

# **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN SIAK DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM SEKOLAH RAMAH ANAK**

**Oleh: Cici Ramadhanty**

**Pembimbing: Nova Yohana, S.Sos, M.I.Kom**

Konsentrasi Hubungan Masyarakat – Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## ***Abstract***

*The Siak Regency Education and Culture Office is cooperating with the Women's Empowerment Office for Child Protection in Population and Family Planning (DP3AP2KB) in order to make Siak Regency a Child-Friendly Regency through the Child Friendly School program. The purpose of this study was to determine the communication strategy of the Office of Education and Culture of Siak Regency in implementing the Child Friendly School program. This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques used in this study were interviews, observation, and documentation. The informants involved in this study amounted to 7 people who were determined based on a purposive technique. Data analysis techniques were carried out using the interactive data analysis model of Miles and Huberman by using data validity checking techniques, namely triangulation and extension of participation. The results of this study indicate that in implementing Child Friendly Schools, the Office of Education and Culture of Siak Regency using communication strategies include the determination of communicator strategies in which the Office of Education and Culture of Siak Regency has appointed the Head of Early Childhood Education and Education Development, Head of Elementary Development Division, and Head of Middle School Development Division as communicators. The target audience of the Office of Education and Culture of Siak Regency is children and parents as primary audiences and all school residents and the community as secondary audiences. Furthermore, in the message management strategy, the core message delivered is about the concept of child-friendly schools in accordance with existing indicators from the ministry. The method used in conveying messages is an educative method, persuasive methods and repeating reminders repeatedly to SRA message schools and holding coaching to schools every month. The media used are Whatsapp social media, print media and online media.*

***Keyword: Communication Strategy, Child Friendly School, Siak Regency  
Education and Culture Office***

## Pendahuluan

Anak merupakan generasi penerus bangsa, maka tumbuh kembang anak tidak hanya menjadi tanggung jawab orangtua, melainkan anak juga menjadi tanggung jawab bagi pemerintah dan masyarakat. Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 35 tahun 2014 tentang perlindungan anak pasal 20 dijelaskan bahwa negara, pemerintah, masyarakat, keluarga, dan orangtua berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perlindungan anak. Peran serta masyarakat tersebut baik secara perseorangan maupun kelompok. Hal ini dijelaskan pada Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 pasal 72 ayat 1 dan 2 yang berbunyi (1) masyarakat berperan serta dalam perlindungan anak, baik secara perorangan maupun kelompok, (2) peran serta masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 dilakukan oleh perseorangan, lembaga perlindungan anak, lembaga kesejahteraan sosial, organisasi kemasyarakatan, lembaga pendidikan, media massa dan dunia usaha (Waluyadi, 2009:14). Menurut UU No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak Pasal 1 ayat 1 yang dapat digolongkan sebagai anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.

Demi mendukung dan memenuhi hak-hak anak seperti yang dikatakan diatas tersebut maka pemerintah berinisiasi untuk

menciptakan lingkungan yang layak anak melalui program Kabupaten/kota layak anak (KLA). Sementara yang dimaksud dengan Kabupaten/kota Layak Anak adalah kabupaten/kota yang mempunyai sistem pembangunan berbasis hak anak melalui pengintegrasian komitmen dan sumber daya pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam kebijakan, program dan kegiatan untuk menjamin terpenuhinya hak dan perlindungan anak. Kabupaten/kota Layak Anak (KLA) mempunyai tujuan, yaitu untuk mempercepat pemenuhan hak dan perlindungan anak di Indonesia. KLA dikembangkan mulai dari Kabupaten/Kota, dimana Kabupaten/kota dapat dikatakan KLA apabila seluruh kecamatan di Kabupaten/kota tersebut layak anak dan kecamatan dapat dikatakan layak anak apabila seluruh desa/ kelurahannya layak anak serta semua RW/RT dan keluarga layak anak.

