

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH CABANG
PEMBANTU PETAPAHAN DALAM MENSOSIALISASIKAN
PERUBAHAN BANK UMUM KONVESIONAL KE BANK UMUM
SYARIAH**

**Oleh : Moehammad Afrinaldi Saputera
Pembimbing: Dr. Ringgo Eldapi Yozani, S.I.Kom, M.I.Kom**

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

ABSTRAK

Pada tahun 2022 PT Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri berhasil melakukan konversi menjadi BRK Syariah. Dengan ketidak pahamannya dengan perbankan syariah pada nasabah dan calon nasabah di cabang pembantu petapahan membuat PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan membuat langkah yaitu dengan melakukan sosialisasi yaitu *door to door* yang dilakukan dari hari senin – jumat setiap harinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi BRK Syariah Petapahan dalam mensosialisasikan perubahan bank umum konvensional ke bank umum syariah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisa deskriptif dengan menggambarkan subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta – fakta yang tampak. Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis berada di Jl. Raya Petapahan, Tapung Kampang, Petapahan, Kec, Tapung, Kabupaten Kampar. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi. Untuk Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah strategi pemeliharaan komunikator semua pegawai bank riau kepri syariah cabang pembantu petapahan. Strategi pengolahan pesan komunikasi yang dilakukan bank riau kepri syariah cabang pembantu petapahan memiliki beberapa pokok inti pesan yang pertama terkait konversi yang dilakukan, kedua konsep perbankan syariah, ketiga akada yang digunakan diperbankan syariah, dan yang terakhir tentang produk-produk syariah. Strategi pemilihan media yang digunakan *Instagram* dan *WhatsApp*. Strategi penentuan sasaran komunikasi adalah semua masyarakat petapahan, pegawai negeri, dan pegawai swasta, DIKPORA dan DINKES untuk bekerjasama agar informasi yang diberikan lebih luas.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, PT. Bank Riau Kepri Syariah, Sosialisasi, Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah.

ABSTRACT

In 2022 PT Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri successfully converted to BRK Syariah. Due to the lack of understanding of sharia banking among customers and prospective customers at the Petapahan sub-branch, PT. Bank Riau Kepri Syariah Petapahan Sub-Branch took steps, namely by conducting door

to door outreach which was carried out from Monday – Friday every day. This research aims to find out how BRK Syariah Petapahan's communication strategy is in socializing changes from conventional commercial banks to sharia commercial banks.

This study uses qualitative research methods with the presentation of descriptive analysis by describing the subject and research object based on the facts that appear. The research location chosen by the author is on Jl. Raya Petapahan, Tapung Kampang, Petapahan, Kec, Tapung, Kampar Regency. Data collection techniques in the form of observation, interviews, documentation. For the technique of checking the validity of the data using triangulation.

The results of this study are the strategy for selecting communicators for all employees of the Riau Kepri Syariah bank, Petapahan sub-branch. The strategy for processing communication messages carried out by Bank Riau Kepri Syariah, Petapahan sub-branch, has several core message points, the first is related to the conversion carried out, the second is the concept of Islamic banking, the third is the contract used in Islamic banking, and the last is about Islamic products. The media selection strategy used by Instagram and WhatsApp. The strategy for determining the target of communication is for all the people of Petapahan, civil servants and private employees, DIKPORA and DINKES to work together so that the information provided is wider.

Keywords : Communications Strategy, PT.Bank Riau Kepri Syariah, Socialization, Conventional Commercial Banks, Sharia Commercial Bank

PENDAHULUAN

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting, strategi komunikasi harus berimbang sedemikian rupa sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Faktor – faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen media atau komponen komunikasi sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai. Disini strategi komunikasi yang digunakan dengan cara sosialisasi informasi mengenai perubahan bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Sosialisasi sebagai wadah untuk melakukan strategi, dimana sosialisasi merupakan penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang lain bersikap dan bertindak

sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar

akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.(Wulandari et al., 2019)

Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri adalah suatu perusahaan bank yang didirikan sesuai dengan status Undang-undang no.13 tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Mulai pada tanggal 01 april 1996 secara resmi kegiatan bank pembangunan daerah Riau dimulai dengan status sebagai bank milik pemerintah daerah Riau. Penyesuaian status pendirian Bank Pembangunan Daerah (BPD) Riau telah diatur dalam peraturan daerah No. 14 Tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yaitu tentang Perbankan. Terakhir perubahan

dengan peraturan daerah provinsi, daerah tingkat I Riau Nomor 5 Tahun 1998 yaitu tentang perubahan pertama peraturan daerah provinsi daerah tingkat I Riau Nomor 14 Tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau.(Ramadhani, 2018)

PT Bank Pembangunan Daerah Riau atau yang biasa disebut dengan Bank Riau Kepri adalah Bank Konvensional dimana penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu. Keuntungan utama dari bisnis perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan.(Trisela & Pristiana, 2021)

Pada tahun 2022 PT Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri berhasil melakukan konversi dari bank konvensional umum menjadi bank umum syariah, yaitu PT Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri Syariah (Perseroda) atau disingkat dengan PT Bank Riau Kepri Syariah. Sesuai dengan surat keputusan anggota dewan komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tanggal 4 juli 2022, tentang pemberian izin perubahan kegiatan usaha Bank Umum Konvensional (BUK) menjadi Bank Umum Syariah (BUS).(Yuliansyah Account Officer, 2022)

Himbauan dari kantor pusat kepada seluruh cabang pembantu yang berada di wilayah riau dan kepulauan riau pertama kali

mengeluarkan surat edaran untuk sosialisasi kepada nasabah dan calon nasabah mengenai perbankan syariah pada bulan Juni 2021.

Adapun komunikasi yang dilakukan PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan untuk mensosialisasikan perubahan bank umum konvensional menjadi bank umum syariah yaitu seperti *door to door*, menggunakan spanduk, baliho, pamphlet, kerjasama bersama dinas terkait (Dikpora & Dinkes), media sosial/telekomunikasi (WA, IG, SMS, TELP), dan yang terakhir *walk in cutomer*.

Door to door yang dilakukan oleh pihak bank riau kepri syariah cabang pembantu petapahan hampir setiap hari, yang mana *door to door* tersebut dilakukan di sekolah dan PT. kelapa sawit. Nasabah yang sudah menjadi bagian dari bank riau sebelum konversi juga sudah dihubungi melalui WA, SMS, dan TELP.

Dari semua nasabah yang sudah dihubungi melalu WA, SMS, dan TELP yang berada di bank riau kepri syariah cabang pembantu petapahan, masih ada 3.247 nasabah yang belum pindah ke syariah. Sekitar 46%. Maka dari itu PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan selalu *door to door* dan menghubungi nasabah setiap hari.

Dengan ketidak pahamannya dengan perbankan syariah pada nasabah dan calon nasabah di petapahan, dengan minimnya informasi mengenai perbankan syariah. Maka dari itu PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan membuat langkah yaitu dengan melakukan *door to door* yang dilakukan dari hari senin – jumat setiap harinya. Sosialisasi besar yang

dilakukan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yaitu dua kali dalam seminggu, seperti sosialisasi besar yang bekerjasama dengan dinas Dikpora dan Dinkes.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Komunikasi

Kata strategi komunikasi 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 strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal. Dalam strategi ad prinsip yang harus dicamkan, yakni” tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. Dalam pengertian lain, strategi adalah (planing) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Effendy (2005:35) dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat, diantaranya :

Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui atau komunikasi melakukan tindakan tertentu.

Pemilihan Media Komunikasi

Mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan, mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing – masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Pengkajian Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diamabil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasif, atau teknik instruksi. Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindari pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif.

Peran Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor yang penting dalam diri komunikator bila ingin melancarkan komunikasi.

A. Daya Tarik Sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik. Dengan kata lain komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

B. Krebilitas Sumber

Faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikasi pada komunikator. Kepercayaan ini

banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh komunikator. (Kurnia Romi., 2017)

2. Sosialisasi

Menurut Miller (1999, p.183) dalam komunikasi, sosialisasi telah didefinisikan sebagai proses pembelajaran yang saling bergantung dan interaksional dimana individu akan mengarahkan dirinya mengacu kepada sistem tanda dan lambang. Melalui sosialisasi, individu akan menyesuaikan diri terhadap ketidakpastian dan mengembangkan pemahaman bertahap tentang bagaimana orang lain melihat kenyataan dan membentuk persepsinya sendiri. (Roberto et al., 2018).

