

PERENCANAAN KOMUNIKASI *INDONESIAN YOUTH EDUCATE AND SOCIAL* DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM I-YES MENGAJAR

Oleh: Anggeh Afelina Hutagaol
Email: anggehafelinah@gmail.com
Pembimbing: Nita Rimayanti, M. Comm

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl HR. Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Pendidikan yang berkualitas di Indonesia saat ini masih belum merata dirasakan hingga ke pelosok negeri termasuk daerah-daerah terpencil yang ada di provinsi Riau. Padahal untuk dapat menciptakan percepatan pembangunan yang merata khususnya di bidang pendidikan, dibutuhkan partisipasi dari semua pihak. Tidak hanya mengandalkan pemerintah pusat, tetapi juga keaktifan dari pemerintah provinsi, pemerintah daerah dan lintas masyarakat terutama para pemuda. Hal inilah yang melatar belakangi *Indonesian Youth Educate and Social (I-YES)* membuat program peduli pendidikan daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) yaitu I-YES Mengajar. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat perencanaan sasaran komunikasi, perencanaan saluran dan media komunikasi, perencanaan pesan dan evaluasi perencanaan komunikasi oleh I-YES dalam mengimplementasikan program I-YES Mengajar.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini terdiri dari enam orang, dimana informan terlibat langsung dalam program I-YES Mengajar. Subjek dipilih dengan menggunakan teknik purposive. Studi ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara semistruktur, observasi dan dokumentasi. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini penulis menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, khalayak yang menjadi sasaran dalam program I-YES Mengajar ini terdiri atas empat kelompok sasaran yakni dengan sasaran utamanya adalah sasaran relawan yaitu pemuda yang ada di kota Pekanbaru selanjutnya sasaran pemerintah, sasaran penyandang dana dan sasaran masyarakat yang menjadi lokasi program I-YES Mengajar. Kedua, media yang dominan digunakan dalam penyampaian pesan adalah media sosial instagram dan didukung dengan saluran dan media komunikasi lainnya. Ketiga, pesan yang disampaikan dalam program I-YES Mengajar ini adalah bentuk pesan verbal dan nonverbal dan juga pesan yang bersifat informatif, persuasif dan edukatif dan didukung dengan data, foto dan video tentang kondisi sebenarnya yang dialami oleh anak-anak di daerah 3T. Keempat, Evaluasi dilakukan I-YES dalam dua tahap. Evaluasi tahap pertama merupakan evaluasi internal dan evaluasi tahap kedua adalah evaluasi eksternal.

Kata Kunci : Perencanaan Komunikasi, Model Assifi dan French, *Non-Government Organizations*.

COMMUNICATION PLANNING OF INDONESIAN YOUTH EDUCATE AND SOCIAL IN IMPLEMENTING THE I-YES MENGAJAR PROGRAM

By: Anggeh Afelina Hutagaol
Email: anggehafelinah@gmail.com
Counsellor: Nita Rimayanti, M. Comm

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl HR. Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Quality education in Indonesia is still not evenly felt throughout the country including remote areas in Riau province. Even though in order to create a uniform acceleration of development, especially in the field of education, participation from all parties is needed. Not only relying on the central government, but also the activeness of the provincial government, local government and cross-community, especially the youth. This is the background of Indonesian Youth Educate and Social (I-YES) to create a 3T regional education program (Frontier, Outermost, Disadvantaged), namely I-YES Mengajar. The purpose of this study is to look at the planning of communication audiences, channel planning and communication media, message planning and communication planning evaluation by I-YES in implementing the I-YES Mengajar program.

This research uses descriptive qualitative research type. The subject of this study consisted of six persons, where the informants were directly involved in the I-YES Mengajar program. Subjects were selected using a purposive technique. This study uses data collection techniques through semistructural interviews, observation, and documentation. To achieve the validity of the data in this study the authors used an extension of participation and triangulation.

The results of the study show that firstly, the target audience in the I-YES Mengajar program consists of four target groups namely the main target is the target of volunteers namely youth in Pekanbaru city, then the government's target, the target of funders and the target community I-YES Mengajar. Second, the dominant media used in message delivery is instagram social media and is supported by channels and other communication media. Third, the message conveyed in the I-YES Mengajar program is a form of verbal and nonverbal messages as well as messages that are informative, persuasive and educative and supported by data, photos and videos about the actual conditions experienced by children in the 3T area. Fourth, I-YES evaluation is carried out in two stages. The first evaluation is an internal evaluation and the second evaluation is an external evaluation.

