

**PENGARUH KOMUNIKASI PENYULUHAN PT. JASA RAHARJA (PERSERO)
CABANG RIAU TERHADAP TINGKAT KESADARAN MENGENAI
ASURANSI KECELAKAAN PADA SISWA/I SMK MUHAMMADIYAH 2
KOTA PEKANBARU**

Oleh : Deniesya Putri Audilla

Email: deniesyaputri7@gmail.com

Pembimbing : Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si

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

Counseling activities are still being carried out to convey information to the public so that the information conveyed can be known and utilized by the community. One of the counseling activities is about accident insurance delivered by PT. Jasa Raharja (Persero) Riau Branch to Students of Muhammadiyah Vocational High School 2 Pekanbaru so that they better understand the roles and functions of PT. Jasa Raharja (Persero) as an accident social insurance company. The purpose of this research is to find out whether there is an effect of counselling communication by PT. Jasa Raharja (Persero) Riau Branch on the level of awareness about accident insurance in students of SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. The theory used in this research is AIDDA theory.

This study uses quantitative research with explanatory methods. Data collection techniques in this study by distributing questionnaires to students of SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru who participated in counseling activities with a sample of 105 respondents who were determined through Proportional Stratified Sampling.

The results show the value of regression coefficient in this study is $Y = 18.000 + 0.472 (X)$. Meanwhile $t_{count} (7.243) > t_{table} (1.983)$ with a significance level of 0.00 and smaller than $\alpha = 0.05$. Based on the correlation interpretation guidelines, a correlation value (R) of 0.581 is obtained, thus the relationship between the communication variables of accident insurance counseling and the level of student awareness of SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru in the moderate category. Furthermore, the results of the determination test (R²) of 0.337. It can be explained that 33.7% of the level of student awareness of SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru is influenced by communication and the rest is influenced by other factors by 66.3%.

Keyword: Counseling Communication, Accident Insurance, Awareness

PENDAHULUAN

Komunikasi dalam kehidupan manusia merupakan sebuah hal yang tidak dapat dipisahkan. Terlebih manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi untuk dapat berinteraksi ataupun bersosialisasi antara satu orang dengan orang lainnya. Karena dengan melakukan komunikasi, setiap individu bisa saling bertukar pikiran, pendapat, pengetahuan, pengalaman, dan informasi dari lawan bicara.

Komunikasi menurut William Albig (Suprpto, 2009:6) adalah proses sosial, dalam arti pelemparan pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku dan adat kebiasaan.

Penyuluhan adalah kegiatan penyampaian atau menerangkan pesan yang berisi informasi, gagasan, emosi dan keterampilan dari suatu lembaga, kelompok dan individu (komunikator) kepada lembaga, kelompok dan individu lain (komunikan) dengan tujuan mengubah pengetahuan dan kesadaran. Penyuluhan merupakan suatu usaha menyebarluaskan hal-hal yang baru agar masyarakat tertarik, berminat dan bersedia untuk melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari. (Saparini, 2017:2)

Tujuan diadakannya penyuluhan adalah terdapat perubahan perilaku sasarannya yang merupakan perwujudan dari pengetahuan, kesadaran, sikap dan keterampilan yang diamati secara langsung atau tidak langsung dengan indera manusia. (Mardiandi, 2011:22)

Proses penyuluhan dapat berhasil apabila pesan yang disampaikan dengan proses komunikasi yang jelas akan menghasilkan pemahaman yang sama bagi kedua pihak yaitu komunikator dan komunikan. Dalam melancarkan proses komunikasi, seorang komunikator setidaknya memiliki kemampuan yang dapat merubah sikap, pendapat dan tingkah laku seseorang.

Dalam hal ini, para ahli berpendapat bahwa seorang komunikator hendaknya menggunakan pendekatan yang disebut dengan AIDDA yaitu *Attention, Interest, Desire, Decission, Action*. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya, dengan kata lain pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dan dirinya, sehingga komunikan bersedia untuk menjalankan pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. (Oktarina dan Abdullah, 2017: 79)

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran ialah para siswa/i yang pernah mengikuti program penyuluhan yang dilakukan PT. Jasa Raharja Cabang Riau pada tahun 2018, yaitu siswa/i kelas 3 SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Penyuluhan ini dilakukan dengan tujuan agar para siswa/i yang mengikuti penyuluhan tersebut dapat meningkatkan pemahaman secara luas terhadap peran dan fungsi dari PT. Jasa Raharja (Persero) sebagai perusahaan asuransi sosial terutama dalam kasus kecelakaan yang mana PT. Jasa Raharja (Persero) yang memberikan jaminan asuransi kecelakaan melalui dana yang didapatkan dari pembayaran pajak kendaraan serta tumbuhnya kesadaran untuk mencegah dan mengurangi kecelakaan lalu lintas. Hal ini dikarenakan banyaknya angka kecelakaan yang diakibatkan oleh para kaum milenial khususnya remaja dimana para siswa kebanyakan telah membawa kendaraannya sendiri yang kebanyakan dalam keadaan tidak memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM).