3. Bank Umum Konvensional

Bank Umum Konvensional (BUK) adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (UU RI No. 10 Tahun 1998 dalam Kasmir). Dalam operasional bank konvensional, sebagian besar ditentukan oleh kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat melalui pelayanan dan bunga yang menarik. (Satria, 2018)

Berdasarkan Booklet Perbankan Indonesia (2016), kegiatan usaha bank umum konvensional terdiri dari:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat ke dalam bentuk simpanan berupa tabungan, giro, deposito berjangka,

sertifikat deposito, atau bentuk lainnya.

- b. Memberikan kredit dan surat pengakuan utang.
- c. Membeli, menjual atau menjamin risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.
- d. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
- e. Menempatkan, meminjam, atau meminjamkan dana dari dan/atau kepada bank lain.
- f. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga.
- g. Menyediakan sarana tempat untuk penyimpanan barang dan surat berharga.
- h. Melaksanakan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan kontrak.
- i. Melakukan penempatan dana dari nasabah ke nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat pada bursa efek.
- j. Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit dan kegiatan wali amanat.
- k. Menyediakan pembiayaan dan atau melaksanakan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah sesuai ketentuan yang berlaku.
- l. Melakukan kegiatan yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang tentang perbankan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- m. Melakukan kegiatan dalam valuta asing dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.
- n. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada bank atau perusahaan lain di bidang keuangan, seperti sewa guna usaha, modal ventura, perusahaan efek, asuransi, serta lembaga kliring penyelesaian dan penyimpanan, dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.
- o. Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya, dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.
- p. Bertindak sebagai pendiri dana pensiun dan pengurus dana pensiun sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dana pensiun yang berlaku.
- q. Melaksanakan kegiatan usaha bank berupa penitipan dengan pengelolaan/Trust.

4. Bank Umum Syariah

Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS merupakan badan usaha yang setara dengan bank umum konvensional dengan bentuk hukum Perseroan Terbatas, Perusahaan Daerah, atau Koperasi. Seperti halnya bank umum

konvensional, BUS dapat berusaha sebagai bank devisa atau bank nondevisa. (Yumanita, 2005)

Hadirnya bank syariah mempunyai peranan yang sangat penting dalam perubahan ekonomi, adapun tujuan dan fungsi dibentuknya lembaga keuangan syariah ini adalah:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islam, khususnya yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari riba dan jenis usaha yang mengandung unsur gharar (tipuan) dimana jenis usaha tersebut dilarang oleh islam.
- b. Untuk menjaga kestabilan ekonomi
- c. Untuk menciptakan keadilan dengan cara meratakan pendapatan melalui investasi, agar tidak terjadi kesenjangan antara pemilik modal dengan yang membutuhkan dana.
- d. Untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan cara membuka peluang usaha yang produktif (berwirausaha).
- e. Untuk menyelamatkan masyarakat terhadap ketergantungannya kepada bank non islam (bank konvensional) yang menyebabkan umat islam tidak dapat melaksanakan ajaran agamanya secara penuh.

5. PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan merupakan bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip – prinsip yang telah ditetapkan dengan syariah. Dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan syariah. Dalam pelaksanaannya, PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan menyediakan produk dana dan jasa dalam sistem syariah yang dapat dipilih dan dimanfaatkan oleh nasabah dan calon nasabah. Saat ini lokasi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan berada di Jl. Raya Petapahan, Tapung Kampar, Petapahan, Kec. Tapung, Kabupaten Kampar, Riau.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang disertai dengan menggunakan metode deskriptif atau bisa disebut juga dengan deskriptif kualitatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi di mana peneliti dapat memperoleh sumber informasi yang berkaitan dengan penelitian dan persyaratan data yang diperlukan dapat disebut lokasi penelitian. Situasi penelitian yang dipilih oleh penulis ini berada di Jl. Raya Petapahan, Tapung Kampar, Petapahan, Kec. Tapung, Kabupaten Kampar. Persiapan penelitian akan dimulai bulan November 2022 dan penelitian akan dilaksanakan pada bulan Januari 2023 bertepatan dengan masuknya tahun ajaran baru.