Key Words: Communication Planning, Model of Assifi dan French, Non-Government Organizations.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dan terdiri atas ribuan pulau yang terhampar dari Sabang sampai Merauke. Namun demikian, pembangunan di beberapa wilayah Indonesia masih sangat jauh tertinggal dan cenderung berjalan lamban. Hingga saat ini masih banyak daerah-daerah terpencil dan pelosok yang kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah. Hambatan geografis menjadi masalah utama dalam hal pembangunan di Indonesia. Faktor sarana dan prasarana penghubung seperti jalan, jembatan dan lain sebagainya memberikan pengaruh terhadap kurangnya akses yang dapat dirasakan oleh penduduk di daerah terpencil. Hal tersebut membuat masyarakat yang berada di daerah-daerah terpencil tidak dapat merasakan layanan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat seperti fasilitas pendidikan yang layak.

Masih banyak daerah-daerah di Indonesia yang sangat tertinggal khususnya dalam bidang pendidikan. Pendidikan yang berkualitas masih belum merata dirasakan hingga ke pelosok negeri ini. Kondisi ekonomi, budaya dan geografis menjadi batasan bagi anak-anak di daerah terpencil untuk mendapatkan pendidikan dasar. Kesenjangan kualitas pendidikan antara di kota dengan di daerah-daerah masih tinggi. Sekolah-sekolah di beberapa daerah tersebut belum mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia, khususnya di daerah-daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) masih banyak dijumpai kondisi di mana anak-anak belum terlayani pendidikannya. Mulai dari bangunan sekolah yang tidak layak, tenaga pendidik yang tidak memadai, serta kualitas pendidikan yang masih rendah.

Untuk menciptakan percepatan pembangunan yang merata khususnya

di bidang pendidikan, dibutuhkan partisipasi dari semua pihak. Tidak hanya mengandalkan pemerintah pusat, tetapi juga keaktifan dari pemerintah daerah, provinsi dan juga lintas masyarakat terutama para pemuda. Pembangunan pendidikan di daerah perlu melibatkan partisipasi masyarakat lebih banyak untuk mengatasi permasalahan pendidikan di daerah-daerah terpencil tersebut. Pemerintah tidak bisa sendiri dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, dibutuhkan pionir-pionir yang bersedia turun langsung untuk membantu mengatasi masalah pendidikan di Indonesia. Hal inilah yang melatarbelakangi organisasi *Indonesian Youth Educate and Social* (I-YES) untuk membuat program yang terfokus terhadap pendidikan di daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal).

Indonesian Youth Educate and Social (I-YES) merupakan organisasi non pemerintah/*Non-Government Organizations* (NGO) yang mewadahi pergerakan pemuda-pemudi Indonesia yang peduli terhadap isu pendidikan di daerah 3T (Terdepan, Terluar & Tertinggal) dan menginspirasi masyarakat untuk berperan aktif terhadap isu-isu sosial lingkungan. I-YES didirikan pada tanggal 24 April 2014 dan telah memiliki badan hukum (legalitas). Organisasi I-YES berpusat di kota Pekanbaru dan sudah memiliki regional yang tersebar di empat kota di Indonesia antara lain Padang, Bengkulu, Jakarta dan Bandung. Program dan kegiatan yang telah dilaksanakan I-YES antara lain I-YES Mengajar, *Pekanbaru Clean City* (PCC), *Workshop* Nasional, dan masih banyak lagi.

Salah satu program *Indonesian Youth Educate and Social* yang peduli terhadap pendidikan di daerah 3T adalah I-YES Mengajar. Melalui program ini I-YES tidak hanya aktif

menyuarakan pemerataan pendidikan saja tetapi juga melakukan aksi nyata dengan turun langsung ke lapangan memberikan edukasi dan sosialisasi kepada anak-anak dan masyarakat di daerah 3T (Terdepan, Terluar & Tertinggal). I-YES Mengajar sendiri pernah mendapatkan penghargaan dari *Lenovo Inspiration Hunt 2016* sebagai 10 project sosial terbaik dan menginspirasi se-Indonesia. Program I-YES dilakukan sebagai bentuk kontribusi generasi muda bagi negeri dan juga ikut andil dalam mendukung *SDGs (Sustainable Development Goals)* poin keempat yaitu *Equality Education* yang fokus menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan adil, serta mempromosikan kesempatan belajar yang setara bagi semua orang.