Salah satu indikator dalam pengembangan Kabupaten/kota Layak adalah adanya program sekolah ramah anak. Program sekolah ramah anak masuk ke dalam indikator Kabupaten Layak Anak di klaster ke empat yaitu pendidikan, pemanfaatan waktu luang, dan kegiatan budaya. Sekolah ramah anak merupakan program untuk mewujudkan kondisi aman, bersih, sehat, peduli, dan berbudaya lingkungan hidup, yang mampu menjamin

memenuhkan hak dan perlindungan anak dari kekerasan, diskriminasi, dan perlakuan salah lainnya, selama anak berada di satuan pendidikan, serta mendukung partisipasi anak terutama dalam perencanaan, kebijakan, pembelajaran dan pengawasan. Sekolah Ramah Anak bukanlah membangun sekolah baru, namun mengkondisikan sebuah sekolah menjadi nyaman bagi anak, serta memastikan sekolah memenuhi hak anak dan melindunginya, karena sekolah menjadi rumah kedua bagi anak, setelah rumahnya sendiri. Tujuan disusunya Kebijakan Sekolah Ramah Anak adalah untuk dapat memenuhi, menjamin dan melindungi hak anak, serta memastikan bahwa satuan pendidikan mampu mengembangkan minat, bakat dan kemampuan anak serta mempersiapkan anak untuk bertanggung jawab kepada kehidupan yang toleran, saling menghormati, dan bekerjasama untuk kemajuan dan semangat perdamaian. Satuan pendidikan diharapkan tidak hanya melahirkan generasi yang cerdas secara intelektual, namun juga melahirkan generasi yang cerdas secara emosional dan spiritual.

Sebuah sekolah dapat disebut Sekolah Ramah Anak, bila memenuhi minimal kriteria berikut ini: punya kebijakan anti kekerasan (sesama siswa, tenaga pendidik dan kependidikan, termasuk pegawai sekolah lainnya), memiliki program Usaha Kesehatan Sekolah (UKS), lingkungan sekolah yang bersih

dan sehat, menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), sekolah Adiwiyata, memiliki warung kejujuran, siswa terlibat atau dilibatkan dalam pembuatan kebijakan sekolah.

Tahun 2018 lalu, sebanyak 389 kabupaten/kota telah berkomitmen untuk menjadi Kabupaten/kota Layak Anak. Dari jumlah itu, 177 kabupaten/kota berhasil mendapatkan penghargaan dari berbagai kategori. Sekolah ramah anak juga sudah banyak diterapkan di berbagai daerah di Riau. Pemerintah dan pihak sekolah bekerjasama untuk mewujudkan sekolah ramah anak yang dapat menjadi percontohan bagi sekolah lainnya yang belum memiliki predikat ramah anak agar bisa berbenah demi masa depan anak Indonesia. Di daerah Riau sendiri, sudah ada beberapa kabupaten yang sudah ditetapkan sebagai sekolah ramah anak, seperti di kota Pekanbaru pada tahun 2018 lalu, sebanyak 96 sekolah telah ditetapkan sebagai sekolah ramah anak. Sedangkan di daerah Kampar sebanyak 120 Sekolah Dasar (SD), 80 Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 52 Sekolah Menengah Atas (SMA) sudah mengarah kepada sekolah ramah anak. Sedangkan untuk daerah Dumai sebanyak 6 sekolah dijadikan sebagai percontohan untuk mengembangkan model sekolah ramah anak diantaranya SDN Binsus Kota, SDN 012 Purnama, SMPN 1, SMPN 2, SMAN 2 dan SMAN Binsus Kota Dumai

Siak merupakan salah satu kabupaten yang telah menerima penghargaan menjadi Kabupaten/kota Layak Anak. Penghargaan diberikan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak setelah melakukan penilaian secara intensif. Penghargaan itu didapatkan karena Siak dinilai telah memenuhi beberapa indikator kabupaten/kota Layak Anak. Salah satunya program Sekolah Ramah Anak yang mulai disosialisasikan sejak tahun 2016. Saat ini, sekolah ramah anak di Kabupaten Siak semakin bertambah jumlahnya setiap tahun. Tahun 2017 lalu sebanyak 124 sekolah telah ditetapkan sebagai sekolah ramah anak, dan tahun 2019 jumlahnya semakin bertambah menjadi 221 sekolah yang masuk dalam kategori sekolah ramah anak diantaranya, SD Negeri 01 Buntan Lestari di kecamatan Bungaraya kabupaten Siak, SD Negeri 14 Teluk Mesjid kecamatan Sungai Apit Kabupaten Siak, SMP Negeri 2 Siak, serta ratusan sekolah lainnya di kabupaten Siak. Hal ini sejalan dengan terpilihnya kabupaten Siak sebagai kabupaten/kota Layak Anak pada tahun 2013, 2015, 2017, dan 2018 lalu.