Peristiwa kecelakaan setiap tahun selalu saja terjadi. Baik kecelakaan yang terjadi di darat, laut maupun udara. Terlebih di Indonesia, dimana angka kecelakaan yang terjadi di Indonesia cukup tinggi terutama kecelakaan yang terjadi didarat. Badan Kesehatan Dunia (WHO)

menyatakan, kecelakaan lalu lintas di jalan raya merupakan penyebab kedua terbesar di dunia yang mengakibatkan banyak korban meninggal dunia. Sebanyak 72% kasus kecelakaan lalu lintas tersebut terjadi di Indonesia. Kecelakaan yang melibatkan sepeda motor mencapai 73%, disusul mobil (15%), truk (8%), bus (2%), dan sepeda

(2%). (<http://www.google.com/amp/s/jatim.sindonews.com/newsread/3019/1/angka-kecelakaan-di-indonesia-masih-tinggi-154138389>). Diakses pada 14 April 2019 pukul 11.30)

Dikutip dari [TribunPekanbaru.com](http://www.tribunnews.com), kecelakaan lalu lintas di Riau pada tahun 2018 masih cukup tinggi. Setidaknya tercatat ada 1.675 kasus kecelakaan berlalu lintas yang terjadi, diantaranya terdapat 789 warga Riau meninggal dunia dan 583 lainnya alami luka berat mulai dari patah tulang hingga cacat permanen. Yang mana kasus kecelakaan lalu lintas tersebut paling banyak terjadi pada generasi milenial, usia 17-30 tahun. (<http://pekanbaru.tribunnews.com/2019/02/24/sepanjang-2018-789-warga-riau-tewas-akibat-lakalantas-90-persen-dialami-kalangan-millennial>). Diakses pada 26 Maret 2019 pukul 21.15)

Jaminan atau perlindungan dalam berkendara sangatlah diperlukan. Setiap pengguna kendaraan bermotor baik kendaraan pribadi atau angkutan umum sudah selayaknya mendapat perlindungan. Terlepas dari berbagai resiko yang mereka terima baik itu resiko yang berasal dari diri sendiri maupun yang disebabkan oleh orang lain.

Atas dasar tanggung jawab moral tersebut pemerintah memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat melalui 2 (dua) program asuransi sosial yang tertuang dalam UU No. 33 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang dan No. 34 Tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. Dalam pelaksanaan pertanggungjawaban tersebut, pemerintah memberi kepercayaan kepada PT. Jasa Raharja (Persero)

mengelola dana pertanggungjawaban wajib kecelakaan penumpang sekaligus sebagai penyelenggara. (www.jasaraharja.co.id)

PT. Jasa Raharja (Persero) terlebih pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau senantiasa melakukan upaya meningkatkan mutu serta memaksimalkan pelayanan kepada masyarakat dan juga melakukan penyuluhan ataupun sosialisasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan peran dan fungsi dari PT. Jasa Raharja (Persero) sebagai perusahaan yang menyantuni para korban pengguna transportasi yang mengalami kecelakaan. Dalam hal ini PT. Jasa Jaharja (Persero) cabang Riau bertugas untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai peran dan fungsi jasa raharja, serta pengetahuan dasar mengenai dana santunan yang diberikan kepada korban kecelakaan. Oleh karena itu Negara melalui PT. Jasa Raharja (Persero) memberikan jaminan perlindungan berupa santunan asuransi kecelakaan yang besarnya antara lain :

Tabel 1 Besar Dana Santunan PT. Jasa Raharja (Persero)

Jenis Santunan	Jenis Alat Angkutan	
	Darat dan Laut (Rp)	Udara (Rp)
Meninggal Dunia	Rp 50.000.000,-	Rp 50.000.000,-
Cacat Tetap (Maksimal)	Rp 50.000.000,-	Rp 50.000.000,-
Perawatan (Maksimal)	Rp 20.000.000,-	Rp 25.000.000,-
Penggantian Biaya Penguburan	Rp 4.000.000,-	Rp 4.000.000,-
Manfaat Tambahan Penggantian Biaya P3K	Rp 1.000.000,-	Rp 1.000.000,-
Manfaat Tambahan Penggantian Biaya Ambulance	Rp 500.000,-	Rp 500.000,-

Sumber: PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau

Ketertarikan dalam penelitian ini dilandasi karena adanya keinginan penulis terkait ada atau tidaknya pengaruh dilakukannya komunikasi penyuluhan asuransi kecelakaan terhadap tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan yang diberikan PT. Jasa Raharja (Persero)

