



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI
5665/KOM-D/SD-S1/2023

**STRATEGI KOMUNIKASI GENBI RIAU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BEASISWA BANK
INDONESIA KEPADA MAHASISWA DI KOTA PEKANBARU**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (SI) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

AKRELINA YUSTIA YS
NIM. 11840321694

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1444 H/ 2023 M**



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

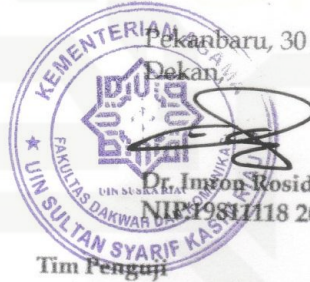
Nama : Akrelina Yustia Ys
 NIM : 11840321694
 Judul : Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Kepada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 29 Desember 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 Januari 2023



Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, S.Ag., M.I.Kom
 NIP.19680607 200701 1 047

Penguji III

Sudianto, S.Sos., M. I.Kom
 NIP.19801230 200604 1 001

Sekretaris/ Penguji II,

Rosmita, M.Ag
 NIP.19741113200501 2 005

Penguji IV,

Tika Mulya, M.I.Kom
 NIK. 19861006 201903 2 0102

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Penguji hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Penguji tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

kota Pekanbaru

UIN SUSKA RIAU

pta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



JUDUL

**STRATEGI KOMUNIKASI GENBI RIAU DALAM MENGINFORMASIKAN
PROGRAM BEASISWA BANK INDONESIA TERHADAP MASYARAKAT**

Disusun Oleh :

NAMA : AKRELINA YUSTIA**NIM : 11840321694**

Telah disetujui Pembimbing pada tanggal 16 Desember 2022

Pembimbing**Usman, M.I Kom
NIP. 130417119****Mengetahui :****Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,****Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004**

UN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 16 Desember 2022

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Akrelina Yustia Ys
NIM : 130417119
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Menginformasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Terhadap Masyarakat

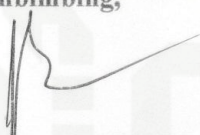
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

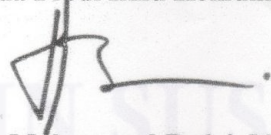
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


Usman, M.I.Kom
NIP./NIK. 130417119

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akrelina Yustia Ys
 NIM : 11840321694
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 19 Oktober 2000
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : **“Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mneginformasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Terhadap Masyarakat”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *footnote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 19 Desember 2022
 Yang membuat


AKRELINA YUSTIA YS
 NIM. 11840321694



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahuata'ala atas segala kelimpahan rahmat dan karunianya, sholawat beriring salam kepada nabi Muhammad SAW atas segala perjuangan dan suri tauladan bagi umat islam sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Kepada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalamannya, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mengatur setiap bab proposal ini sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh fakultas dan prinsip-prinsip penelitian ilmiah. Namun demikian, penulis menyadari bahwa beberapa lembar naskah skripsi ini memiliki beberapa kesalahan dan kekurangan. Penulis meminta pembaca untuk pemahaman dan umpan balik mereka untuk mencapai hal ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, terutama kepada kedua orang tuanya yaitu ayah Muhammad Yunus dan ibu Sri Mulyati, kakak Yusfi Andri, kakak Budi Kurniawan, dan kakak Yusfi Andri Yusfi Andri. Kakak Awalini, Yustia Ys, yang telah memberikan semangat, doa, nasihat, dan segalanya demi penulis dapat menyelesaikan gelar sarjana ini. Penulis kemudian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. UIN Sultan Syarif Kasim Riau diketuai oleh Prof. Dr. Hairunas M.Ag sebagai rektor, Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd sebagai wakil rektor, dan Mr. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D. sebagai wakil rektor.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, SPd, M.A sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Masduki, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau diketuai oleh Bapak Muhammad Badri, SP., M.Si, dan sekretarisnya Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom.
 4. Ketika penulis mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugas akhir ini, Bapak Usman, M.I. Kom menjabat sebagai pembimbing penulis dan ditawari banyak nasihat dan bimbingan.
 5. Bapak Dr. Nurdin M.A. selaku Pembimbing Akademik Saya mengapresiasi semua dorongan, arahan, semangat, dan doa yang telah diberikan kepada penulis sepanjang penelitian ini.
 6. Seluruh Bapak/Ibu dosen civitas akademika Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
 7. Kepada Ade Kurniawan, yang telah menjadi awal mula dari penelitian ini, memotivasi penulis dan membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
 8. Sahabat penulis “Anak Intelektual” yang selalu menyemangati dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu Loandro Pardede, Julio Irdiansyah, Alif Rahman Irnanda, Elfira, dan Nadya Eka Putri. Semoga sehat selalu dan dapat selalu bersama hingga akhir hayat.
 9. Kepada Wiranda Nurul Akmal yang selalu menjadi *support system* penulis dalam segala bidang kehidupan, terimakasih sudah selalu ada dan mendukung apapun yang penulis lakukan hingga saat ini.
 10. Teman-teman Ilkom C dan Broadcasting B yang menemani penulis di perkuliahan yaitu, Daniel Kurnia, S.Ikom, Gema Diko Arfal, S.Ikom, Otrismon, Muhrifan Alhakim, Muhammad Fakhrel Haqqi, Muhammad Dio, As Ari, Juan Aditya, Shania Cerly Yolanda, Murni Asti, Ade Julia Putri, Nenci, Novita, atas support dan dukungannya semoga kita sukses kedepannya dan mampu mengapai mimpi-mimpi kita.
 11. Dan semua pihak dari A-Z yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu selama perkuliahan hingga penyelesaian penulisan skripsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. *Finally, I want to thank you. I want to thank you for having faith in me. I want to praise myself for working so hard. I want to express my gratitude for not having any vacation days. I want to praise myself for never giving up, for always trying to give more than I receive, and for never giving up. I want to express my gratitude for trying to do more good than bad. I want to thank myself for always being who they are.*

Semoga bimbingan dan bantuan teman-teman yang telah berikan dibalas oleh Allah SWT. Akhir kata penulis ucapkan Terimakasih dan penulis berharap Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamin.