Subjek dan Objek Penelitian

Adapun pertimbangan peneliti dalam memilih informan adalah dengan

memiliki beberapa kriteria,berikut kriteria yang digunakan informan:

- a. Merupakan karyawan tetap PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.
- b. Pegawai PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yang terjun langsung kelapangan dan dilingkungan kantor, yang mengetahui gimana strategi komunikasi langsung dilakukan.
- c. Mereka yang mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian sebagai acuan sesuai dengan fokus dan tujuan peneliti, yaitu :

- **Wawancara**

Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada informan. Adapun wawancara dengan informan berdasarkan pertanyaan pertanyaan sesuai dengan pedoman pedoman yang telah penulis lakukan untuk nantinya mengetahui bagaimana strategi komunikasi PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam mensosialisasikan perubahan bank umum konvensional ke bank umum syariah, dan juga penulis akan menambahkan pertanyaan jika ada yang di butuhkan dalam sesi wawancara. Disini juga penulis melakukan wawancara tidak struktur namun tetap dalam konteks sesuai dengan pedoman yang telah penulis berikan. Penulis juga berusaha menggali lebih dalam lagi tentang strategi

komunikasi yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petahan dalam mensosialisasikan perubahan bank umum konvensional ke bank umum syariah.

- **Observasi**

Dalam penelitian ini, penulis terlibat langsung dalam kegiatan mensosialisasikan yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, hal ini juga diharapkan bisa menimbulkan data yang valid. Dengan keikutsertaan penulis secara langsung, penulis bisa melihat dan merasakan apa yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam mensosialisasikan bank umum konvensional ke bank umum syariah tersebut.

- **Dokumentasi**

Penulis akan mengumpulkan foto-foto kegiatan, video-video yang berkaitan dengan substansi penelitian ini serta data-data dokumen lainnya yang diperlukan, data tersebut tentunya akan diambil sebagai sampel yaitu dari berbagai pihak yang tentunya terlihat sebagai objek maupun subjek penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman terdiri dari empat alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2019).

- Pengumpulan Data

- Reduksi Data
- Penyajian Data
- Penarikan Kesimpulan

Teknik Pemeriksaan Data dan Keabsahan Data

Keabsahan Data Selanjutnya untuk dapat mempertanggungjawabkan hasil penelitian yang akan dilaksanakan, peneliti memerlukan teknik untuk melaksanakan pemeriksaan keabsahan data. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan peneliti yakni :

Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik penelitian kualitatif yang dapat digunakan sebagai pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan suatu dengan yang lain. Triangulasi dengan sumber data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian, dengan cara:

- 1) Membandingkan data yang didapatkan pada hasil wawancara
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan subjek penelitian secara pribadi terhadap apa yang diungkapkannya di depan umum.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat.
- 5) Membandingkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan isi

dokumen milik perusahaan yang berhubungan.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, maka penulis akan membahas mengenai data – data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada strategi komunikasi PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam Mensosialisasikan Perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini penulis memilih fokus penelitian strategi komunikator, strategi pengolahan pesan, strategi pemelihan media komunikasi, strategi penentuan sasaran komunikasi.

Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi Middleton. Yang menjelaskan seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam Hafiel Cangara (2014:64), membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Erlin Kasuma, 2022)

Strategi PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan Dalam Pemilihan Komunikator

Hal pertama yang dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi melalui model strategi komunikasi middleton adalah memilih komunikator untuk menyampaikan informasi dalam mensosialisasikan

kegiatan konversi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.