Cabang Riau pada siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, karena berdasarkan dari hasil wawancara awal peneliti dengan salah satu pegawai PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau, mengatakan terdapat suatu masalah yang mana dengan banyaknya perusahaan asuransi saat ini, masih banyak masyarakat yang tidak tahu atau kurang menyadari hak nya sebagai pengguna asuransi kecelakaan tersebut, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan hukum atau kurangnya informasi tentang begitu pentingnya peranan asuransi kecelakaan diri bagi pengendara pribadi ataupun penumpang angkutan umum. Dalam pemberian santunan terhadap korban kecelakaan masih ditemui masyarakat yang hanya mengetahui bahwa santunan asuransi hanya bisa mereka dapat apabila mereka ikut atau mendaftar pada perusahaan asuransi swasta. Banyak juga dari masyarakat yang enggan mengajukan klaim ke Jasa Raharja karena kurangnya pemahaman dalam prosedur pengajuan santunan. Dari uraian latar belakang diatas, maka selanjutnya akan diteliti dengan judul: “Pengaruh Komunikasi Penyuluhan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau Terhadap Tingkat Kesadaran Mengenai Asuransi Kecelakaan Pada Siswa/I SMK Muhammadiyah 2 Kota Pekanbaru”.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “apakah terdapat pengaruh komunikasi penyuluhan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau terhadap tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan pada siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Kota Pekanbaru?”

TINAJAUAN PUSTAKA

Teori AIDDA

Teori AIDDA atau juga sering disebut *A-A Procedure (from attention to action procedure)*, merupakan teori yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Menurut Effendy (2003:305), AIDDA merupakan akronim dari kata-kata

Attention (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dari elemen-elemen tersebut adalah:

Attention (Perhatian): Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.

Interest (Minat): Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi komunikan.

Desire (Hasrat): Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.

Decision(Keputusan): Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.

Action (Tindakan): Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi penyuluhan didahului dengan upaya menarik perhatian yaitu dengan gaya bicara dan penampilan. Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan maka selanjutnya upaya menumbuhkan minat dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikan. Tahap selanjutnya yaitu memunculkan hasrat pada komunikan untuk melakukan ajakan, bujukan dan rayuan komunikator. Disini imbauan emosional perlu ditampilkan komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikan mengambil keputusan untuk melakukan suatu kegiatan sebagaimana diharapkan komunikator kepadakomunikan (Effendy, 2003:304-305).

Komunikasi

Istilah komunikasi yang dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* artinya berbagi, bermakna bersama atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dengan demikian, kata komunikasi mengacu pada suatu upaya

yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan (Riswandi, 2009 : 1)

Definisi komunikasi menurut Harold D. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says Whats In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2005:10)

Sedangkan menurut Carl Hovland, Janis & Kelley, komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak). (Oktarina & Abdullah, 2017:7)

Komunikasi memiliki beberapa konsep XE "konsep" dan teori, diawali oleh Berlo (1960) membuat komunikasi dengan lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “ SMCR,” yakni: source (pengirim), message (pesan), channel (saluran – media) dan receiver (penerima). Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Osgood, Miller (dalam Cangara 2012) dan DeFleur (1982) menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (feedback) sebagai penyempurna dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kemudian munculnya pandangan dari Sereno (1970), Vora (dalam Cangara 2012) dan DeVito (2009), yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. Selanjutnya, Seitel (1988), Kotler dan Keller (2007), DeVito (2009) menambahkan gangguan komunikasi pada model komunikasinya. Mereka berpandangan gangguan komunikasi juga merupakan unsur penting yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi

(Nasution & Anuar, 2018; Nasution & Anuar, 2019a; Nasution & Anuar, 2019b; Nasution & Anuar, 2019c; Nasution & Anuar, 2019d; Rasyid et.al., 2015a; Rasyid et.al. 2015b; Rasyid, 2017; Rasyid & Evawani, 2018; Rasyid, 2019a; Rasyid, 2019b; Yohana, et.al. 2019).

Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Proses Komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampapaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak.

Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan Pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan Perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan Sosial (*sosial change*) (Effendy, 2009:8)

Fungsi Komunikasi

Adapun fungsi dari komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2009:8)

Komunikasi Penyuluhan

Secara harfiah penyuluhan bersumber dari kata 'suluh' yang berarti obor atau alat untuk menerangi keadaan yang gelap. Kata menerangi disini bermakna sebagai petunjuk bagi masyarakat dari tidak tahu menjadi mengerti, dari mengerti menjadi lebih mengerti lagi. (Nasution, 1996 dalam Rasyid dan Nasution, 2019:16).

Samsudin (1977) dalam bukunya *Dasar-dasar Penyuluhan dan Modernisasi Pertanian* menyebutkan penyuluhan adalah suatu sistem pendidikan yang sifatnya non formal tanpa paksaan menjadikan seseorang yakin bahwa sesuatu yang diajarkan itu akan membawa ke arah perbaikan dari hal-hal yang dikerjakan atau dilaksanakan sebelumnya (Yufrizal, 2016:9; Rasyid dan Nasution, 2019:19).