Dalam kajian ilmu komunikasi, sebuah perencanaan diperlukan dalam manajerial kegiatan. Perencanaan adalah perumusan tujuan usaha, prosedur, metode dan jadwal pelaksanaannya; di dalamnya termasuk ramalan tentang kondisi yang akan datang dan perkiraan akibat dari rencana terhadap kondisi tersebut. Perencanaan dalam suatu kegiatan adalah sangat penting karena perencanaan akan memberi efek baik pada pelaksanaan maupun pengawasan (Yasir 2011:1-2). Untuk mencapai tujuan diperlukan perencanaan yang matang termasuk perencanaan komunikasi. Menurut John Middleton (dalam Cangara, 2013:45), perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Dilla (2007:181) menyatakan untuk melakukan sesuatu kegiatan yang diharapkan akan dapat mencapai hasil seperti yang diharapkan hendaklah menggunakan rencana. Dalam bidang komunikasi dikenal perencanaan komunikasi. Perencanaan yang baik selalu memerlukan beberapa

tahapan dalam penerapannya sehingga mencapai sasaran yang dituju, tahap tersebut yaitu: analisa khalayak, penentuan tujuan, pemilihan media, rancangan pesan dan evaluasi program.

Pelaksanaan kegiatan I-YES Mengajar dilakukan secara bertahap, yang dimulai dari kegiatan persiapan dan perencanaan. Persiapan yang dilakukan dalam rangka implementasi program I-YES Mengajar adalah dengan melakukan sosialisasi dan komunikasi program ini terhadap berbagai pihak. Sasaran komunikasi dalam mendukung pengimplementasian program ini terdiri dari beberapa kelompok sasaran. salah satunya yaitu para pemuda di kota pekanbaru, karena nantinya yang akan menjalankan program I-YES Mengajar ini adalah para relawan muda tersebut.

Selain itu, Tim I-YES juga melakukan kampanye di area *Car Free Day* dan sosialisasi di beberapa kampus yang ada di Pekanbaru. Dalam hal ini, tim I-YES melakukan kampanye terkait pentingnya pendidikan yang berkualitas dan merata bagi anak-anak di daerah 3T. Dalam kampanye tersebut pesan yang disampaikan tim I-YES yaitu mengajak masyarakat khususnya pemuda untuk peduli terhadap pendidikan di daerah-daerah 3T tersebut dengan cara ikut berpartisipasi dan berkontribusi dalam program I-YES Mengajar. Kontribusi yang diberikan bisa

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti “Perencanaan Komunikasi *Indonesian Youth Educate and Social* Dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar.”

TINJAUAN PUSTAKA

Perencanaan Komunikasi

Adapun pengertian perancangan komunikasi menurut beberapa pakar

adalah sebagai berikut (Cangara, 2013:45):

1. Menurut John Middleton (1978), perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebani oleh organisasi.

2. AMIC (1982), perencanaan komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis dan

kontinu dalam mengorganisir aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumber daya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijaksanaan komunikasi.

3. Menurut Robin Mehall perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

Tahap Proses Perencanaan Komunikasi

Dalam bidang komunikasi dikenal perencanaan komunikasi. Perencanaan yang baik selalu memerlukan beberapa tahapan dalam penerapannya sehingga mencapai sasaran yang dituju, tahap tersebut yaitu:

a. Analisa khalayak

Analisa khalayak merupakan tahap awal yang sangat menentukan arah dan tujuan perencanaan. Tahap ini menganalisis segmen masyarakat sasaran yang kita hadapi dari segi sosiodemografis (pendidikan, usia, jenis kelamin, etnis, kepercayaan, bahasa, pekerjaan) dan juga dari segi psikografis (aspirasi, kesenangan, kebiasaan-kebiasaan).

b. Penentuan Tujuan

Tujuan dapat didefinisikan sebagai kondisi di masa depan yang ingin dicapai. Maksud utama penentuan tujuan adalah untuk membimbing program ke arah pemecahan masalah.

c. Pemilihan Media

Pemilihan media merupakan langkah pemilihan media sebagai saluran pesan memerlukan kecermatan, dengan mempertimbangkan kelemahan dan keunggulan masing-masing media. Setidaknya diperlukan media yang dapat diakses oleh masyarakat sasaran.

d. Rancangan Pesan

Rancangan pesan diperlukan upaya terus menerus dalam meningkatkan ketrampilan komunikator agar senantiasa mengetahui pengembangan dan wacana masyarakat.

e. Evaluasi Program

Evaluasi haruslah merupakan suatu aktivitas yang melekat pada rencana program komunikasi. Aktivitas ini merupakan proses yang mengukur hasil kegiatan program komunikasi berdasarkan target atau tujuan yang hendak dicapai yang telah dirumuskan sejak memulai kegiatan.