Wabillahitaufikwalhidayah, Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekanbaru, Desember 2022
Penulis

Akrelina YustiaYs



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.2.1 Strategi Komunikasi	3
1.2.2 GenBI Riau.....	3
1.2.3 Program Beasiswa	3
1.2.3.1 Beasiswa Bank Indonesia.....	3
1.3 Permasalahan	4
1.3.1 Batasan Masalah.....	4
1.3.2 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	4
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	10
2.2.2 <i>New Media</i> (Media Baru).....	28
2.2.3 Media Sosial.....	29
2.2.4 Konsep Program Beasiswa Bank Indonesia.....	34
2.3 Konsep Operasional	37
2.4 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3	Sumber Data Penelitian	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Validitas Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	43

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1	Sejarah Bank Indonesia	45
4.2	Sejarah Beasiswa Bank Indonesia.....	47
4.3	Sejarah Umum Generasi Baru Indonesia	47
4.3	Struktur	50
4.4	Uraian Tugas Pokok dan Fungsi	51

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian	54
5.1.1	Instagram.....	55
5.1.2	Tik tok	56
5.1.3	Youtube	56
5.1.4	Komunikator (Sumber)	57
5.1.5	Pesan`	60
5.1.6	Media Komunikasi	64
5.1.7	Khalayak.....	66
5.2	Pembahasan.....	69

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	73
6.2	Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Pendaftar Beasiswa BI Tahun 2020 dan 2021	3
Tabel 2.1	Kajian Terdahulu	6
Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	41
Tabel 5.1	Syarat Beasiswa Bank Indonesia Tahun 2021	67



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Unsur-Unsur Komunikasi.....	16
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi GenBI Riau 2021	50
Gambar 5.1	Konten Instagram GenBI Riau	55
Gambar 5.2	Konten TikTok GenBI Riau	56
Gambar 5.3	Konten Youtube GenBI Riau	57
Gambar 5.4	Program Instagram Take Over	59
Gambar 5.5	Program <i>QnA Instagram Story</i>	59
Gambar 5.6	Akun Media Sosial GenBI Riau (Youtube, Instagram, dan Tiktok)	60
Gambar 5.7	Program Instagram Take Over	61
Gambar 5.8	Program <i>QnA Instagram Story</i>	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi industri menyebabkan dampak yang cukup besar terhadap tatanan kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman, perubahan sosial dan kebudayaan yang terjadi sangat cepat juga menyangkut kepada kebutuhan dan keinginan masyarakat. Berhubungan dengan itu, mulai banyak bermunculan inovasi yang mendasar pada kemudahan dalam aktifitas kehidupan sehari-hari.

Salah satu dampak yang dapat kita lihat dan rasakan dari revolusi industri saat ini adalah berkembangnya ICT (*Information Communication and Technology*). Dengan berkembangnya ICT, selain memberi kemudahan bagi masyarakat dalam kebutuhan dan keinginan, perkembangan ICT juga memberikan budaya baru bagi masyarakat. Seperti penggunaan jaringan internet di setiap bidang baik kebutuhan maupun keinginan masyarakat yang secara tidak langsung sudah menjadi tren otomatis pada saat ini.

Dewasa ini, segala hal yang kita lakukan berbasis Internet atau biasa dikenal sebagai *Internet of Thing (IoT)* adalah penggabungan teknologi otomatis dengan teknologi *cyber*. Di mana adanya dunia virtual berbentuk konektivitas manusia, mesin dan data tersebar di mana-mana. IoT memiliki kemampuan dalam menyambungkan dan memudahkan proses komunikasi antara mesin, perangkat, sensor, dan manusia melalui jaringan internet.¹

Kita mungkin merasakan lahirnya berbagai media baru atau New Media sebagai hasil dari Internet of Things. Dijelaskan secara sederhana, media baru adalah segala bentuk media yang muncul melalui interaksi antara manusia, komputer, smartphone, dan khususnya jaringan internet. Situs web, blog, jejaring sosial online, forum, dan media berbasis komputer lainnya termasuk di dalamnya. Hal ini berdampak signifikan pada bagaimana tren media massa modern berkembang.²

Membuat media visual yang mempengaruhi persepsi dan niat audiens adalah salah satu cara penggunaan media massa. Media ini termasuk radio, televisi, surat kabar, internet, iklan online, buku, pamflet, media sosial, film, dan bentuk komunikasi lisan lainnya. Kemajuan teknologi memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai saluran komunikasi, dan dengan demikian, konten visual dan multimedia telah menjadi komponen integral dalam perangkat komunikasi. Media visual mengacu pada berbagai media,

¹ Yudho Yudanto, Abdul Azis, *Pengantar Teknologi Internet of Things*, 2019, UNS Press. Hlm 4-6

² Yesi Puspita, Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay, *Jurnal Pekommas*, Vol. 18 No. 3, 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

termasuk blog, situs web dan baru-baru ini situs jejaring sosial seperti TikTok, Instagram, Twitter dan media sosial lainnya, di mana konten visual seperti gambar, video, infografis, kartun, dan meme menampilkan gambar sebagai bagian dari pesan.³

Media sosial telah muncul sebagai saluran populer untuk menyediakan sumber informasi baru dan komunikasi yang cepat, terutama dalam setiap hal yang mendukung kemudahan bagi manusia. Informasi dapat disebarkan tepat waktu dan dapat ditindaklanjuti, yang cukup penting untuk mendapat respon yang lebih baik daripada menggunakan sarana komunikasi tradisional seperti telepon dengan media sosial secara signifikan meningkatkan jumlah pertukaran informasi antara orang-orang yang menggunakan media sosial. Ini mengarah pada kesadaran situasional yang lebih tinggi yang menyebabkan muncul keputusan dan tindakan yang lebih cepat dan lebih terinformasi.⁴

Saat ini, media sosial yang paling aktif di gunakan di masyarakat adalah aplikasi TikTok, Instagram, Youtube, dan Twitter. Adanya ketertarikan yang besar pada masyarakat terhadap aplikasi ini salah satunya adalah algoritma yang dapat menyebarkan informasi dengan mudah ke sesama pengguna lainnya di mana pun mereka berada.⁵ Cara kerja (sistem) aplikasi-aplikasi ini dimanfaatkan oleh GenBI (Generasi Baru Indonesia) sebagai peluang untuk penyebaran informasi kepada calon penerima beasiswa Bank Indonesia. GenBI merupakan sautu komunitas penerima beasiswa dari Bank Indonesia, yang termasuk ke salah satu Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) bertujuan untuk berkontribusi secara aktif dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia masa depan di Indonesia. Siswa dapat menggunakan dana dari program beasiswa ini untuk membantu membayar uang sekolah, biaya studi, dan biaya hidup mereka. Program unggulan Bank Indonesia yang mendorong tumbuhnya kapabilitas SDM yang unggul juga diwujudkan dalam bentuk beasiswa ini. Karenanya, Bank Indonesia berharap agar penyebaran informasi terkait program beasiswa ini dapat terinformasikan pada setiap lapisan masyarakat khususnya mereka yang membutuhkan.⁶

³ Surej P. John a, Rouxelle De'Villiers, *Elaboration of Marketing Communication Through Visual Media: An Empirical Analysis*. 2020, Elsevier. Journal of Retailing and Consumer Services 54

⁴ Jie Yin, dkk. *Using Social Media to Enhance Emergency Situation Awareness: Extended Abstract*. 2015, IJCAI.

