atau Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) atau Surat Keterangan Keluarga Miskin (SKKM) dari Kelurahan/Desa dan;
- b) Siswa yang berasal dari Panti Sosial/Panti Asuhan/ yang dikelola oleh

Kementerian Sosial dibuktikan dengan Surat Keterangan dari Panti Sosial/Asuhan;

- c) Siswa yang menjadi korban musibah bencana alam dibuktikan dengan Surat Keterangan Terkena Musibah dari kelurahan/desa/madrasah;
 - d) Pertimbangan lain: siswa aktif berasal dari keluarga tidak mampu yang dibuktikan dengan Surat Keterangan dari kelurahan/desa/madrasah/pimpinan pondok pesantren
- 3) Siswa dari keluarga tidak mampu yang berasal dari provinsi Papua dan Papua Barat dapat diprioritaskan menerima manfaat PIP tanpa memiliki KIP/KKS/KPS atau peserta program PKH dibuktikan dengan SKRTM/SKTM/ SKMM dari Kelurahan/desa/madrasah.
 - 4) Berada pada usia sekolah yakni 6 – 21 tahun. Bagi anak usia sekolah (6-21 tahun) penerima KIP yang tidak terdaftar di madrasah (putus sekolah) untuk mendapatkan manfaat Program Indonesia Pintar harus mendaftarkan diri kembali ke madrasah sebelum menerima manfaat.
 - 5) Persyaratan Madrasah
 - a) Madrasah Negeri (MIN,MTsN dan MAN);
 - b) Madrasah Swasta (MI, MTs dan MA) yang memiliki ijin operasionalPenyaluran manfaat Program Indonesia Pintar disalurkan dalam bentuk uang melalui Pembayaran Langsung (LS) kepada penerima manfaat program tersebut

berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 254 Tahun 2015 tentang Belanja Bantuan Sosial Pada Kementerian Negara / Lembaga. Penyalurannya dapat dilakukan dengan cara pembayaran langsung (LS) :

- a. Dari Kas Negara ke rekening penerima bantuan sosial;

Dalam hal ini dana dari DIPA Satker oleh Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) langsung ditransfer ke rekening siswa penerima Manfaat Program Indonesia Pintar. Rekening siswa dapat berupa rekening tabungan atau penggunaan uang elektronik.

- b. Dari Kas Negara ke rekening Bank/Pos Penyalur;

Dalam hal ini Kuasa Pengguna Anggaran (KPA) membuka rekening pada Bank/ Pos Penyalur berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan mengenai pengelolaan rekening milik Kementerian Negara/Lembaga.

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi, Kantor Kementerian Agama Kabupaten Kota serta Madrasah Negeri yang memiliki alokasi anggaran PIP mencairkan anggaran tersebut sesuai dengan mekanisme yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 254 Tahun 2015 sebagaimana tersebut diatas. Pemilihan pola mekanisme penyalurannya disesuaikan dengan situasi dan kondisi setempat dengan tetap mengacu pada peraturan yang ada.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument

kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowball*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretif, dimana peneliti langsung terlibat dalam pengalaman yang berkelanjutan para partisipan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa jenis teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Observasi,

Pada saat observasi, yang di dalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti merekam/mencatat-baik dengan cara terstruktur maupun semistruktur.

- b. Wawancara,

Peneliti akan melakukan *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan. Wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*openended*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan.

- c. Dokumentasi,

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian

kualitatif. Peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dianggap penting dan berkaitan dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif bisa saja melibatkan proses pengumpulan data, interpretasi, dan pelaporan hasil secara serentak dan bersama-sama. Ketika wawancara berlangsung, misalnya, peneliti sambil mengajukan pertanyaan lalu melakukan analisis terhadap data-data yang baru saja diperoleh dari hasil wawancara ini, menulis catatan-catatan kecil yang dapat dimasukkan sebagai narasi dalam laporan akhir, dan memikirkan susunan laporan akhir.

Langkah-langkah tersebut akan diterapkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini data yang didapat ditulis dalam transkrip wawancara, lalu koding, dan selanjutnya dilakukan interpretasi data.

Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, validitas ini tidak memiliki konotasi yang sama dengan validitas dalam penelitian kuantitatif. Validitas kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap keakuratan hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan salah satu strategi validitas yaitu strategi triangulasi. Triangulasi dalam pengujian data menurut Sugiyono (2015:273) diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Pengujian data

dengan cara ini dilakukan dengan cara mengecek dan membandingkan data yang diberikan informan dengan sumber-sumber lain, informan lain, baik dengan cara yang sama maupun beda dan waktu yang sama atau beda. Penggunaan strategi triangulasi karena strategi ini mudah terjangkau untuk digunakan peneliti dan lebih mudah dipraktekkan untuk memvalidasi data ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, komunikator yang dipilih telah memenuhi syarat-syarat di atas yaitu mempunyai keahlian dibidang keilmuan, memiliki daya tarik dan memiliki kredibilitas tinggi. Komunikator telah mendapat gelar Doktor pada bidang Manajemen Pendidikan di salah satu universitas negeri terkemuka yang sesuai dengan lingkup pekerjaannya. Dengan daya tarik tersebut sasaran komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga para sasaran komunikasi bersedia taat pada pesan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Kredibilitas tinggi komunikator bersangkutan dengan rasa percaya diri dan sikap energik serta sikap empatik dalam menghadapi sasaran komunikasi sehingga timbulnya rasa kepercayaan terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator.

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh sasaran komunikasi yang mempunyai tujuan tertentu dengan teknik yang disesuaikan pada sasaran komunikasi. Pesan ini dapat berupa *verbal* dan *non verbal*. Pesan *verbal* yang digunakan yaitu melalui pertemuan tatap muka langsung,

monitoring, media internet dan media cetak, surat. Sedangkan pesan *nonverbal* yang digunakan yaitu berupa gerak tubuh dan mimik wajah komunikator.

Penyusunan pesan menyesuaikan dengan sasaran dan kriteria penerima program bantuan siswa miskin. Materi pesan untuk peserta didik Madrasah Ibtidaiyah menggunakan bahasa yang lebih sederhana, untuk peserta didik Madrasah Tsanawiyah menggunakan bahasa yang sedikit lebih formal dan informatif, dan untuk peserta didik Madrasah Aliyah menggunakan bahasa yang lebih formal.

Media adalah sarana yang digunakan untuk memindahkan/menyampaikan pesan atau informasi dari sumber kepada penerima baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik). Unsur yang menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi. Tanpa saluran tersebut pesan yang dikomunikasikan tidak dapat meyebar secara cepat, luas, dan simultan.

Pemilihan media dalam menyampaikan pesan menjadi suatu hal yang terpenting dalam strategi komunikasi. Sama halnya seperti menyusun pesan yang harus menyesuaikan dengan sasaran komunikasi maka media komunikasi juga harus menyesuaikan dengan sasaran komunikasi.

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu media ataupun gabungan beberapa media tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang digunakan. Pemilihan media haruslah tepat sesuai dengan sasaran

komunikasi karena masing-masing media memiliki kelebihan dan kelemahannya tersendiri.

Berdasarkan hasil penelitian, Kementerian Agama Kota Pekanbaru memilih untuk menggunakan gabungan beberapa media yaitu menggunakan media langsung dan media tidak langsung. Media langsung berupa pertemuan tatap muka pada saat sosialisasi dan monitoring, melalui telepon, dan melalui surat. Media komunikasi langsung merupakan media yang efektif karena memungkinkan untuk berbicara dan memberikan umpan balik secara langsung.

Sedangkan penggunaan media tidak langsung yang digunakan oleh Kementerian Agama Kota Pekanbaru adalah media internet berupa aplikasi pesan whatsapp agar pesan yang disampaikan diterima dengan cepat oleh sasaran komunikasi. Secara khusus Kementerian Agama Kota Pekanbaru belum menggunakan media lokal seperti televisi, radio ataupun media cetak untuk menyosialisasikan Program Bantuan Siswa Miskin (BSM) pada masyarakat luas. Tetapi Kementerian Agama Kota Pekanbaru menyosialisasikan Program Bantuan Siswa Miskin (BSM) secara langsung melalui pertemuan tatap muka.

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita harus tahu siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Apapun tujuan komunikasi, metodenya, dan banyaknya sasaran, faktor-faktor yang perlu diketahui pada diri komunikan adalah faktor kerangka referensi seseorang yang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup

dam status sosial, serta faktor situasi dan kondisi sasaran komunikasi saat ia menerima pesan dari komunikator. Sasaran komunikasi merupakan suatu elemen penting dalam proses komunikasi, karena sasaran komunikasilah yang menjadi sasaran dalam penyampaian informasi.