Model Perencanaan Komunikasi Assifi dan French

Dari model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Assifi dan French ini tampaknya tidak jauh beda dengan model-model perencanaan komunikasi sebelumnya. Hanya saja bahwa model yang dibuat oleh Assifi

lebih rinci dan runtut sampai tahap akhir, yakni monitoring dan evaluasi. (Cangara, 2013:100). Langkah-langkah perencanaan komunikasi model dari Assifi dan French (1982) adalah sebagai berikut:

a. Menganalisis Masalah

Langkah pertama adalah menganalisis masalah atau *problem* yang dihadapi. Hasil analisis inilah yang menjadi titik tolak dalam menyusun perencanaan program komunikasi. Setelah melakukan analisis yang benar, kita akan mengetahui persis, apakah sebenarnya masalah yang dihadapi oleh suatu masyarakat (Yasir, 2011:60). Masalah adalah selisih antara harapan dan kenyataan, atau selisih antara aspirasi dan realitas. Untuk menemukan suatu masalah maka diperlukan fakta. (Cangara, 2013:102)

b. Menganalisis khalayak

Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

c. Merumuskan Tujuan

Dengan mengetahui masalah, maka seorang perencana program komunikasi dapat menetapkan tujuan. Tujuan adalah suatu keadaan atau perubahan yang diinginkan sesudah pelaksanaan rencana. Dalam menetapkan tujuan, seorang perencana komunikasi harus bisa menjawab pertanyaan: Mengapa Anda perlu melakukan kegiatan komunikasi dan Apa yang anda ingin capai dengan

kegiatan tersebut? Perubahan bagaimana yang anda inginkan? Sesudah itu dilanjutkan dengan pertanyaan—apakah tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan kebutuhan target sasaran (*need assesment*)? (Cangara, 2013:102).

d. Memilih media dan saluran komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk komunitas tertentu digunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok. Pengetahuan tentang pemilihan media dikalangan masyarakat harus diketahui lebih dahulu berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan. Hal ini penting untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu dan tenaga. (Cangara, 2013:120).

e. Mengembangkan Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Jika pesan tersebut bersifat komersial untuk mengajak orang membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk kesadaran masyarakat maka sifatnya harus bersifat informatif.

f. Merencanakan produksi media

Setiap media yang dipilih memerlukan perencanaan produksi yang matang agar hasil yang diperoleh nantinya dapat maksimal dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Yasir, 2011:62). Memproduksi media sangat tergantung tipe atau bentuk

media mana yang akan dibuat, sebab memproduksi media cetak sangat berbeda dengan memproduksi media elektronik demikian juga media luar ruang dan media format kecil.

g. Merencanakan manajemen

Untuk melaksanakan perencanaan program komunikasi. Diperlukan suatu pengelolaan atau manajemen agar semua unsur yang terkait dalam program yang dilaksanakan dapat berjalan dan terkoordinasi dengan baik. Pada langkah ini disusun jadwal kegiatan, pembagian kerja dan tugas untuk setiap tugas dengan menentukan masing-masing orang yang bertanggung jawab.

g. Merencanakan Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah. Efektivitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi. Evaluasi dapat dilakukan dengan dua cara, yakni evaluasi program dan evaluasi manajemen.

Implementasi

Menurut Nurdin Usman (2002:70), implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.

Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses yang melekat pada setiap kehidupan bersama dan berjalan sepanjang perjalanan umat manusia. John Dewey mengemukakan bahwa pendidikan dapat dipahami sebagai upaya “konservatif” dan “progresif” dalam bentuk pendidikan sebagai pendidikan formasi, rekapitulasi dan retrospeksi dan sebagai rekonstruksi (Imron, 2008:25).