Pemerintah Kabupaten Siak selalu menyambut baik program yang bertujuan untuk memajukan daerah serta menjadikan daerahnya aman dan nyaman untuk anak. Terlebih lagi program Sekolah Ramah Anak ini merupakan program dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan

Perlindungan Anak (KPPPA) dimana bertujuan untuk menghapuskan segala kekerasan terhadap anak. Hal ini dapat dilihat dari keseriusan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Siak untuk berlomba-lomba menjadikan sekolahnya ramah anak. Selain itu nantinya akan ada perlombaan SRA tingkat Nasional yang diikuti oleh berbagai sekolah di Indonesia.

Kepedulian Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Siak terhadap perlindungan pendidikan anak dibuktikan dengan nyata diwujudkan dengan penghargaan yang diraih SMPN 6 Kandis sebagai Sekolah Ramah Anak pada Peringatan Hari Anak Nasional (HAN) di Makassar, Sulawesi Selatan. Pada tahun ini pula Pemkab Siak menerima penghargaan Kota Layak Anak (KLA) untuk kategori Nindya. Pencapaian ini naik dari tahun 2018 yang hanya meraih kategori Kabupaten Layak Anak kategori Madya.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Model Komunikasi Strategis**

Strategi komunikasi dalam penjelasannya harus didukung konsep ataupun teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Pada penelitian ini, teori yang penulis gunakan adalah model komunikasi strategis, dalam konteks ini sangat diperhitungkan dimensi-dimensi lingkungan internal dan juga eksternal dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Dalam model komunikasi strategis diatas terdapat 5 unsur yaitu:

- a. Komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan, mengatakan atau menyiarkan pesan baik secara lisan maupun tulisan.
- b. Pesan yaitu informasi dan opini yang dinyatakan sebagai pesan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang.
- c. Komunikan, yaitu orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan.
- d. Respon, yaitu tanggapan dari khalayak masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan komunikator kepada komunikan.
- e. Saluran, yaitu media atau alat yang digunakan komunikator untuk diterima dan dipahami. Media yang digunakan dapat berupa media elektronik yaitu radio, dan media online. Sedangkan media cetak yang dapat digunakan yaitu berupa fotonovela yang dipasang pada papan pengumuman kantor, spanduk, dan pamflet.

### **Strategi Komunikasi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art*

*of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”, (Cangara, 2013:61).

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika.

Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media). Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya, rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan

faktor-faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran. Pada hakekatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan.

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what, to whom through what channels, and what effects*. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menetapkan komunikator

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni: (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), (2) daya tarik (*attractive*), dan (3) kekuatan (*power*). Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran.

Berlo (1962) seorang pakar komunikasi dari *Michigan State University* menambahkan bahwa kredibilitas seorang komunikator bisa timbul jika ia memiliki keterampilan komunikasi (*communication skill*), pengetahuan yang luas tentang materi yang dibawakannya (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*) serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya (*social and cultural system*) masyarakat yang dihadapinya. Faktor lain yang penting dimiliki seorang

komunikator adalah “daya tarik” (*attractiveness*). Dalam kampanye politik misalnya faktor daya tarik seorang politisi sangat berpengaruh bagi pemilih. Dari berbagai hasil kajian yang pernah dilakukan, ternyata simpati tumbuh karena daya tarik yang ditampilkan seseorang. Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan necis, dan postur tubuh yang gagah. (Cangara, 2013:109).

b. Menetapkan Target Sasaran Dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Kotler mengajukan enam hal yang perlu dipetakan dari suatu masyarakat yang menjadi target sasaran program, yakni:

1. Demografi;
2. Kondisi ekonomi;
3. Kondisi fisik misalnya lokasi, perumahan dan jalan raya;
4. Teknologi yang tersedia, misalnya jaringan telekomunikasi, mobilitas transportasi;
5. Partai politik yang diikuti masyarakat; dan
6. Kondisi sosial budaya masyarakat setempat. (Cangara, 2013:112).

c. Menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam

berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi, isyarat, dan warna, sampai pada simbol-simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya. Melalui radio, televisi, telegram, telex, dan satelit. Simbol adalah hasil kreasi manusia yang mengandung makna sehingga bisa digunakan dalam berkomunikasi antar sesama manusia (Cangara, 2013:113).