Pada prinsipnya semua pegawai Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan sendiri sudah bisa menjadi komunikator di kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, seperti seminar, edukasi dan lain sebagainya. Sedangkan untuk sosialisasi yang dilakukan kelapangan adalah pegawai dari Team Leader Bisnis Bank Riau Kepri Syariah, karena dari Team Leader Bisnis Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan telah menjadi tanggung jawab untuk turun kelapangan. Sedangkan sosialisasi yang dilakukan di kantor Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan adalah pegawai dari Team Leader Operasional Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, karena telah diputuskan dan menjadi salah satu tanggung jawab yang dilakukan didalam dan lingkungan kantor. Dengan keikutsertaan mereka pada kegiatan tersebut, maka sebagai komunikator nantinya akan dapat menjelaskan berbagai informasi dan pesan secara jelas dan terarah.

Kemudian komunikator lain juga dipilih secara bergantian untuk program kegiatan lainnya selain konversi, karena setiap program ada penanggung jawabnya dan ditentukan sesuai dengan bidang dan keahlian masing – masing dan dengan tema kegiatan atau program yang dilaksanakan. Hal tersebut karena kegiatan yang mengandung tema yang spesifik tentu diperlukan orang – orang sesuai dengan

pengetahuan, kemampuan, keahlian, dan pengalaman sesuai dengan bidang yang ditekuni. Sehingga informasi tersebut dapat lebih jelas, benar, dan efektif untuk yang akan disampaikan.

Berkaitan dengan strategi komunikasi model Middleton, maka strategi pemilihan komunikator yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan memiliki hubungan dengan strategi selanjutnya yaitu strategi pengolahan pesan. Dimana Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan memilih komunikator yang sesuai, agar informasi yang disampaikan akan efektif untuk diterima.

Strategi PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan Dalam Pengolahan Pesan

Langkah selanjutnya adalah strategi pengolahan pesan yang akan disampaikan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan untuk dapat memaksimalkan langkah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam mensosialisasikan perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah.

Adapun perencanaan pesan yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan adalah dengan menyampaikan inti pokok pesan. Inti pokok pesan yang dibuat untuk perencanaan komunikasi harus ringkas, langsung pada pokok persoalan, dideskripsikan dengan bahasa yang jelas agar masyarakat atau khalayak mampu mencerna isi pesan yang disampaikan dan memperlihatkan hasil yang akan

diperoleh bila kegiatan sosialisasi dilakukan.

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan langsung menyampaikan inti pokok pesan berupa informasi terkait perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah, konsep perbankan syariah, akad yang akan digunakan di perbankan syariah, dan produk – produk syariah. Pesan tersebut juga dilengkapi dengan *tagline/slogan*. *Tagline/slogan* merupakan *motto* atau *frasa* yang dipakai sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan yang mudah diingat. Bunyi dari *tagline* ini adalah “Bank Riau Kepri Syariah Berkah Untuk Semua”. *Tagline* ini juga menjadi pesan untuk masyarakat di Indonesia dan khususnya di Petapahan.

Gaya dalam penyampaian pesan kegiatan sosialisasi tersebut dengan informasi yang mudah dipahami dan dimengerti dengan cara menggunakan presentasi yang menarik dan informative, hal tersebut merupakan salah satu strategi untuk pemberian informasi untuk menarik masyarakat membaca pesan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yang dikenal selama ini baku.

Strategi Pemilihan Media Komunikasi Oleh PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan

Secara keseluruhan, proses strategi komunikasi berdasarkan stareti komunikasi model Middleton, untuk mencapai hasil yang maksimal maka diperlukan saluran atau media untuk mengendalikan proses strategi tersebut. Pada konsep strategi

komunikasi, yaitu mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan, mana yang terbaik dari sekian banyak media.

Strategi pemilihan media merupakan salah satu langkah yang selanjutnya harus dipertimbangkan dalam proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan. Pada wawancara dan pengamatan penulis, pemilihan media komunikasi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan sudah cukup efektif dimana sudah menggunakan media – media cetak seperti brosur, spanduk, media elektronik seperti radio, media online dan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp*.

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan memiliki kerja sama dengan media cetak yaitu HaluanRiau.com, media cetak ini bertujuan untuk menjadi salah satu media promosi dan penyampaian informasi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan melalui tulisan dan gambar kepada masyarakat Petapahan agar mengetahui peran dan fungsi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan. Media –media cetak ini akan menyajikan tema yang berkaitan dengan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, produk – produk syariah, konversi yang dilakukan dan mensosialisasikan program ini.