Dalam penelitian ini terdapat lima unsur dasar komunikasi yang menentukan efektif atau tidaknya suatu komunikasi, berdasarkan dari apa yang telah penulis pelajari dari dua sumber buku bacaan diantaranya menurut Cangara (2011:94) yaitu penyuluh (komunikator) dan menurut Setiana (2005: 48-56) yaitu metode penyuluhan, media penyuluhan, materi

penyuluhan, waktu dan tempat penyuluhan.

1. Penyuluh (Komunikator)

Penyuluh atau dapat juga disebut sebagai komunikator merupakan pihak yang mengirim atau menyampaikan pesan kepada khalayak. Untuk mencapai komunikasi yang mengena seorang penyuluh (komunikator) selain mengenal dirinya sendiri, ia juga harus memiliki kepercayaan (*credibility*), daya tarik (*attractive*), dan kekuatan (*power*) dalam dirinya. Aspek-aspek tersebut akan mempengaruhi efektif atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi. Ketiga aspek tersebut dalam Cangara (2011:94) dijelaskan sebagai berikut;

A. Kepercayaan (*credibility*)

Kepercayaan adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak. James McCroskey (Cangara, 2011:94) menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika.

Kompetensi adalah penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya. Kompetensi yang dimaksud dapat berupa wawasan yang luas tentang materi, penjelasan yang tepat dan sangat dimengerti. Sikap menunjukkan pribadi komunikator apakah tegar atau toleran pada prinsip. Sikap yang dimaksud berupa penampilan yang sopan, menghargai dan menghormati orang lain yang berbeda pendapat. Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak. Tujuan yang dimaksud dapat berupa penyampaian materi yang menunjukkan pada nilai-nilai yang baik, berkeinginan kuat agar pendengar mengerti dan paham akan materi yang disampaikan, penjelasan materi sesuai dengan kemampuan atau daya tangkap pendengar. Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat. Kepribadian yang dimaksud seperti penyampaian materi tidak sok tahu, sopan,

merespon dan menjawab pertanyaan dengan baik dan memuaskan. Sedangkan dinamika menunjukkan apakah yang disampaikan menarik atau membosankan.

B. Daya tarik (attractive)

Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas. Faktor daya tarik (attractiveness) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi. Pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan, dikenal baik, disukai, dan fisiknya.

Kesamaan disini dimaksudkan bahwa orang bisa tertarik pada komunikator karena adanya kesamaan dalam hal bahasa, agama, suku, daerah asal dan sebagainya. Seorang komunikator akan mudah diterima apabila telah dikenal baik dan disukai khalayak. Selain itu memiliki tampilan fisik yang sempurna, seorang komunikator dapat menarik perhatian khalayak.

C. Kekuatan (power)

Kekuatan adalah kepercayaan diri yang harus dimiliki seorang komunikator jika ia ingin memengaruhi orang lain. Kekuatan bisa juga diartikan sebagai kekuasaan karena dengan memiliki kekuasaan seperti atasan kepada bawahan akan mudah diterima pendapatnya oleh khalayak. Kekuatan tidak selamanya menjadi prasyarat, minimal komunikator harus memiliki kredibilitas dan daya tarik.

2. Metode penyuluhan, berdasarkan pendekatan sasaran:

a) Pendekatan perorangan (*personal approach*)

Dalam metode ini penyuluhan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung. Metode ini dinilai sangat efektif karena dapat secara langsung memecahkan masalah atas bimbingan penyuluhan, tetapi dari segi jumlah sasaran yang dicapai metode ini kurang efektif. Metode ini biasanya dilakukan

dengan dialog langsung, surat-menyurat, hubungan telepon.

b) Pendekatan kelompok (*group approach*)

Dalam pendekatan kelompok banyak manfaat yang dapat diambil, disamping dari transfer teknologi informasi juga terjadinya tukar pendapat dan pengalaman antar sasaran penyuluhan dalam kelompok yang bersangkutan. Metode pendekatan kelompok lebih menguntungkan karena adanya umpan balik, yang termasuk dalam metode pendekatan kelompok ini diantaranya diskusi kelompok, demonstrasi cara dan hasil, karyawisata, kursus dan lain-lain.

3. Media penyuluhan

Media penyuluhan adalah alat bantu penyuluhan yang berfungsi sebagai perantara yang dapat dipercaya menghubungkan antara penyuluh dengan sasaran sehingga pesan atau informasi akan lebih jelas dan nyata. Dalam penyuluhan dikenal beragam media atau alat bantu penyuluhan, seperti benda (sampel, model tiruan), barang cetakan (brosur, poster, foto, *leaflet*, *sheet*), gambar diproyeksikan (slide, film, film-strip, video, movie-film) dan lambang grafika (grafik batang dan garis, diagram, skema, peta).