Dalam uraian berikut akan dibahas teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan mendidik.

#### 1. Pesan yang bersifat informatif

Sifat informasi dapat dibedakan atas dua macam, yakni informasi yang bersifat actual dan informasi yang bersifat umum. Informasi yang bersifat aktual ditandai dengan “kebaruan” atas kejadian informasi itu, sementara berita yang bersifat umum digolongkan dalam kategori publikasi, misalnya berita tentang pelaksanaan seminar strategi politik yang dihadiri oleh ketua umum dewan pimpinan pusat dianggap sebagai berita umum.

#### 2. Pesan yang bersifat persuasif

Semua kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam hubungan antar manusia memiliki tujuan. Penyusunan pesan yang bersifat persuasi memiliki sebuah proposisi, yakni adanya hasil yang diperoleh sumber dari penerima atas pesan yang disampaikan. Artinya setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan. Komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan,

sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan.

#### 3. Pesan yang bersifat mendidik (edukatif)

Jika pesan informative tekanannya pada unsur kognitif, maka pesan yang bersifat mendidik punya tekanan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan mendidik harus memiliki tendensi kearah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu tapi juga melaksanakan apa yang diketahuinya. Oleh karena itu, unsur psikomotorik ditekankan dalam hal ini. Pesan mendidik disusun dengan tujuan tertentu misalnya dalam konteks rumah tangga, ibu mencoba mengajarkan anak untuk mencuci tangan sebelum makan. (Cangara, 2013:119).

#### 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. Isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu. 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 di kalangan masyarakat harus diketahui lebih dahulu berdasarkan hasil riset yang telah

dilakukan. Hal ini penting untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu, dan tenaga. Tidak ada gunanya memakai media televisi jika siaran yang dimaksud tidak diterima oleh masyarakat. Tidak ada artinya menggunakan media surat kabar untuk masyarakat yang tidak tahu membaca. (Cangara, 2013:120).

### **Kabupaten Layak Anak**

Kabupaten/Kota Layak Anak (KLA) merupakan salah satu program unggulan pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) yang dilandasi secara hukum oleh Deklarasi Hak Azasi Manusia, Konvensi Hak-Hak Anak, dan *World Fit for Children* di tingkat internasional, serta UUD 45. KLA adalah Kabupaten/Kota yang mempunyai sistem pembangunan berbasis hak anak melalui pengintegrasian komitmen dan sumber daya pemerintah, masyarakat dan dunia usaha, yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam kebijakan, program dan kegiatan untuk menjamin pemenuhan hak dan perlindungan anak.

### **Sekolah Ramah Anak**

Sekolah Ramah Anak (SRA) adalah satuan pendidikan formal, nonformal dan informal yang aman, bersih dan sehat, peduli dan berbudaya lingkungan hidup, mampu menjamin, memenuhi, menghargai hak hak anak dan perlindungan anak dari kekerasan, diskriminasi dan perlakuan salah

lainya serta mendukung partisipasi anak tertuma dalam perencanaan, kebijakan, pembelajaran, pengawaasan dan mekanisme pengaduan terkait pemenuhan hak dan perlindungan anak di pendidikan.

Sekolah ramah anak nyatanya bukanlah jenis baru dalam jenjang pendidikan pada sekolah formal anak. Sekolah ramah anak, pada tahun 2013 dikenalkan di Indonesia sebagai sebuah konsep pendidikan yang ideal diberikan pada anak usia sekolah. Pada sekolah ramah anak, pendidikan berpusat pada diri sang anak. Proses belajar mesti didukung oleh keadaan sosial, fisik dan emosional yang positif, sehat juga aman. Dari segi fisik, anak terjamin kesehatan, keamanan dan kenyamanannya. Tak ada jajanan di sekitar sekolah yang akan membuat anak sakit. Anak terlindungi dari orang asing yang bisa membahayakan keselamatan mereka. Murid-murid juga merasa nyaman dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar di ruang kelas.