Kerangka Pemikiran

Dalam mengimplementasikan program I-YES Mengajar ini maka tim I-YES merancang perencanaan komunikasi untuk meninformasikan program ini kepada pemerintah dan masyarakat serta mengajak berbagai pihak untuk ikut berpartisipasi mendukung implementasi program ini. Dalam perencanaan komunikasi ini peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi oleh Assifi dan French.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012:6).

Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk melakukan keabsahan data, penulis menggunakan

perpanjangan keikutsertaan dan tringulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Sasaran Komunikasi Indonesian Youth Educate and Social dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti yang menjadi sasaran komunikasi I-YES terdiri atas empat kelompok sasaran yakni sasaran relawan, sasaran pemerintah, sasaran penyandang dana dan sasaran masyarakat yang menjadi lokasi program I-YES Mengajar. Dalam hal ini yang menjadi sasaran utama I-YES adalah sasaran relawan. Karena nantinya yang akan menjalankan program I-YES Mengajar ini adalah para relawan yang tergabung. Untuk segmentasi relawan I-YES sendiri yaitu para pemuda yang berdomisili di kota Pekanbaru dengan target relawan dari kalangan mahasiswa dan komunitas-komunitas anak muda yang ada di kota Pekanbaru.

Sedangkan sasaran pemerintah yaitu terdiri dari Pemerintah Provinsi Riau, Dinas Pendidikan Provinsi Riau, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi Riau, Pemerintah Kabupaten dan Dinas Pendidikan daerah yang menjadi lokasi I-YES Mengajar. Serta sasaran penyandang dana yaitu terdiri dari perusahaan-perusahaan, kafe-kafe dan individu masyarakat.

Perencanaan Pemilihan Saluran dan Media Komunikasi Indonesian Youth Educate and Social dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar.

Berdasarkan hasil observasi peneliti penyampaian pesan tentang program I-YES Mengajar ini dilakukan I-YES secara langsung (*face to face*)

dan juga menggunakan media. Media yang paling dominan digunakan oleh I-YES dalam menyebarkan pesan mengenai program I-YES Mengajar ini adalah media sosial *instagram*. *Instagram* ini dimanfaatkan I-YES untuk memposting foto dan video mulai dari pra kegiatan hingga pasca kegiatan yang telah dilaksanakan. Selain *instagram*, media sosial lainnya yang digunakan oleh I-YES dalam menyebarkan pesan adalah *facebook*, *whatsapp*, *youtube* dan *blog*.

Penyampain pesan secara langsung juga dilakukan I-YES yakni melalui saluran komunikasi antarpribadi, saluran komunikasi kelompok dan saluran komunikasi publik. penyampaian pesan secara langsung ini dilakukan dalam kegiatan sosialisasi di kampus-kampus dan area *Car Free Day*, agenda pertemuan dengan pihak pemerintah dan perusahaan serta melakukan rapat dan diskusi dengan dengan komunitas-komunitas.

Perencanaan Pesan Komunikasi Indonesian Youth Educate and Social dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar.

I-YES dalam menyampaikan pesan mengenai program I-YES Mengajar menggunakan perencanaan bentuk pesan dan sifat pesan. Perencanaan bentuk pesan terdiri dari pesan verbal dan pesan nonverbal. Penyampaian pesan dalam bentuk verbal dilakukan oleh I-YES di berbagai kesempatan kegiatan I-YES baik perencanaan pesan secara tulisan maupun perencanaan pesan secara lisan. Pesan secara lisan disampaikan oleh I-YES secara tatap muka langsung dalam agenda pertemuan dengan pemerintah dan donatur, rapat dengan komunitas, seminar di kampus-kampus dan juga sosialisasi di area *Car Free Day*.

Sedangkan pesan secara tulisan disampaikan menggunakan surat, proposal dan selebaran. dan surat kabar. Selain menggunakan pesan verbal, I-YES juga menggunakan pesan secara nonverbal yang bertujuan untuk mendukung pesan verbal yang disampaikan.

Pesan yang bersifat informatif disampaikan I-YES berkaitan dengan informasi mengenai program I-YES Mengajar dan tujuan dari program I-YES Mengajar. Sedangkan dalam menyampaikan pesan yang bersifat persuasif, I-YES menggunakan kata-kata yang menarik dan diselipkan kata-kata persuasif atau mengajak untuk mempengaruhi sasaran, dan terakhir pesan yang disampaikan juga bersifat edukatif pesan mengenai pentingnya pendidikan yang berkualitas dan merata bagi anak-anak sekolah dan pesan mengenai program *SDGs (Sustainable Development Goals)* khususnya point ke empat yaitu *Equality Education* yang didalamnya fokus menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan adil, serta mempromosikan kesempatan belajar yang setara bagi semua orang.