⁵ Yohana Noni Bulele, Tony Wibowo, *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok*, Vol.1 No.1, 2020

⁶ <https://www.generasibaruindonesia.com/whatsnew/pts>, di akses pada 26 Juli 2021, pukul 10.50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 Perbandingan Pendaftar Beasiswa BI Tahun 2020 dan 2021

No	Tahun	Pendaftar	Kuota
1.	2020	432	360
2.	2021	921	450

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

Hingga saat ini, informasi mengenai beasiswa Bank Indonesia mulai tersebar dan beredar lebih luas kepada masyarakat terutama calon penerima beasiswa. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pendaftar dari tahun 2020 yang sebelum aktif menggunakan media sosial mendapatkan 432 pendaftar, pada tahun 2021 mengalami kenaikan hingga 921 orang partisipan pada tahun 2021.

Fenomena inilah yang menjadikan alasan penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Kepada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru”

1.2 Penegasan Istilah

1.2.1 Strategi Komunikasi

Proses rencana komunikasi atau manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan adalah definisi dari strategi komunikasi. Strategi komunikasi harus mampu mengarahkan operasi teknis dan taktis sedemikian rupa sehingga sewaktu-waktu dapat berubah berdasarkan kondisi dan keadaan lapangan untuk mencapai tujuan tersebut.⁷

1.2.2 GenBI Riau

Generasi Baru Indonesia (GenBI) adalah sebuah komunitas yang terdiri dari kumpulan mahasiswa penerima Beasiswa Bank Indonesia yang berasal dari berbagai Perguruan Tinggi Negeri (PTN). GenBI berada di bawah naungan Bank Indonesia yang berada pada masing-masing Provinsi di Indonesia. Untuk di Provinsi Riau, komunitas ini disebut dengan GenBI Riau.

1.2.3 Program Beasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, beasiswa dapat berbentuk sebagai bantuan dana tunjangan yang diberikan kepada pelajar atau mahasiswa sebagai bantuan dana belajar.⁸ Menurut Simatupang, beasiswa

⁷ Effendy, Onong. U.1981.Dimensi-dimensi Komunikasi. BANDUNG : Alumni

⁸ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 153

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah pemberian dana secara sukarela yang harus diajukan oleh calon penerima beasiswa.

Dari beberapa definisi yang diberikan di atas, jelaslah bahwa beasiswa adalah pemberian uang yang diberikan kepada mahasiswa untuk digunakan sebagai dukungan dalam upaya akademis mereka. Selain itu, beasiswa mendorong siswa untuk bekerja lebih keras dan lebih aktif untuk memaksimalkan prestasi mereka.

1.2.3.1 Beasiswa Bank Indonesia

Beasiswa Bank Indonesia merupakan paket bantuan keuangan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada mahasiswa program sarjana (S1) di berbagai Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Merupakan program sosial Bank Indonesia yang memberikan bantuan biaya pendidikan kepada siswa yang berprestasi di bidang studi dan kegiatan ekstrakurikuler. Tujuan utama dari program Beasiswa BI adalah gambaran mahasiswa sarjana dari berbagai PTN karena PTN memiliki sistem seleksi penerimaan mahasiswa dan akreditasi institusi yang diselenggarakan oleh pemerintah, memastikan seluruh proses kegiatan pendidikan di PTN dijamin sepenuhnya oleh Negara.⁹

Sebagai beasiswa unggulan, Program Beasiswa Bank Indonesia cukup dikenal. Jumlah nominalnya yang agak besar membuatnya jelas. Selain itu, seseorang harus melewati prosedur seleksi yang sulit dan ketat untuk mendapatkan beasiswa pendidikan, dimulai dari tahap seleksi universitas dan dilanjutkan melalui tahap *interview* atau wawancara dengan Bank Indonesia.

1.3 Permasalahan

1.3.1 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, terutama untuk mengetahui efektivitas strategi komunikasi GenBI Riau dalam menyampaikan informasi Program Beasiswa Bank Indonesia kepada masyarakat, peneliti membatasi masalah pada postingan media sosial yang bertujuan untuk penyebaran informasi Program Beasiswa Bank Indonesia pada platform Instagram, Tiktok, dan Youtube.

1.3.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada masyarakat?

⁹ “Beasiswa Bank Indonesia”(On-line), tersedia di: <https://genbi.id/> (7 Juli 2022)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tuliskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi komunikasi tim media sosial dalam menyampaikan informasi program beasiswa Bank Indonesia kepada masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1.4.2.1 Kegunaan Akademis

- A. Untuk membantu siswa menjadi lebih sadar dan berpengetahuan sehingga mereka dapat menjadi pembelajar yang lebih baik.
- B. Menjadikan Sarjana Ilmu Komunikasi sebagai mata kuliah inti di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

1.4.2.2 Kegunaan Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan studi komunikasi. Kemudian sebagai bahan masukan, khususnya bagi mahasiswa UIN Suska Riau dan pihak-pihak yang berminat melakukan penelitian terkait komunikasi.