### **Implementasi**

Implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna. Menurut Nurdin Usman, 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. (Usman, 2002:70).

Menurut Guntur Setiawan, implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif. (Setiawan, 2004:39).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik menentukan subjek penelitian menggunakan teknik purposive. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pembinaan SD (Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak), Kepala Bidang Pembinaan SMP (Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak), Pelaksana Bidang Perlindungan, Tumbuh Kembang dan Fasilitasi Data Anak DP3AP2KB, Ketua Forum Anak Siak, Kepala Sekolah PAUD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul 'Ulum, Guru SD Negeri 01 Suak Lanjut, Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Siak. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

### **Hasil dan Pembahasan**

Dalam prosesnya untuk mengimplementasikan Sekolah Ramah Anak di Kabupaten Siak, maka Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak membutuhkan strategi yang tepat agar nantinya keseluruhan tujuan yang telah ditentukan dapat terlaksana dengan maksimal.

### **Strategi Komunikator Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak Dalam Mengimplementasikan Program Sekolah Ramah Anak**

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. (Cangara, 2013:108)

1. Memiliki dan dikenal kredibilitasnya dan otoritasnya. Komunikator dituntut mempunyai kredibilitas sehingga pesan yang disampaikan jelas dan dapat dipahami publik. Dari hasil wawancara tersebut, maka dijelaskan bahwa Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak mensosialisasikan dan mengkomunikasikan mengenai program SRA berdasarkan tanggung jawab per bidang. Masing-masing bidang pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak melakukan tugas dan tanggung jawabnya untuk mensukseskan program SRA ini.
2. Dikenal status, kekuasaan dan kewenangannya. komunikator atau pembicara dalam kegiatan Sekolah Ramah Anak juga ditunjuk secara bergiliran dimana juga dibantu

oleh DP3AP2KB sebagai komunikator. Dalam mensukseskan program SRA ini, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak berkomitmen dan bekerja sama untuk program ini. Selain itu juga melibatkan semua OPD, sekolah, dan masyarakat Kabupaten Siak sendiri.

3. Pandai dalam cara penyampaian pesan.

Penulis menyimpulkan bahwa pemilihan komunikator Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah ditentukan berdasarkan kredibilitasnya dan pengetahuannya tentang konsep Sekolah Ramah Anak. Hal ini sesuai dengan konsep dan syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator yaitu sebagai berikut: memiliki kedekatan dengan khalayak, memiliki kesamaan dan daya tarik sosial serta fisik, kesamaan yang meliputi gender, pendidikan, umur, agama, latar belakang sosial, ras, hobi dan kemampuan bahasa, memiliki dan dikenal kredibilitasnya dan otoritasnya, pandai dalam cara penyampaian pesan, dikenal status, kekuasaan dan kewenangannya.

### **Strategi Penentuan Khalayak Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak Dalam Mengimplementasikan Program Sekolah Ramah Anak**

Setelah menentukan dan melakukan strategi pemilihan komunikator, langkah selanjutnya yang juga penting adalah bagaimana menentukan khalayak Dinas Pendidikan dan Kebudayaan

Kabupaten Siak sebagai komunikator haruslah memiliki strategi pemilihan komunikator yang akan menjadi target dari program komunikasi yang dijalankan untuk mengimplementasikan Sekolah Ramah Anak.

1. Anak

Adapun sasaran komunikasi dari strategi yang diterapkan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak adalah seluruh anak-anak yang ada di Kabupaten Siak, agar dapat berpartisipasi dalam mengimplementasikan program Sekolah Ramah Anak

2. Orang tua

Khalayak sasaran dalam program sekolah ramah anak tidak hanya melibatkan anak itu sendiri, namun juga orang tua. Orang tua juga diberikan pemahaman mengenai konsep sekolah ramah anak dan bagaimana mendidik anak di rumah tanpa kekerasan seperti halnya di sekolah.