I-YES dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran juga didukung dengan data, foto dan video tentang kondisi sebenarnya yang dialami oleh anak-anak di daerah 3T seperti bangunan sekolah yang tidak layak, fasilitas sekolah yang minim, jumlah guru yang mengajar sedikit, dan akses jalan yang sulit menuju ke sekolah. Data dan foto-foto tersebut dilampirkan dalam proposal dan juga diunggah dalam sosial media milik I-YES sehingga khalayak yang membaca pesan tersebut tersentuh hatinya untuk membantu pendidikan anak-anak di daerah 3T.

Evaluasi Perencanaan Komunikasi Indonesian Youth Educate and Social

dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar.

I-YES dalam hal ini selalu melakukan evaluasi setelah kegiatan I-YES Mengajar dilaksanakan. Hal ini dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kesalahan dalam segi perencanaan dan implementasi program I-YES Mengajar. Evaluasi dilakukan I-YES dalam dua tahap. Evaluasi tahap pertama merupakan evaluasi internal yang dilakukan I-YES bersama relawan dan pihak-pihak yang berkolaborasi dalam program I-YES Mengajar seperti komunitas-komunitas dan NGO-NGO yang terlibat. Sedangkan evaluasi tahap kedua adalah evaluasi eksternal yaitu evaluasi yang dilakukan bersama pemerintah provinsi dan pemerintah daerah serta dinas-dinas terkait dalam sebuah forum diskusi.

Setelah dua tahun dilaksanakan, perencanaan I-YES bisa dikatakan cukup sukses meskipun ada beberapa kendala. Hal ini dapat dilihat dari suksesnya dilaksanakan program I-YES mengajar yang telah dilaksanakan sebanyak empat kali. Selain itu tujuan dan target sasaran dari program I-YES Mengajar ini tercapai hal ini dapat dilihat dari respon positif yang diberikan dari berbagai pihak. Seperti adanya kerja sama dengan pihak pemerintah provinsi untuk program I-YES Mengajar berikutnya. Selain itu semakin banyak pemuda yang semakin peduli dalam dunia pendidikan khususnya pendidikan daerah terpencil melalui program ini dengan terlibat langsung menjadi relawan ataupun dengan cara ikut berdonasi. Hingga saat ini jumlah relawan yang sudah pernah bergabung dalam program I-YES Mengajar ini ada 50 orang.

PENUTUP Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi *Indonesian Youth Educate and Social* Dalam Mengimplementasikan Program I-YES Mengajar sebagai berikut:

1. Aspek perencanaan sasaran komunikasi oleh I-YES terdiri atas empat kelompok sasaran yakni sasaran relawan yaitu pemuda (mahasiswa dan komunitas anak muda di kota Pekanbaru), sasaran pemerintah, sasaran penyandang dana yaitu dari sektor usaha (perusahaan dan kafe-kafe) serta dari individu masyarakat dan sasaran masyarakat yang menjadi lokasi program I-YES Mengajar. Dalam hal ini, sasaran utama I-YES adalah sasaran relawan. Karena nantinya yang akan menjalankan program I-YES Mengajar ini adalah para relawan yang tergabung.

2. Aspek perencanaan saluran dan media komunikasi dalam mengimplementasikan program I-YES Mengajar dapat diketahui media yang dominan digunakan I-YES media sosial instagram. Selain itu I-YES juga menggunakan media sosial lainnya seperti, *facebook, youtube, whatsapp* dan juga media online. Serta saluran dan media komunikasi pendukung lainnya yaitu media cetak (surat kabar), media format kecil (selebaran, surat, proposal) dan media elektronik (radio), saluran komunikasi antarpribadi, saluran komunikasi kelompok dan saluran komunikasi publik, media cetak (surat kabar), media elektronik (radio), media format kecil (selebaran, surat, proposal)

3. Aspek rancangan pesan dapat diketahui I-YES dalam menyampaikan pesan mengenai program I-YES Mengajar menggunakan perencanaan

bentuk pesan dan sifat pesan. Bentuk pesan terdiri dari pesan verbal dan didukung dengan pesan nonverbal. Pesan-pesan yang disampaikan tersebut juga bersifat informatif, persuasif dan edukatif yang berupa pesan ajakan agar khalayak ikut serta berkontribusi dalam program I-YES Mengajar ini dan pesan-pesan tersebut didukung dengan data, foto dan video tentang kondisi sebenarnya yang dialami oleh anak-anak di daerah 3T sehingga khalayak yang menerima pesan tersebut tersentuh hatinya untuk membantu pendidikan anak-anak di daerah 3T.