1.4.2.3 Kegunaan Praktis

Untuk mengetahui rencana komunikasi tim komunikasi GenBI Riau untuk sembilan program beasiswa masyarakat Bank Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Pembahasan gagasan dalam penelitian ini dapat dilihat dengan yang ada di jurnal, buku, literatur, atau tesis lain menggunakan hasil dari penelitian sebelumnya. Dengan mempertimbangkan temuan penelitian ini di antaranya yaitu:

Tabel 2.1. Kajian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian	Perbedaan Hasil Penelitian Sebelumnya
1	Jurnal berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program KB Untuk Menekan Pertumbuhan Penduduk Di Desa Sangasanga Dalam Kecamatan Sangasanga” ditulis oleh Mulyanti (2014) untuk Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.	Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Hasil penelitian sosialisasi yang berhasil dilakukan Mensosialisasikan kepada masyarakat tentang program sosialisasi KB untuk memperlambat pertumbuhan penduduk, namun tidak mampu memacu minat masyarakat untuk mendukung keberhasilan inisiatif pemerintah sehingga menyebabkan peningkatan angka kelahiran di Kecamatan Sangasanga Dalam.	Yang membedakan hasil penelitian sebelumnya adalah teori yang digunakan
2	Aprilia Lianjani (2018) “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City” Prodi Ilmu Komunikasi	Penelitian yang menggunakan metodologi ini bersifat kualitatif. Berdasarkan temuan kajian, sosialisasi dilakukan oleh divisi Smart City Pemkot Tangerang	Yang membedakan hasil penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian dan teori yang digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Universitas Atma Jaya Yogyakarta.	Selatan selama lima tahap.	
3	Ditulis oleh Naldi Vadillah, Strategi Komunikasi Sosialisasi Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan Rakyat Secara Online	Metode Penelitian Kualitatif Strategi diseminasi Website LAPOR di Kota Makassar telah menerapkan indikator-indikator penelitian yang beroperasi sesuai dengan tujuan peluncuran website sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan membantu pelayanan masyarakat dan proses pembangunan.	Penekanan penelitian dan teori yang digunakan membedakan hasil penyelidikan sebelumnya satu sama lain.
4	Ferdiansyah Tri Wahyudi (2015), Universitas Hasanuddin Makassar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi “Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Program Makassar Bukan Rantasa” menjadi judul majalah ini.	Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Berdasarkan temuan kajian tersebut, Humas Pemkot Makassar menilai kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya strategi komunikasi tersebut dalam upaya mensosialisasikan Makassar Bukan Rantasa.	Hasil kajian dan pembahasan strategi komunikasi Humas dalam program sosialisasi Makassar Bukan Rantasa membedakan hasil penelitian sebelumnya.
5	Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa yang ditulis oleh Ria Listianingrum , Ana Fitriana Poerana , Weni A. Arindawati	Metodologi penelitian ini adalah kualitatif, dan temuannya merupakan strategi komunikasi yang digunakan oleh administrator untuk menyampaikan pesannya. Tentunya ia memiliki motivasi untuk Mensosialisasikan kepada mahasiswa	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori yang digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		tentang perkuliahan dan kegiatan yang berlangsung di FISIP Unsika. Administrator berusaha untuk mempelajari program yang mempermudah berbagi informasi saat menyampaikan pesan. Tidak ada teknik khusus yang digunakan komunikator saat mengolah pesan; melainkan informasi tersebut dikemas dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh siswa (komunikasikan).	
6	Jurnal Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Makassar dalam Sosialisasi Program Makassar Tidak Rantasa, yang ditulis oleh Emilsyah Nur (2018)	Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif tertentu. Sosialisasi MTR secara door to door serta penggunaan brosur dan media cetak lainnya tentang program MTR yang akan dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Makassar menjadi strategi komunikasi sosialisasi program MTR. Kajian ini menunjukkan bahwa kekuatan program MTR terletak pada tingginya keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaannya, serta dukungan program dari sarana dan prasarana.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori yang digunakan.
7	Jurnal Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Baubau dalam Sosialisasi Nilai-nilai Kearifan Lokal yang di	Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Metode pemerintah untuk menyebarkan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori yang digunakan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	tulis oleh Ansar Suhermana, Sry Mayunitab, Mahyudinc, dan Ahmad Yusufd	berita tentang inisiatif PO-5 adalah melalui papan reklame dan iklan surat kabar lokal. T-shirt dan stiker.	
8	Jurnal yang berjudul Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.Com yang di tulis oleh Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, Amanda Anindya Putri	Ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi merupakan bagian dari strategi Kitabisa.com. Dalam setiap kampanye yang akan dijalankan di platform media sosial yang digunakan, teknik ini melibatkan pengunggahan konten yang mencakup penceritaan dan penataan video.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori yang digunakan.
9	Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Melalui Media Online Berbasis Media Sosial Instagram yang ditulis oleh Hafidz Al Hakim dan Monika Sri Yuliarti	Dalam penelitian ini, model interaktif Miles dan Huberman Punch digunakan bersama dengan metodologi kualitatif, analisis deskriptif, dan teknik analisis purposif (1994). Menurut temuan studi tersebut, toko Endemik menggunakan berbagai teknik komunikasi, dimulai dengan penerapan SOSTAC (Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action, and Controlling), dan beralih ke teknik seperti promosi melalui penggunaan media sosial Instagram. memamerkan produknya dengan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori yang digunakan.

		berbagai cara, bentuk visual dan pesan.	
10	Jurnal yang ditulis oleh Dina Mizanie, Irwansyah yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0	Tinjauan literatur atau metode studi literatur digunakan dalam penyelidikan ini. Menurut laporan ini, ada sejumlah taktik untuk menggunakan media sosial, termasuk buzzer online, aktivasi media sosial, promosi dari mulut ke mulut secara elektronik, dan optimisasi mesin pencari.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian dan teori serta metode yang digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Landasan Teori

Suatu sistem gagasan atau gambaran abstrak yang menunjukkan hubungan di antara mereka dan membantu dalam memahami yang sudah ada sebelumnya disebut sebagai teori (teori). Peran teori dalam penelitian adalah untuk melayani sebagai arah untuk penyelidikan. Peneliti dapat memilih konsep dan deskripsi yang dapat diterima dan menetapkan tujuan dan jalur penelitian mereka dengan bantuan teori.¹⁰ Maka dari itu, peneliti menggunakan sejumlah teori yang akan menjadi referensi untuk kesulitan mereka dan mendukung paradigma studi mereka, seperti:

2.2.1 Strategi Komunikasi

2.2.1.1 Strategi

A. Definisi Strategi

Dikutip oleh Kusumadomo, secara etimologis dalam bahasa Yunani kata strategi berarti kata *strategos*, dan terbentuk dari kata “*stratos*” atau tentara, lalu kata “*ego*” atau pemimpin.

Menurut John A. Bryne, strategi adalah ilmu mengatur dan membiayai operasi skala besar sedemikian rupa sehingga korporasi benar-benar dapat menghasilkan keuntungan. Interaksi organisasi dengan pasar, saingan, dan faktor lingkungan disebut sebagai strategi, yang merupakan pola tujuan yang mendasari dan alokasi sumber daya yang direncanakan.¹¹

Menurut Ahmad S. Adnan Putra, strategi adalah langkah dalam pembuatan rencana, yang pada gilirannya menghasilkan rencana dengan

¹⁰ Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis : Riset Komunikasi, (Jakarta : Kencana, 2006), Hal 44-45.