4. Materi penyuluhan,

Materi penyuluhan adalah segala sesuatu yang disampaikan dalam kegiatan penyuluhan berupa informasi-informasi atau pesan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan/atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud. Selanjutnya Lasswell (Mulyana, 2005:63) mengatakan pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna (gagasan, ide, dan nilai), simbol yang digunakan (bahasa atau kata-kata) dan bentuk pesan (verbal dan nonverbal), materi dalam penyuluhan adalah yang sesuai dengan kebutuhan sasaran dan dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh sasaran penyuluhan.

5. Waktu dan tempat penyuluhan

Dalam penyuluhan pengaturan waktu dan tempat yang tepat harus sesuai situasi dan kondisi masyarakat sasaran penting dan saling berkaitan dalam mencapai tujuan penyuluhan. Kapan dan dimana dilaksanakan penyuluhan harus terkesan tidak mengganggu dan merugikan sasaran.

Kesadaran

Kesadaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah suatu keadaan tahu, mengerti dan merasa. Dengan kata lain, kesadaran adalah suatu keadaan dimana individu mengadakan pemahaman terhadap apa yang ditangkapnya melalui panca indra yaitu menganal, mengerti, dan merasa tentang dirinya atau juga keadaan sekitarnya. (<http://kbbi.web.id/sadar>)

Kesadaran menurut Murphy (Neolaka, 2008:18), adalah siuman atau sadar akan tingkah lakunya, yaitu pikiran sadar yang mengatur akal dan dapat menentukan pilihan terhadap yang diinginkan seperti baik-buruk, indah-jelek, dan sebagainya. Definisi lainnya tentang kesadaran antara lain: (1) tahu dan mampu mengekspresikan dampak dari suatu perilaku, (2) tahu dan mampu mengekspresikan tentang berbagai penyelesaian, (3) memahami perlunya langkah penelitian sebagai bekal pengambilan keputusan, (4) memahami pentingnya kerja sama dalam menyelesaikan masalah. (Wardhani, 2008:8).

Indikator Kesadaran

Soekanto (1982) dalam Wardhani (2008:8) menyatakan bahwa terdapat empat indikator kesadaran yang masing-masing merupakan suatu tahapan bagi tahapan berikutnya dan menunjuk pada tingkat kesadaran tertentu, mulai dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi, antara lain: pengetahuan, pemahaman, sikap, pola perilaku (tindakan). Lain halnya dalam bidang Psikologi menyebutkan bahwa kesadaran mencakup

tiga hal, yaitu: persepsi, pikiran, dan perasaan (Atkinson dkk, 2007). Berdasarkan indikator-indikator tersebut diatas, dapat dikembangkan dengan menggunakan teori Bloom (1908) yang membagi perilaku manusia dalam tiga domain, yakni: kognitif, afektif, dan psikomotor. Dalam perkembangannya teori ini dimodifikasi menjadi pengetahuan, sikap, dan praktik (tindakan).

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya perilaku seseorang.

Menurut Notoatmodjo (2003) dalam Wardhani (2008:9) pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai beberapa tingkatan, yaitu:

1. Tahu (*know*)
Tahu diartikan sebagai mengingat materi yang telah dipelajari sebelumnya. Orang yang tahu harus dapat mendefinisikan materi atau objek tersebut.
2. Memahami
Menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut dengan benar.
3. Aplikasi
Kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi sebenarnya.
4. Analisis
Suatu komponen untuk menjabarkan materi atau suatu objek.
5. Evaluasi
Berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek

b. Sikap

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap belum merupakan suatu tindakan atau aktivitas, tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap terdiri dari berbagai tingkatan, yaitu:

1. Menerima
Diartikan bahwa orang (subjek) / komunikasi mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan komunikator.
2. Merespon
Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan, menunjukkan bahwa orang menerima ide tersebut.
3. Menghargai
Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan sesuatu adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.
4. Bertanggungjawab
Bertanggungjawab atas sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko merupakan sikap yang paling tinggi.

c. Tindakan

Tindakan terdiri dari beberapa tingkatan, yaitu:

1. Persepsi
Mengetahui dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil
2. Respon Terpimpin
Dapat melakukan sesuatu sesuai dengan urutan yang benar dan sesuai dengan contoh
3. Mekanisme
Apabila seseorang sudah dapat melaksanakan sesuatu dengan benar secara otomatis atau sudah merupakan kebiasaan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif eksplanatif dimaksudkan bagi periset yang menghubungkan atau mencari

sebab-akibat antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti. Metode yang digunakan adalah survey, dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah Siswa/I kelas 3 SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yang berjumlah sebanyak 420 orang.