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan juga bekerja sama dengan media

elektronik dan media online yang ada di Riau. Seperti Radio Republik Indonesia Riau atau RRI, dan Adity FM. Media – media ini juga berfungsi sebagai media berbagi informasi kegiatan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, media ini juga digunakan sebagai media *sharing* dengan salah satu contohnya melakukan dialog dan *podcast* di beberapa stasiun radio tersebut. Dimana masyarakat Riau maupun masyarakat Petapahan dapat mengirimkan pendapat dan pertanyaan kepada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan melalui program tersebut, nantinya akan disiarkan melalui media elektronik maupun media online tersebut.

Selain media cetak, media elektronik, dan media online, Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan juga aktif menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp*. Melalui akun media sosial tersebut dapat digunakan untuk media berbagi kegiatan, program, sosialisasi, dan event – event yang dibuat oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan. Hal ini akan mendorong masyarakat akan semakin kenal dengan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, media sosial digunakan karena pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak sasaran lebih luas.

Media juga tidak kalah penting menjadi alat untuk memaksimalkan penyampaian pesan atau informasi dari Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu secara lebih luas. Sehingga dari hubungan satu sama lain memiliki dampak untuk keberlangsungan strategi

komunikasi yang dilakukan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.

Strategi PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan Dalam Menentukan Sasaran Komunikasi

Setelah menentukan komunikator maka selanjutnya adalah menentukan sasaran yang jelas. Sasaran atau khalayak dapat berupa individu, kelompok, publick tertentu atau publik umum. Dari pengamatan penulis, strategi komunikasi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam menentukan sasaran komunikasi dalam mensosialisasikan program adalah seluruh masyarakat Petapahan. Kemudian sasaran Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam mensosialisasikan perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah yaitu wartawan atau media, masyarakat Petapahan, pegawai negeri dan pegawai swasta, yang terakhir adalah DINKES dan DIKPORA.

Hal ini sesuai dengan komunikasi strategi Middleton dimana salah satu unsur dalam proses komunikasi yaitu sasaran komunikasi, sasaran komunikasi yaitu seseorang yang bisa suatu kelompok, individu, organisasi yang menerima pesan dari komunikator.

Kesimpulan

1. Strategi komunikator yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yaitu adalah semua pegawai pada umumnya bisa

menjadi sebagai komunikator dalam sebuah program yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, sosialisasi yang dilakukan dilapangan yang menjadi komunikatornya adalah Team Leader Bisnis yang memang memiliki pengetahuan dan kesiapan untuk mensosialisasikan perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah kepada masyarakat, karena persiapannya sudah matang dari pelatihan – pelatihan yang dilakukan untuk turun ke lapangan. Dan untuk sosialisasi yang dilakukan oleh Team Leader Operasional yang mana hanya mencakup nasabah dan calon nasabah yang datang ke kantor.

2. Menyampaikan inti dari isi pokok pesan yang disampaikan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yaitu mengenai perubahan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah atau bisa disebut dengan konversi, lalu ada inti pokok pesan bagaimana konsep perbankan syariah, akad yang digunakan diperbankan syariah, dan yang terakhir produk – produk syariah.
3. Media yang digunakan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan dalam mensosialisasikan program adalah media cetak, media elektronik, media online, dan media sosial. Tujuan menggunakan media tersebut yakni untuk mempromosikan dan menyebarkan informasi – informasi tentang program Bank Riau Kepri Syariah Cabang

Pembantu Petapahan, di sisi – sisi lain juga sebagai media berbagi kegiatan yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.

4. Strategi sasaran komunikasi yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan yang menjadi sasaran komunikasinya adalah seluruh masyarakat Petapahan. Dari guru honorer, guru pegawai negeri sipil, pegawai swasta yang bekerja di perusahaan kelapa sawit, masyarakat biasa yang sudah menjadi nasabah, dan calon nasabah. Wartawan, DINKES, dan DIKPORA juga menjadi sasaran komunikasi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan untuk penyampaian informasi juga kepada masyarakat yang tidak tercapai oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan.

Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi pada pengoptimalan dalam proses kegiatan sosialisasi program.
2. Bagi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan, untuk lebih meningkatkan dan mengoptimalkan komunikasi pada media sosial atau era digital saat ini. Karena sudah adanya media sosial baru seperti TikTok yang sedang tren dikalangan masyarakat. Media sosial TikTok juga bisa memberikan informasi

maupun kegiatan – kegiatan yang dilakukan Bank Riau Kepri Syariah.

3. Bagi Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Petapahan teruskan membangun relasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan jumlah nasabah.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti tentang produk – produk Bank Riau Kepri Syariah seperti tabungan dan pembiayaan.

Daftar Pustaka

- Eko, M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN” Veteran” Yogyakarta Press.
- Yumanita, A. D. (2005). Bank Syariah. In *Bank Indonesia : Seri Kebanksentralan* (Issue 14).
- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Ahamadi, R., & Rose, K. R. (2014) *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Alfarizi, F., Sutarjo, M., & Wihayati, W. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Jaminan Kecelakaan Kerja Dan Jaminan Kematian Di Pt. Taspen (Persero) Kantor Cabang Cirebon. *Jurnal Signal*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1317>
- Andespa, R. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Bank Syariah Prioritas Pelayanan Fisik Dan Empati.

- Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(2), 143–159.
- Anjani, D., Fadhila, M., & Primasari, W. (2019). Strategi Komunikasi Pendidik Dalam Menghadapi Temper Tantrum Anak Berkebutuhan Khusus. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 5(2), 1–16.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/sosietas/article/view/26003/12289>
- Anshori, A. G. (2008). Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional. *La_Riba*, 2(2), 159–172.
<https://doi.org/10.20885/lariba.vol2.iss2.art1>
- Arifin, A. (2017). Strategi Manajemen perubahan dalam meningkatkan disiplin diperguruan tinggi. *EDUTECH Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 No 1(1), 117–132.
- Ayu, D., Sari, P., Insan, M., Bagus, R., & Shah, C. (2022). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada Masyarakat*. 4, 212–222.
- Di, P., Melalui, P., Layanan, S., & Online, P. (2017). *online E-Billing*. 4(2), 1–12.
- Erlin Kasuma, H. N. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di Kelurahan Gunung Bahagia. *EJournal Ilmu Komunikasi*, vol 10(2), 41–51.
- Kismawadi, E. R., & Al Muddatstsir, U. D. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Akan Di Konversikannya Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Aceh Studi Kasus Di Kota Langsa. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(2), 136–148.
<https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i2.707>
- Krisyanto, R., & Sos, S. (2014). Teknik praktis riset komunikasi. Prenanda Media.
- Luthfiyah, F. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.
http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Njoko, V. (2018). Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(1), 1–11.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/8237>
- Putri, A. F. (2016). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Internet Sehat Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 165–175.
<http://id.tekno.kompas.com>
- Ramadhani, P. (2018). Laporan Praktek Kerja Lapangan. *Pelayanan Kesehatan*, 2015, 3–13.
- Roberto, A., Sari, Y. D., & Vidyarini, T. N. (2018). Strategi Komunikasi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang

- Surabaya – Gempol dalam Menyosialisasikan Sistem Pembayaran Elektronik. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2),
- Satria, M. R. (2018). Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 105–118. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880>
- Shandy Utama, A. (2018). Sejarah dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 2(2), 187. <https://doi.org/10.25072/jwy.v2i2.180>
- StudyCha, L. (2013). 6(1), 176–188.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 83–106. <https://doi.org/10.30996/jem17.v5i2.4610>
- Wulandari, S., Mahyuzar, D., & Si, D. M. (2019). “*Communication Strategy of the Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Aceh Disseminate Public Tax Information.*” 3(4), 1–15.
- Yumanita, A. D. (2005). Bank Syariah. In *Bank Indonesia : Seri Kebanksentralan* (Issue 14).

Sumber Internet:

(https://www.brksyariah.co.id/brkweb_syariah/) diakses pada tanggal 23 November 2022.