3. Seluruh warga sekolah

Selain orang tua dan anak, seluruh warga yang ada di sekolah juga diberikan sosialisasi mengenai sekolah ramah anak.

### **Strategi Pesan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak Dalam Mengimplementasikan Program Sekolah Ramah Anak**

Teknik penyampaian pesan ada yang bersifat informatif, persuasif, dan mendidik. Berikut ini teknik penyampaian pesan yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak:

1. Pesan yang bersifat mendidik (edukatif)

Jika pesan informative tekanannya pada unsur kognitif, maka pesan yang bersifat mendidik punya tekanan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan mendidik harus memiliki tendensi kearah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu tapi juga melaksanakan apa yang diketahuinya.

## 2. Pesan yang bersifat informative

Pesan yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan tidak terlepas dari konsep Sekolah Ramah Anak itu sendiri, dimana komunikator hanya menyampaikan pesan sesuai dengan indikator yang ada dari kementrian dan tidak keluar dari konsep Sekolah Ramah Anak.

## 3. Pesan yang bersifat persuasif

Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak bersama dengan DP3AP2KB mengajak seluruh warga sekolah agar menciptakan lingkungan sekolah yang aman dan nyaman bagi anak sehingga guru juga nyaman dalam proses belajar mengajar serta orang tua juga merasa tidak khawatir saat anak-anaknya di sekolah.

### **Strategi Pemilihan Metode Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam Mengimplementasikan Program Sekolah Ramah Anak**

Menurut Anwar Arifin, berdasarkan bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

#### 1. Metode pengulangan

Metode ini adalah cara mempengaruhi khalayak dengan

jalan mengulang pesan kepada khalayak. metode yang digunakan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam menyampaikan pesan Sekolah Ramah Anak berupa metode pengulangan serta satu arah, diskusi, yang dilakukan untuk melihat apakah sekolah sudah menerapkan kondisi sekolah yang sesuai dengan indikator Sekolah Ramah Anak.

## 2. Metode Persuasif

Metode ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar. Penggunaan *leaflet*, baliho, spanduk, dan banner sebagai alat untuk mengajak khalayak agar lebih tertarik dengan materi yang disampaikan dalam sosialisasi.

## 3. Metode Edukatif

Metode edukatif diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggung jawabkan. Metode edukatif juga digunakan untuk tujuan mendidik dan memberikan pemahaman kepada orang tua dan guru serta warga sekolah mengenai Sekolah Ramah Anak.

### **Strategi Pemilihan Media Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam Mengimplementasikan Sekolah Ramah Anak**

Sebenarnya dalam menentukan jenis media yang akan digunakan, seringkali terjadi pergeseran. Hal

ini disebabkan perkembangan media itu sendiri selalu berubah dan berkembang dari waktu ke waktu secara cepat. Misalnya media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio dan TV), media luar ruang, dan media tradisional sudah digolongkan sebagai media lama (konvensional), sedangkan internet dan telepon seluler digolongkan sebagai media baru (*new media*). (Cangara, 2013:121)

#### 1. Media cetak dan online

Strategi media merupakan upaya penentuan alat apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dari komunikator kepada khalayak sasaran atau komunikan. Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam strategi komunikasinya juga menggunakan media sebagai alat untuk menginformasikan pesan tentang program Sekolah Ramah Anak kepada khalayak atau komunikan.

Kerja sama dengan media cetak juga dilakukan seperti dengan Riau Pos dan berbagai media elektronik lainnya.

#### 2. Media sosial

Media sosial juga digunakan untuk mempermudah penyampaian pesan sekolah ramah anak, Dari hasil wawancara media yang digunakan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak hanya melalui grup whatsapp untuk menyampaikan pesannya. Grup tersebut berisikan anggota dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak, DP3AP2KB, Dinas Kesehatan, Bupati juga sekolah-sekolah yang

telah menjadi Sekolah Ramah Anak.

### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

1. Dalam kegiatan Sekolah Ramah Anak biasanya yang menjadi komunikator adalah Kepala Bidang Pembinaan PAUD dan Dikmas, Kepala Bidang Pembinaan SD, Kepala Bidang Pembinaan SMP. Selain Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak,
2. Khalayak yang menjadi sasaran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan dalam menjalankan program Sekolah Ramah Anak dibagi menjadi dua tipe khalayak, yakni khalayak primer dan khalayak sekunder. Khalayak primer yang menjadi sasaran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak adalah anak-anak dan orangtua yang ada di kabupaten Siak tanpa membedakan latar belakang kehidupannya. Khalayak sekunder yang menjadi sasaran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak adalah seluruh warga sekolah dan masyarakat termasuk *security* sekolah, *cleaning service*, serta penjaga kantin.
3. Pesan utama yang disampaikan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak adalah mengenai konsep Sekolah Ramah Anak. Konsep Sekolah Ramah Anak yang disosialisasikan kepada khalayak meliputi pemenuhan hak dan perlindungan anak

selama 8 jam berada di sekolah melalui upaya sekolah untuk menjadikan sekolah bersih, aman, ramah, indah, inklusif, sehat, asri, dan nyaman serta bagaimana agar anak-anak dapat merasa nyaman, aman, dan bahagia di sekolah tanpa ada kekerasan.

4. Metode yang digunakan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam menyampaikan pesan menggunakan metode edukatif, metode persuasif, dan metode pengulangan.
5. Media yang digunakan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak dalam mengimplementasikan program sekolah ramah anak Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Siak hanya memiliki grup *whatsapp* sebagai media untuk menyampaikan pesan mengenai sekolah ramah anak dan informasi dapat dibagikan dan diketahui melalui grup tersebut. Kerja sama dengan media cetak dan online juga dilakukan. Media cetak yang biasanya meliput kegiatan Sekolah Ramah Anak adalah Riau Pos, Tribun serta media online yaitu Go Riau, Info Siak, dan masih banyak lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Bungin, Burhan. 2010. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali pers.
- Cangara, H. Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Caropeboka, Mutialela Ratu. 2017. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: ANDI
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Humaidi. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press),
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Liliweri, Alo. 2001. *Gatra-gatra Komunikasi AntarBudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. J. 2014. *Metodologi Penelitian*

- Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, dan Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group
- Setiawan, Guntur. 2004. *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumudi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suyanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: Grasindo.
- Waluyadi, 2009. *Hukum Perlindungan Anak*. Bandung: Mandar Maju.
- Yasir. 2011. *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Yusuf Zainal Abidin. 2015. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Lasanov, Rhenez Alitdo. 2018. *Strategi Komunikasi Forum Anak Pekanbaru dalam Mengoptimalkan Partisipasi Anak dalam Mewujudkan Kota Layak Anak di Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Riau.

#### **Jurnal:**

- Kencana, Mitha, dan Fitriya Ayuningtyas. 2018. *Strategi Humas Pemerintah Kota Depok Dalam Mensosialisasikan Program Kota Layak Anak*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
- Purnomo, Eko. 2017. *Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Dalam Mewujudkan Program Kabupaten Layak Anak di Kabupaten Siak*.
- Setiyani, Ambar. 2015. *Peran Pemerintah Dalam Mewujudkan Kota Layak Anak (KLA) di Kabupaten Siak Tahun 2011-2013*.

#### **Undang-undang**

- Undang-Undang Nomor 35 tahun 2014
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2002

#### **Sumber Internet:**

- <http://www.kla.id/>
- <http://www.kla.id/sekolah-ramah-anak/>

#### **Skripsi**

<http://digilib.uinsby.ac.id/20911/8/Bab%202.pdf>

<https://www.goriau.com/berita/baca/keempat-kalinya-siak-terima-penghargaan-kabupaten-layak-anak.html>

<http://www.riau24.com/berita/baca/1549873950Pimpin-Rapat-Kabupaten-Layak-Anak-Siak-Konsisten-Penuhi-Kebutuhan-Anak-anak-Siak>

<http://pekanbaru.tribunnews.com/2018/11/02/11-sekolah-di-inhil-telah-ditetapkan-sebagai-sekolah-ramah-anak>

<http://riaupos.co/204876-berita-bupati-siak-alfedri-peduli-sekolah-ramah-anak.html>