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Proportional Stratified Sampling*. (Kriyantono, 2008:153). Menurut Arikunto, sampel adalah sebagian/wakil populasi yang diteliti, untuk sekedar contoh maka apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar, maka dapat diambil 10 – 15% atau 20 – 55% atau lebih (Arikunto, 2008:16).

Dari pendapat diatas, maka sampel yang diajukan dalam penelitian ini adalah 25% dari 420 orang yaitu 105 orang.

Skala pengukuran pada penelitian ini adalah *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur data dari responden, dengan skor 1-4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan pembahasan dari penyajian diperoleh dari lapangan. Adapun dalam mendapatkan data, penulis menggunakan kuesioner yang telah diberikan kepada 105 orang yang telah mengikuti kegiatan komunikasi penyuluhan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru beserta dokumentasinya. Dan setelah data yang dibutuhkan terkumpul maka penulis mengklasifikasi sesuai dengan permasalahan yang ada pada bab satu.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara komunikasi penyuluhan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau terhadap

tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan pada siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, maka pengujian hipotesisnya dilakukan dengan analisis statistic menggunakan rumusregresilinersederhana.

Tabel 2 Hasil Uji t Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18,000	2,789		6,454	0,000
1	Komunikasi Penyuluhan	0,472	0,065	0,581	7,243	0,000

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui hasil regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah :

$$Y = 18,000 + 0,472 (X)$$

Persamaan diatas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Nilai kontanta (a) sebesar 18,000. Artinya jika variabel komunikasi penyuluhan konstanta atau 0, maka nilai kesadaran adalah 18,000
2. Nilai koefisien variabel sebesar 0,472. Artinya jika variabel komunikasi penyuluhan meningkat 1 poin, maka nilai kesadaran meningkat sebesar 0,472.

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis untuk mengkaji apakah pernyataan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh suatu variabel bebas individual dalam menerangkan variabel terikat, maka dilakukan uji statistik t dengan ketentuan;

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara individu tidak ada pengaruh yang berarti antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara individu ada pengaruh yang berarti antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} ternyata $t_{hitung} (7,243) > t_{tabel} (1,983)$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yg signifikan antara komunikasi penyuluhan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau terhadap tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan padasiswa/I SMK Muhammadiyah 2 Kota Pekanbaru.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R Square* sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,581 _a	0,337	0,331	2,91061

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 3menunjukan bahwa koefisien determinasi (R_{square}) yaitu sebesar 0,337 (33,7%). Hal ini dapat dijelaskan bahwa pegasaruh komunikasi penyuluhan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau terhadap tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan pada siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru memiliki pengaruh yang lemah yaitu sebesar 33,7%. Sedangkan sisanya sebesar 66,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Kegiatan komunikasi penyuluhan mengenai asuransi kecelakaan oleh pihak PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau yang dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru bertujuan agar para siswa/i dapat lebih mengetahui peran dan fungsi dari PT. Jasa Raharja

(Persero) Cabang Riau sebagai perusahaan asuransi social yang menyantuni korban kecelakaan dan mau ikut serta menyebarkan kembali informasi kepada orang terdekatnya mengenai peran dan fungsi dari Jasa Raharja itu sendiri sebagai perusahaan asuransi sosial kecelakaan.

Kegiatan ini juga didasarkan dari banyaknya jumlah korban kecelakaan yang terjadi pada usia remaja, yang mana masih begitu banyak korban yang belum mengetahui haknya sebagai pengguna asuransi kecelakaan tersebut, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan hukum atau kurangnya informasi tentang begitu pentingnya peranan asuransi kecelakaan diri bagi pengendara pribadi ataupun penumpang angkutan umum.

Melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada 105 orang siswa/i yang mengikuti kegiatan penyuluhan yang diberikan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi penyuluhan yang dilakukan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau berpengaruh terhadap tingkat kesadaran siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru mengenai asuransi kecelakaan. Hal ini dapat dilihat dari Nilai R yang menunjukkan koefisien korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni nilai R sebesar 0,581 atau sama dengan 58,1% menunjukkan hubungan tersebut dalam kategori sedang yang bernilai cukup positif dan cukup signifikan. Sedangkan berdasarkan hasil uji determinasi didapatkan nilai R_{Square} sebesar 0,337 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang lemah antara komunikasi penyuluhan asuransi kecelakaan terhadap tingkat kesadaran siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sebesar 33,7%. Sedangkan sisanya 66,3% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yaitu AIDDA dimana dalam menajalankan suatu kegiatan penyuluhan, seorang komunikator harus