¹¹ Ali Hasan, marketing Bank Syariah, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fungsi-fungsi manajemen yang fundamental. Oleh karena itu, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen yang digunakan untuk melaksanakan tujuan operasional. David Hunger dan Thomas L. Wheelen menambahkan bahwa strategi adalah pengambilan keputusan dan tindakan manajerial dengan tujuan menentukan keberhasilan suatu kelompok atau organisasi dalam jangka panjang.¹²

Hasron Usman dan Moh Misdar sependapat dengan pendapat di atas, menyatakan bahwa strategi adalah usaha untuk memilih tindakan yang terbaik. Sebaliknya, strategi, dalam definisi Brown, adalah tindakan umum yang telah ditentukan sebelumnya dan direncanakan oleh suatu kelompok atau organisasi. Onong Uchjana Effendy, yang pandangannya dikutip Jalaluddin, mendefinisikan strategi sebagai rencana (*planning*) dan rancangan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi harus dapat menjelaskan bagaimana operasi beroperasi selain berguna sebagai panduan satu arah.¹³

Chandler setuju, dengan mengatakan bahwa strategi adalah alat untuk pencapaian tujuan jangka panjang, pemantauan program, dan alokasi sumber daya. Selain itu, menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan yang terus ditingkatkan dan dilakukan dengan memperhatikan apa yang akan diminta pelanggan di masa depan.

Strategi adalah rencana atau pendekatan untuk mencapai masa depan yang diinginkan, seperti mencapai tujuan atau menemukan solusi untuk suatu masalah. Sependapat dengan pandangan di atas, Siagian menambahkan bahwa strategi adalah seperangkat keputusan mendasar yang diambil oleh manajemen senior dan dipraktikkan oleh setiap orang yang terlibat dalam organisasi atau kelompok untuk mencapai tujuan organisasi.

Penulis menarik sejumlah kesimpulan dari banyak pendapat yang dikemukakan di atas. Strategi yang terencana dan mapan adalah ide atau metode yang telah dibuat oleh individu atau kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu. Manfaat memiliki strategi adalah rencana apa pun akan berfungsi dengan baik dan disistematisasi dengan baik. Sebuah teknik juga memungkinkan untuk deteksi dini hasil dan prediksi potensial.

¹² Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, (Jakarta: Grafindo Persada, 2000) Hlm 31.

¹³ Jaluddin, strategi dakwah islam tentang perilaku kekerasan orang tua terhadap anak, fakultas dakwah dan komunikasi, (UniversitasIslam Negeri Raden Fatah Palembang, 2009). Hlm 18



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Manfaat Strategi

Keunggulan strategi dan manajemen saling terkait dalam praktiknya karena keduanya terkait erat. Menurut Greenley, strategi manajemen dianggap memiliki sejumlah keunggulan dalam bisnis.

- 1) Manajemen strategi memudahkan dalam mengidentifikasi, eksploitasi peluang yang ada, dan menentukan prioritas.
- 2) Memungkinkan memberikan suatu perspektif yang objektif terhadap sebuah masalah dalam manajemen.
- 3) Dalam aktivitas kontrol serta koordinasi, dapat mencerminkan kerangka kerja yang jauh lebih baik.
- 4) Memungkinkan meminimalisir dampak dari kondisi atau perubahan yang tidak baik.
- 5) Manajemen strategi memungkinkan sebuah keputusan besar dapat lebih didukung.
- 6) Memungkinkan mengalokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif dan memaksimalkan peluang yang ada.
- 7) Dapat mengalokasi sumber daya yang ada serta waktu relatif lebih singkat.
- 8) Dapat menciptakan kerangka kerja serta komunikasi internal dan para staff yang baik.
- 9) Mengintegrasikan perilaku tiap individu dalam usaha bersama.
- 10) Memberikan dasar guna mengklarifikasi suatu tanggung jawab.
- 11) Memungkinkan mendorong suatu pemikiran ke masa depan yang lebih baik.
- 12) Menyediakan pendekatan yang kooperatif, terintegrasi, serta antusias dalam menyelesaikan masalah atau peluang,
- 13) Memungkinkan mendorong terwujudnya sikap positif terhadap suatu perubahan.
- 14) Dapat memberikan tingkat kedisiplinan dan moralitas kepada manajemen perusahaan.

C. Model-model Strategi

Pada nyatanya, menurut Chafee strategi memiliki beberapa model strategi yang menguraikan tiga model strategi, diantaranya adalah:¹⁴

1) Strategi Linear

Yaitu pemimpin yang merencanakan, bagaimana mereka menghadapi pesaing untuk mencapai tujuan dari organisasinya yang dipimpinnya.

2) Strategi adaptif

¹⁴ Irene Diana Sari Wijayanti, SE,MM, Manajemen, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012) Hlm 62.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lembaga atau organisasi yang bagian-bagiannya dapat berubah sewaktu waktu, tergantung dengan kesukaan konsumen.

3) Strategi yang interperatif

Strategi ini dimaksudkan untuk memotivasi para pihak yang terikat dalam sebuah organisasi.

Pada dasarnya ketiga model strategi komunikasi diatas bertujuan untuk mencapai hasil yang diharapkan serta berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.

2.2.1.2 Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Definisi komunikasi menurut pandangan para ahli adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi, menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen, adalah proses yang dilalui oleh sumber mengirimkan data atau pesan ke penerima melalui berbagai saluran.
2. Tautan ini memungkinkan manfaat strategi dan manajemen untuk hidup berdampingan dalam praktik. Menurut Hoveland, Janis, dan Kelley, komunikasi adalah tindakan mentransmisikan stimulus kepada audiens untuk mengubah atau mempengaruhi perilaku mereka. Stimulus ini biasanya ditransmisikan secara verbal. Manajemen strategis dianggap membawa banyak manfaat bagi bisnis, menurut Greenley.
3. Komunikasi oleh Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai proses dua orang atau lebih bertukar pesan sebelum kondisi yang kondusif untuk saling pengertian yang mendalam terbentuk.
4. Sendjaja mengutip Harold D. Lasswell yang mengatakan bahwa Anda dapat mendefinisikan komunikasi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: Siapa yang berkomunikasi dengan siapa, bagaimana, dan dengan hasil apa? Siapa, dalam keadaan apa, dan melalui cara apa, mengatakan apa kepada siapa?
5. Proses pemahaman pengetahuan, konsep, perasaan, bakat, dan lain-lain, menurut Berelson dan Steiner, menggunakan simbol-simbol seperti kata, gambar, angka, dan elemen lainnya.
6. Lalu menurut Weaver, komunikasi adalah prosedur bagaimana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.¹⁵