Dalam penyusunan strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekanbaru mengenai program bantuan siswa miskin, yang menjadi sasaran komunikasi adalah peserta didik pada Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, dan Madrasah Aliyah. Sasaran komunikasi tersebut dibedakan menjadi beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yaitu sebagai berikut:

Penetapan mengenai pemilihan sasaran komunikasi dipermudah dengan adanya acuan kriteria yang dilampirkan oleh Kementerian Agama Kota Pekanbaru berupa Formulir Calon Penerima Manfaat Bantuan Siswa Miskin. Pendekatan komunikasi dilakukan pada saat monitoring ke madrasah dan komunikasi kelompok yang dilakukan pada saat sosialisasi. Pengkategorian sasaran guna mempermudah dalam mengenal sasaran program, menyusun pesan, memilih metode dan media yang akan digunakan dalam proses komunikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Bantuan Siswa Miskin (BSM), Kementerian Agama Kota Pekanbaru telah merumuskan strategi dalam memilih komunikator latar belakang

pendidikan, memiliki kredibilitas tinggi, dan memiliki daya tarik yang luar biasa di mata khalayak sehingga timbulnya rasa kepercayaan terhadap pesan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator. telah merumuskan strategi dalam memilih komunikator .

strategi dalam menyusun pesan dengan menggunakan pesan *verbal* yaitu pertemuan tatap muka langsung, monitoring, surat, serta media internet dan *nonverbal* yaitu gerak tubuh dan mimik wajah komunikator. Dan juga menggunakan metode penyajian pesan *explanatory* dalam menyampaikan pesan dan informasi.

Kementerian Agama Kota Pekanbaru telah merumuskan strategi dalam memilih media dengan menggunakan gabungan antara media langsung berupa tatap muka, melalui telepon, dan melalui surat, serta media tidak langsung berupa media internet.

Penerima Manfaat Program Bantuan Siswa Miskin (BSM) sesuai dengan Juknis PIP tahun 2016 dan penentuan kriteria sesuai dengan yang tertera dalam KMA Nomor 258 Tahun 2015, serta membuat formulir sebagai acuan khusus untuk mempermudah dalam proses penentuan Penerima Manfaat Program Bantuan Siswa Miskin (BSM).

Peneliti akan mengemukakan beberapa masukan mengenai permasalahan yang diteliti untuk masa yang akan datang :

- a) Bagi Kementerian Agama Kota Pekanbaru diharapkan mampu meningkatkan kinerja dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi sesuai dengan Standar Operasional Pegawai (SOP);

- b) Bagi Kementerian Agama Kota Pekanbaru diharapkan mampu meningkatkan sistem pelayanan masyarakat yang lebih optimal;
- c) Bagi Kementerian Agama Kota Pekanbaru, diharapkan dapat memperluas penggunaan media dalam pelaksanaan program-program seperti penggunaan media internet yaitu *website* dan media sosial guna meningkatkan pemahaman masyarakat luas tentang program-program yang dilaksanakan;
- d) Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian berikutnya agar meneliti secara lebih rinci tentang strategi komunikasi dengan metode yang berbeda;
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Rosdakarya.
- Kreitner, Robert and Kinicki, Angelo. 2005. *“Perilaku Organisasi” Buku 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Liliweri. Alo. 2004. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Achmad, dkk. 1997. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Ansari, B.I. 2009. *Komunikasi Matematika Konsep dan Aplikasi*. Banda Aceh: Yayasan Pena.
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.
- Creswell, J.W. 2000. *Research Design: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- _____. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar & Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Pustaka Setia, Bandung.
- Pace, R. Wayne and Faules, Don F. 2001. *“Komunikasi*

- Organisasi*". Bandung: ROSDA.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning for Public Relations, second edition*. London: Laurence Erlbaum Associates Publisher.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumber Skripsi:**
- Pratiwi, Adelisa. 2012. Strategi Komunikasi Direktorat Penyiaran dalam Mengkomunikasikan Peraturan dan Kebijakan Proses Perizinan Penyiaran. Universitas Indonesia.
- Kaderia, Iqbal. 2014. Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (Bpjs) Kesehatan Makassar Dalam Menyosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional (Jkn). Universitas Hasanuddin.
- Internet:**
- Rinaldi, Irwan. 2016. *Pengertian dan Aspek-Aspek Komunikasi*. [online]. (update Agustus 2016) dalam <http://www.hobo18.com/2016/08/pengertian-komunikasi.html?m=1> [diakses 03 April 2018]
- Ambar.2017.*Teori Strategi Komunikasi – Pengertian – Landasan*. [online]. (update 11 Agustus) dalam <https://pakarkomunikasi.com/teori-strategi-komunikasi> [diakses 17 Mei 2018]
- Peraturan Perundang-Undangan:**
- KMA Nomor 258 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas KMA Nomor 14 Tahun 2015 tentang Pedoman Program Indonesia Pintar pada Kementerian Agama*, Jakarta: Kementerian Agama RI.
- PMA No. 13 tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama*, Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Permenkeu RI Nomor 254 Tahun 2015 tentang Belanja Bantuan Sosial pada Kementerian Negara/Lembaga*, Jakarta: Kementerian Keuangan RI.
- Publikasi Resmi Lembaga Pemerintah:**
- Petunjuk Teknis Program Indonesia Pintar (PIP)*, 2016. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019*, 2014. Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.