mampu membangkitkan perhatian dan menimbulkan daya tarik agar komunikan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai informasi yang disampaikan oleh komunikator. Dalam penelitian ini, komunikator cukup mampu menarik perhatian komunikan yang dilihat dari penampilan, pembawaan dalam menyampaikan informasi, pesan yang disampaikan dan metode yang diberikan cukup membuat komunikan tertarik sehingga dari indikator variabel (X) komunikasi penyuluhan mampu memberi pengaruh pada variabel (Y) tingkat kesadaran dimana dalam penelitian ini komunikan menunjukkan suatu tingkatan dalam segi pengetahuan sikap dan tindakan yang membuat komunikan bersedia untuk lebih berhati-hati dalam berkendara dan mau ikut kembali menyebarkan informasi yang telah didapat dari kegiatan penyuluhan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau kepada orang-orang terdekatnya mengenai asuransi kecelakaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengenai “Pengaruh Komunikasi Penyuluhan PT. Jasa Raharja Persero Cabang Riau Terhadap Tingkat Kesadaran Mengenai Asuransi Kecelakaan Pada Siswa/I SMK Muhammadiyah 2 Kota Pekanbaru”. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 18,000 + 0,472 (X)$. Bilangan konstanta (a) sebesar 18,000 dan koefisien variabel X sebesar 0,472. Sementara itu $t_{hitung}(7,243) > t_{tabel} (1,983)$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi penyuluhan (X) terhadap

- tingkat kesadaran siswa/i mengenai asuransi kecelakaan (Y).
2. Nilai $R = 0,581$ yang berarti variabel komunikasi penyuluhan memiliki hubungan dalam kategori sedang dengan variabel tingkat kesadaran siswa/i mengenai asuransi kecelakaan. Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R_{Square}) adalah sebesar 0,337. Hal ini berarti dapat dijelaskan bahwa tingkat kesadaran mengenai asuransi kecelakaan siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dipengaruhi lemah oleh komunikasi penyuluhan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau yaitu sebesar 33,7% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
 3. Penelitian ini menunjukkan perwujudan dari teori AIDDA yaitu komunikator yang menimbulkan daya tarik dari variabel X komunikasi penyuluhan dengan indikator penyuluh (komunikator), metode penyuluhan, media penyuluhan, materi penyuluhan, waktu dan tempat penyuluhan dapat menghasilkan peningkatan kesadaran variabel Y tingkat kesadaran dengan indikator pengetahuan, sikap dan tindakan.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan komunikasi penyuluhan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau sudah terlaksana dengan baik, begitu pula dengan tingkat kesadaran para siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru mengenai asuransi kecelakaan. Namun, melihat hasil dari penelitian yang menunjukkan pengaruh yang kurang kuat yaitu 33,7% maka perlu adanya

pembaharuan terhadap upaya komunikasi penyuluhan yang dilakukan agar dapat mempengaruhi kesadaran mengenai asuransi kecelakaan pada para siswa/i SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru ataupun kepada masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam berkendara dan taat dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

2. Perlu dilakukannya publikasi dengan intensitas yang lebih sering. Hal ini dilakukan karena masih banyak masyarakat yang belum tersentuh oleh adanya kegiatan penyuluhan ini yang mengakibatkan masih banyak masyarakat yang tidak tau atau kurang menyadari haknya sebagai pengguna asuransi kecelakaan tersebut, yang mana dalam pemberian santunan terhadap korban kecelakaan masih ditemui masyarakat yang hanya mengetahui bahwa santunan asuransi hanya bisa mereka dapat apabila mereka ikut atau mendaftar pada perusahaan asuransi swasta. Banyak juga dari masyarakat yang enggan mengajukan klaim ke Jasa Raharja karena kurangnya pemahaman dalam prosedur pengajuan santunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Sarini dan Sutanto, Taufik Edy. 2015. *Statistika Tanpa Stres*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Ardial. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media

- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Effendy, OnongUchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution, Zulkarimen. 1990. *Prinsip-Prinsip Komunikasi untuk Penyuluhan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Nawari. 2010. *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT. Elex Media Kamputindo
- Neolaka, Amos. 2008. *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: Rinnerka Cipta
- Oktarina, Yetty dan Abdullah, Yudi. 2017. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish
- Payadnya, I Putu Ade Andre dan Jayantika, I Gusti Agung Ngurah Trisna. 2018. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish
- Prasetyo, Bambang dan Lina. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo
- Priyatno, Dewi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS – Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom
- Rasyid, Anuar. 2011. *Komunikasi Penyuluhan*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau
- Rasyid, Anuar dan Nasution, Belli. 2019. *Komunikasi Sosial dan Pembangunan*. Pekanbaru: Taman Karya
- Setiana, Lucie. 2005. *Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Setyosari, Punaji. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Sudjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Yusrizal. 2016. *Komunikasi Penyuluhan*. Pekanbaru: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Jurnal