¹⁵ Marhaeni Fajar, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 31-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengertian komunikasi dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatic. Pengertian komunikasi dalam pengertian umum dapat dilihat dari dua segi, yaitu:

a. Pengertian Komunikasi Secara Etimologis

Menurut etimologi kata frase "komunikasi" berasal dari kata Latin *communis*, seperti halnya kata kunci ini. Kata "*communis*" mengacu pada sesuatu yang memiliki makna bersama. Oleh karena itu, karena ada hubungan langsung antara para pihak, maka mereka akan menemukan pelipurlara dalam makna atau pesan yang disampaikan. Dari bahasa latin "*communis*" berasal komunikasi atau komunikasi. Kata bahasa Inggris "*commun*" memiliki arti yang sama dengan "*communis*."¹⁶

Mengucapkan apa yang dipikirkan dan gagasan dengan lantang juga menjelaskan simbol atau pesan, yang merupakan nama lain dari komunikasi, merupakan proses lain untuk memahami dan dipahami oleh orang lain adalah komunikasi.¹⁷

b. Pengertian Komunikasi Secara Terminologis

Tindakan penyampaian sebuah pernyataan oleh satu orang ke orang lain disebut sebagai komunikasi terminologis. Seperti yang dapat dilihat dari penjelasan di atas, komunikasi adalah proses multi-person di mana satu orang mengirimkan pesan ke yang lain. Oleh karena itu manusia aktif dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud oleh karena itu adalah komunikasi manusia, atau komunikasi manusia dalam bahasa asing, disebut juga komunikasi sosial atau interaksi sosial.

Pendekatan yang berhasil membutuhkan komunikasi yang efektif. Dengan menggunakan bahasa dan isyarat, Colin Chery menggambarkan komunikasi sebagai formasi sosial yang melibatkan banyak individu. Untuk mencapai tujuan aktivitas tertentu, entitas harus dimasukkan dalam aturan. Selain itu, komunikasi berfungsi sebagai katalis untuk proses sosial, memungkinkan interaktivitas antar manusia dan mendefinisikan mereka sebagai makhluk sosial.¹⁸

Penulis dapat menyimpulkan dari uraian di atas bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana orang saling bertukar pesan satu sama lain, baik secara individu maupun kelompok. Pada hakekatnya

¹⁶ Syaiful Rohim, Teori Komunikasi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal.8

¹⁷ Armawati, Psikologi komunikasi dan Tabligh, (Jakarta: Amzah, 2012), hal. 5

¹⁸ William. L. Rivers dan Jay W. Jensen Theodore Peterson, Media Massa dan Masyarakat Modern, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), Hlm 26

komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan karena manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu berhubungan dan bergantung satu sama lain. Media diperlukan sebagai alat komunikasi karena komunikasi juga merupakan proses timbal balik dan saling mempengaruhi melalui mana pesan disampaikan.

B. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi tentu terjadi karena terdapat unsur-unsur komunikasi. Unsur-unsur komunikasi tersebut adalah:¹⁹

1) Sumber

Seorang sumber akan terlibat dalam proses komunikasi sebagai komunikator atau penyampai informasi. Istilah "komunikator" sering digunakan secara bergantian dengan "pengirim", "pengirim", atau "pengkode".

2) Pesan

Dalam proses komunikasi, pesan adalah sesuatu yang dikomunikasikan dari pengirim kepada penerima. dapat dikomunikasikan secara lisan atau melalui media komunikasi. Selain itu sering disebut sebagai informasi, pesan, atau konten.

3) Media

Di sini, media mengacu pada media melalui mana komunikasi ditransmisikan dari komunikator ke penerima. Panca indera dianggap sebagai saluran komunikasi dalam proses komunikasi interpersonal. Telepon, surat, dan email juga dikategorikan sebagai media komunikasi antar manusia selain panca indera manusia. Media cetak dan media elektronik yang digunakan untuk berkomunikasi dengan lebih dari dua orang dapat dibedakan menjadi dua kategori. Koran, majalah, buku, buletin, poster, spanduk, pamflet, stiker dan bahan cetak lainnya adalah contoh media cetak. Padahal masih banyak jenis media elektronik lainnya, antara lain radio, film, televisi, perekam, komputer, dan lainnya.

4) Penerima

Orang yang mendapatkan komunikasi dan berubah menjadi target yang dimaksud sumber dikenal sebagai penerima. Penerima mungkin terdiri dari satu atau lebih individu, serta kelompok, organisasi, atau bahkan seluruh negara. Istilah audiens, target, komunikator, audiens, dan penerima terkadang digunakan secara bergantian.

5) Pengaruh

Ini biasanya disebut sebagai hasil dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh pendengar pesan sebelum dan sesudah

¹⁹ Cagara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, hl 22-27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerimanya. Pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor ini. Sebagai akibat dari pesan yang diterima, pandangan seseorang tentang pengetahuan, sikap, dan perilakunya dapat berubah atau menguat, yang merupakan definisi lain dari pengaruh.

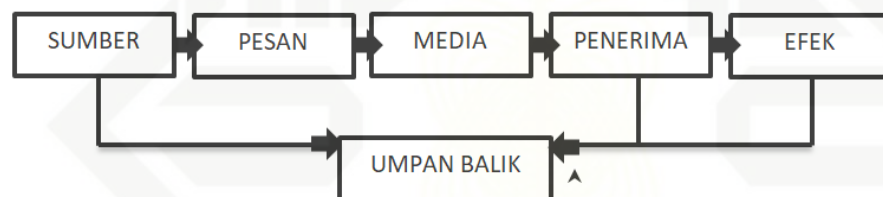
6) Tanggapan Balik

Umpan balik dapat dianggap sebagai hasil dari pengaruh penerima didorong. Umpan balik dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk pesan dan media, serta pengaruh.

7) Lingkungan

Batasan arus komunikasi tidak diragukan lagi dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Variabel ini dapat dibagi menjadi empat kategori: dimensi waktu, lingkungan psikologis, lingkungan sosiokultural, dan lingkungan fisik.