4. Aspek evaluasi program ini dapat diketahui bahwa Evaluasi dilakukan I-YES dalam dua tahap. Evaluasi tahap pertama merupakan evaluasi internal yang dilakukan I-YES bersama relawan dan pihak-pihak yang berkolaborasi dalam program I-YES Mengajar seperti komunitas-komunitas dan NGO-NGO yang terlibat. Evaluasi ini dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kesalahan dalam segi perencanaan dan implementasi program I-YES Mengajar. Sedangkan evaluasi tahap kedua adalah evaluasi eksternal yaitu evaluasi yang dilakukan bersama pemerintah provinsi dan pemerintah daerah serta dinas-dinas terkait dalam sebuah forum diskusi.

Saran

1. Dalam penentuan sasaran penyandang dana sebaiknya I-YES lebih memilah-milah kelompok-kelompok yang ada di masyarakat dan memfokuskan pada kelompok masyarakat yang menjadi sasaran utama yang akan dituju.

2. Dalam penggunaan media, I-YES juga sebaiknya memiliki *website* resmi sebagai pusat informasi dan komunikasi I-YES dengan donatur, relawan dan masyarakat.

3. Dalam penyampaian pesan mengenai program I-YES Mengajar diharapkan bisa lebih menggunakan kata-kata atau kalimat yang dapat menyentuh hati khalayak sasaran untuk lebih peduli terhadap pendidikan di daerah 3T dan berpartisipasi dalam program I-YES Mengajar ini.

4. Hasil evaluasi yang dilakukan dengan pemerintah diharapkan untuk tetap ditindaklanjuti sehingga program I-YES Mengajar ini tetap berlanjut dan memberi dampak bagi pendidikan di daerah 3T.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ihsan, fuad. 2008. *Dasar-dasar kependidikan : komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta
- Imron, Ali. 2008. *Kebijaksanaan Pendidikan Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Manila, I.GK. 2006. *Praktek Manajemen Pemerintah Dalam Negeri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan Kedua Puluh Satu*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Komunikasi Pembangunan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, Rian. 2008. *Kebijakan Pendidikan Yang Unggul*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Riggs, Fred W. 2005. *Administrasi Negara-Negara Berkembang-Teori Masyarakat Prismatic*. Jakarta: Rajawali.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, Guntur. 2004. *Impelementasi dalam Birokrasi Pembangunan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Siswoyo, Dwi, Dkk. 2008. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Soemirat, Soleh, Hidayat Satari, dan Asep Suryana, 2007.

Komunikasi Persuasif. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna V. 2014. *Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum.* Jakarta: Raja Grafindo Persada

Wahab, Abdul S. 2004. *Analisis Kebijakan, Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijaksanaan Negara.* Jakarta: Bumi Aksara.

Widjajanto, Kenmada. 2013. *Perencanaan Komunikasi, Konsep dan Aplikasi.* Bandung: Ultimius

Yasir, 2011. *Perencanaan Komunikasi.* Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Skripsi

Annisa Citra Triyandra. 2017. *Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Smart City.* (Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau)

Monica Aprila. 2017. *Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Payakumbuh dalam Memperthankan Kota Sehat yang Berkelanjutan.* (Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau)

Jurnal

Mutia Dewi dan M. Masri Hadiwijaya. 2016. *Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera).* (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia).

Internet

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160906155806-20-156462/unesco-soroti-kesenjangan-kualitas-pendidikan-di-indonesia>, diakses 7 Mei 2018, 22.58 WIB.

<https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU2003.pdf>, diakses 8 Mei 2018, 21.19 WIB.

<https://www.riau.go.id/home/content/2015/04/23/3388-disdikbud-riau-siapkan-sarjana-untuk-guru-daerah>, diakses 8 Mei 2018, 13.50 WIB