- Muljono, Pudji. 2007. *Learning Society, Penyuluhan dan Pembangunan Bangsa*. Kajian Analitik. Jurnal Penyuluhan 3(1): 59
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2018. *Implementation Of CSR Communication In Community Empowerment at PT. Energi Mega Persada*. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 27. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/10/IJRSS_Vol_27_P2_Sep18_Belli_Nasution.pdf

- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019a. Analyzing Communication Between Government and Community In The Flow Of Cross-Border Goods In The Regency of Meranti Island. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 31. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/07/IJRSS_Vol_31_P3_July19_Belli_Nasution.pdf
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019b. *Komunikasi sosial Pembangunan*. Taman karya: Pekanbaru.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019c. *Komunikasi sosial*. UR Press: Pekanbaru.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019d. *Komunikasi Konflik: Analisis model dan resolusi komunikasi konflik perjalanan arus barang lintas negara di Kabupaten Kepulauan Meranti*. Taman karya: Pekanbaru.
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015a. The Role Of Communication In Corporate Social Responsibility. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 5, No.7 <http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2015/04/1-ROLE-OF-COMMUNICATION.pdf>
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015b. Komunikasi Dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan : Pemberdayaan Masyarakat Dan Membangun Citra Positif. *Mimbar*, Vol. 31, No. 2. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/1564>
- Rasyid, Anuar. 2017. Komunikasi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Membangun Citra dan Reputasi PTPN V di Pekanbaru. *Disertasi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rasyid, Anuar. 2019a. *Komunikasi CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Taman karya: Pekanbaru
- Rasyid, Anuar. 2019b. *Metode Penelitian Komunikasi*. UR Press: Pekanbaru.
- Rasyid, Anuar. Evawani Elysa Lubis. 2018. Correlation Among Communication Noise Corporate Social Responsibility Program With Community Empowerment And PTPN V Image In Pekanbaru. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 20 No. 1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/03/IJRSS_vol_20_p2_Feb18_Anuar-Rasyid.pdf
- Yohana, Nova. Anuar Rasyid, Evawani Elysa Lubis, Nita Rimayanti. 2019. Communication of Community Participation in Implementation of Policy in Child-Friendly Regency(KLA) in Siak District. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 33. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/11/IJRSS_Vol_33_P1_Nov19_Nova-Yohana.pdf

Skripsi

- Dewi, Ayu Rosalia. 2018. *Pengaruh Kredibilitas Badan Kependudukan Keluarga Berencana (BKKBN) Terhadap Kesadaran Pentingnya Mengatur Jarak Kelahiran Anak Pada Masyarakat Kabupaten Siak*. [Skripsi]. Riau (ID): Universitas Riau

- Mardiandi. 2011. *Komunikasi Penyuluhan Anti Narkoba dan Peningkatan*

Kesadaran (Studi Korelasi Tentang Pengaruh Komunikasi Penyuluhan yang Dilakukan Oleh Pusat Informasi Masyarakat Anti Narkoba Sumatera Utara (PIMASU) Terhadap Tingkat Kesadaran Tentang Narkoba Pada Siswa/ MAN 3 Medan) [Skripsi]. Medan (ID): Universitas Sumatera Utara
<http://repository.usu.ac.id>

tewas-akibat-lakalantas-90-persen-dialami-kalangan-millennial. Diakses pada 26 Maret 2019 pukul 21.15

<http://www.google.com/amp/s/jatim.sindonews.com/newsread/3019/1/angka-kecelakaan-di-indonesia-masih-tinggi-154138389>. Diakses pada 14 April 2019 pukul 11.30

<http://kbbi.web.id/sadar>

Rahmawan, Septian Hadi. 2014. *Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Pasar Rangkasbitung (Survei Pada Program Sosialisasi PP No. 46 Tahun 2013 Terhadap Pedagang di Pasar Rangkasbitung)*. [Skripsi]. Banten (ID): Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
<http://repository.fisip-untirta.ac.id>

Saparini, Dewi. 2017. *Pengaruh Penyuluhan Tentang Hipertensi Terhadap Tingkat Kecukupan Kalium, Natrium, Cairan dan Tekanan Darah Pada Penderita Hipertensi Peserta Prolanis Bina Sehat di Puskesmas Pringsurat Kabupaten Temanggung*. [Undergraduate Thesis]. Semarang (ID): Universitas Muhamadiyah Semarang
<http://repository.unimus.ac.id>

Wardhani, Rr. Ambar Sih. 2008. *Studi Tentang Kesadaran Pekerja Terhadap Pelapor Kecelakaan Kerja di PT. Astra Nissan Diesel Indonesia Periode Juni-Juli 2008*. [Skripsi]. Depok (ID): Universitas Indonesia.
<http://lontar.ui.ac.id>

Sumber lain

<http://www.jasaraharja.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>. Diakses pada 26 Maret 2019 pukul 19.45

<http://pekanbaru.tribunnews.com/2019/02/24/sepanjang-2018-789-warga-riau->