Gambar 2.1 Unsur-unsur Komunikasi



(Sumber: Cangara, 2006:22-27)

C. Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchana Effendy, secara umum terdapat lima kategori fungsi komunikasi, yaitu:

- 1) Fungsi informasi, merupakan sumber atau pengirim yang menyebarluaskan informasi guna dapat dimengerti dan dipahami oleh penerima.
- 2) Fungsi mendidik, guna mendidik dan mengubah struktur pengetahuan penerima.
- 3) Fungsi mempengaruhi. Berguna mempengaruhi si penerima pesan dengan informasi yang bersifat persuasif untuk serta mengubah persepsi, sikap ataupun perilaku.
- 4) Fungsi menghibur, fungsi ini menyebarluaskan informasi dan pesan guna untuk menghibur dan mempengaruhi penerima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan William I. Gordon mengelompokkan fungsi komunikasi menjadi empat bagian yakni:²⁰

a. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi ini menunjukkan pentingnya untuk membangun konsep dari diri sendiri dan aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, sehingga memperoleh sebuah kebahagiaan dan terhindar dari situasi yang tak diinginkan.

Peran komunikasi dalam interaksi sosial setidaknya memperjelas bahwa komunikasi sangat penting untuk meningkatkan rasa diri dan mencapai aktualisasi diri, serta untuk mempertahankan hidup, menemukan kesenangan, menghindari tekanan, dan menciptakan hubungan dengan orang lain.

b. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi ini digunakan untuk mengirimkan pesan dan sentimen internal. Isyarat nonverbal digunakan untuk mengungkapkan perasaan ini. Meskipun kata-kata dapat menggambarkan perasaan seperti cinta, perhatian, kerinduan, simpati, kesedihan, ketakutan, perhatian, kemarahan, dan kebencian, perilaku nonverbal dapat melakukannya dengan cara yang lebih ekspresif.

c. Sebagai komunikasi ritual

Sebuah kelompok biasanya merayakan ritual dan upacara yang biasanya dianggap oleh para antropolog sebagai ritus peralihan, dimulai dengan upacara kelahiran, khitanan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan sebagainya. Para peserta dalam acara tersebut tidak diragukan lagi memaksudkan kata-kata atau tindakan simbolik tertentu ketika tindakan tersebut merupakan komunikasi ritual. Menegaskan kembali kepatuhan mereka pada tradisi keluarga, suku, kebangsaan, agama, dan ideologis mereka sendiri, mereka yang mengambil bagian dalam komunikasi ritual semacam ini.

d. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi ini memiliki berbagai tujuan menyeluruh, termasuk instruksi, inspirasi, ajakan, dan hiburan. Dengan membuat kita lebih sadar akan berbagai pilihan komunikasi yang tersedia bagi kita, studi komunikasi membantu kita berkolaborasi secara lebih efektif dan menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Selain itu, Onong mengemukakan pendapat mengenai fungsi dari komunikasi diantaranya adalah:

²⁰ Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm 30



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menyampaikan informasi, yaitu sumber atau pengirim menyebarluaskan informasi dalam rangka agar dapat diketahui penerima.
2. Mendidik, yaitu untuk mendidik atau mengubah struktur pengetahuan penerima.
3. Menghibur, yaitu sumber menyebarluaskan informasi untuk menghibur sambil mempengaruhi penerima.
4. Mempengaruhi, yaitu sumber mempengaruhi penerima dengan informasi yang persuasif untuk mengubah persepsi, sikap, dan perilaku.

D. Jenis-jenis Komunikasi

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah setiap pertukaran informasi yang terjadi antara dua pihak atau lebih dengan menggunakan bahasa sebagai alat penghubung. Menurut Larry L. Barker, bahasa itu sendiri memiliki tiga tujuan: mengidentifikasi, keterlibatan, dan transfer informasi.²¹

Bahasa lisan adalah jenis komunikasi verbal manusia yang paling umum. Bahasa tertulis berupaya menangkap kata-kata yang diucapkan dengan meninggalkan jejak pada permukaan seperti kertas, tembaga, dan lain-lain. Menulis memungkinkan orang untuk melestarikan pengetahuan untuk digunakan di masa depan dan meneruskannya ke generasi berikutnya.

b. Non-verbal

Suatu prosedur yang digunakan oleh individu atau kelompok ketika mengkomunikasikan isyarat nonverbal yang memiliki kemampuan mengaktifkan makna dalam pemikiran seseorang dikenal dengan komunikasi nonverbal.

L. Knapp menyatakan lima fungsi dari komunikasi non-verbal yaitu:

- 1) mengulangi konsep yang diucapkan secara verbal, seperti menggelengkan kepala untuk menunjukkan penolakan.
- 2) mengganti simbol verbal dengan kata lain. Misalnya, memberikan persetujuan anggukan kepala untuk sebuah pertunjukan adalah mungkin.
- 3) Kontradiksi, menolak isyarat verbal, atau menafsirkan isyarat verbal secara berbeda. Menggunakan senyuman, misalnya, untuk mengakui kerja keras seorang teman.

²¹ Daryanto, ilmu komunikasi, (Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011) Hlm 101



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Meningkatkan, melengkapi, dan melengkapi makna isyarat nonverbal. Misalnya, ekspresi wajah yang menyampaikan tingkat kesedihan yang tidak berwujud bahasa
- 5) Aksentuasi memverifikasi pernyataan yang diucapkan. Katakanlah saat memukul meja untuk mengungkapkan kekesalan.²²

E. Ciri-ciri Komunikasi

Menurut Wiryanto ada lima ciri komunikasi, yaitu :

- 1) Keterbukaan, khususnya kesiapan untuk menanggapi pengetahuan dengan senang hati dalam mengelola interaksi interpersonal.
- 2) Empati, atau mengalami emosi orang lain.
- 3) Support, yaitu lingkungan yang mendorong terjadinya komunikasi terbuka.
- 4) Perasaan positif, yaitu seseorang harus merasa baik tentang dirinya sendiri, menginspirasi orang lain untuk berpartisipasi lebih aktif, dan membangun kondisi komunikasi yang mendukung kontak produktif.
- 5) Kesetaraan atau kepraktisan, atau penerimaan bahwa satu pihak menghormati pihak lain, sangat membantu, dan memiliki sesuatu yang signifikan untuk ditawarkan.

F. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi

Komunikasi, dalam kata Ochong Uchjana Effendy, adalah tindakan pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain dengan maksud untuk menyampaikan pengetahuan, pendapat atau pemberitahuan. Ada dua variabel yang mempengaruhi dalam komunikasi, yaitu kekuatan pendukung dan penghambat.²³

a. Faktor pendukung komunikasi

- 1) Pengetahuan: Faktor penentu utama adalah tingkat pengetahuan komunikator. Jika komunikator memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, maka akan lebih mudah baginya untuk menemukan kata-kata yang tepat untuk mengungkapkan informasi sehingga komunikasi dapat lebih mudah memahaminya.
- 2) Perkembangan mencakup karakteristik pertumbuhan manusia dan kecakapan linguistik sehingga, ketika berhadapan dengan jenis komunikator tertentu, seseorang dapat mengubah bahasa dan metode transfer informasi. seperti halnya pada anak muda.

²² Daryanto, ilmu komunikasi, (Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera) Hlm 105

²³ Daryanto, ilmu komunikasi. Hlm 106



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Persepsi adalah cara seseorang dalam menginterpretasikan informasi yang kemudian ditransformasikan menjadi perspektif atau opini.
 - 4) Peran dan Hubungan: Komunikasi formal akan berlangsung antara komunikator dan komunikan yang belum mengembangkan hubungan yang erat. Sebaliknya, komunikasi yang dikenal cenderung lebih akomodatif.
 - 5) Lingkungan: Konteks kontak mempengaruhi komunikasi. Pengaturan yang ramah dan nyaman membantu meningkatkan komunikasi.
 - 6) Emosi adalah respons seseorang terhadap kejadian tertentu, dan dapat berdampak pada cara mereka berkomunikasi.
 - 7) Kondisi fisik: Kondisi fisik memainkan peran penting dalam komunikasi, dan panca indera dapat dimanfaatkan untuk menyembunyikan informasi.
 - 8) Gender: Pria dan wanita berkomunikasi secara berbeda seperti yang terlihat dari gaya bicara mereka. Untuk mengurangi keintiman, wanita menggunakan teknologi untuk mencari konfirmasi. Sementara laki-laki menunjukkan prestise dan kebebasan yang lebih besar dalam kelompok.
- b. Faktor penghambat komunikasi
- 1) Kurang memadai : Komunikasi dapat terhambat oleh komunikator yang tidak menyesuaikan diri dengan komunikan yang dihadapinya.
 - 2) Sikap yang salah: komunikator yang tidak dapat memahami hubungan komunikan dapat mengajukan pertanyaan secara tidak benar.
 - 3) Kurangnya pengetahuan: Saat berkomunikasi, kurangnya pengetahuan dapat menyebabkan kebingungan pada pendengar.
 - 4) Hilangnya pemahaman tentang sistem sosial menyebabkan kurangnya rasa hormat terhadap komunikator karena kurangnya pemahaman ini.
 - 5) Kenyamanan: Sebelum berkomunikasi, komunikator harus terlebih dahulu membantu komunikasi, yang mengurangi efektivitas komunikasi.
 - 6) Kesalahan bahasa: Ketika berbicara dengan individu yang pengetahuannya sedikit lebih rendah dari komunikator, lebih baik memodifikasi bahasa yang akan digunakan dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengurangi penggunaan kosakata yang terlalu tinggi atau jarang digunakan.

- 7) Jarak komunikasi: Ketika komunikator dan komunikan dipisahkan oleh jarak yang sangat jauh, akibatnya informasi tidak lengkap.
- 8) Bagian tubuh yang rusak: Jika komponen tubuh rusak, dapat mengganggu komunikasi. Misalnya membuat sulit mendengar, sehingga harus mengulangi apa yang dikatakan.
- 9) Komunikasi yang berlebihan: berbagi pengetahuan sampai pada titik di mana mendengarkan lebih lanjut ditolak.
- 10) Komunikasi satu arah: Keterlambatan komunikasi disebabkan oleh ketidakmampuan komunikan untuk mendapatkan masukan.

Untuk memastikan komunikasi yang efektif, bidang keahlian atau pengalaman komunikator juga penting. Komunikasi yang efektif dapat dijamin jika komunikan dan komunikator masing-masing memiliki pengalaman di bidang yang sama. Jika tidak, akan sulit bagi kedua belah pihak untuk memahami satu sama lain. Hal ini mengakibatkan gangguan komunikasi atau gangguan situasi.

2.2.1.3 Strategi Komunikasi

A. Definisi Strategi Komunikasi

Menurut Chris Fill yang mengutip Pambayun Manur Seta dalam definisi strategi komunikasinya,²⁴ ada tiga (3) teori dasar yang dapat digunakan untuk mengkategorikan strategi komunikasi. Ini adalah sebagai berikut: Pertama, pendekatan Put, yang mencoba mengarahkan audiens untuk dapat melihat produk, memeriksanya, dan kemudian bergabung dengan jaringan perusahaan, dengan fokus untuk menarik perhatian publik. Teknik Dorong, yang kedua, membantu orang menyadari kekuatannya untuk menginspirasi kesetiaan dan kemauan untuk bekerja. Pendekatan komunikasi ketiga adalah strategi "tarik", yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan klien dan mitra sekaligus menjaga citra perusahaan.

Sejalan dengan pandangan di atas, Muhammad Arni mengklaim bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan rencana, taktik, dan cara lain yang akan digunakan untuk mempercepat komunikasi dan menyajikan pesan, pesan, dan penerima dalam proses

²⁴ Pambayun Menur Seta, Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta, 2014) Hlm 25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan merupakan strategi komunikasi.²⁵

Ada tiga (3) ide dasar yang dapat diterapkan dalam strategi komunikasi, menurut Carl H. Botan yang menulis *Strategic Communication Theory and Practice The Cocreational Model*. Gagasan tersebut adalah: 1) sesuai dengan apa yang telah ditentukan/disepakati bersama; 2) dapat diterapkan dalam berbagai jenis kampanye; dan 3) dapat bertahan meskipun digunakan dalam berbagai jenis kampanye dan perubahan sosial dari waktu ke waktu.²⁶

Anwar Arifin, di sisi lain, menggambarkan strategi komunikasi sebagai setiap pilihan bersyarat mengenai arah tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai kemanjuran dan mempengaruhi perubahan audiens, rencana komunikasi harus mempertimbangkan kondisi dan keadaan yang mungkin muncul di masa depan. Strategi komunikasi juga memungkinkan pelaksanaan tindakan komunikasi untuk target komunikasi yang dimaksudkan untuk menjadi target perubahan. Pendekatan komunikasi, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, memiliki tiga (3) tujuan, yaitu:

- a. *To secure understanding*, memastikan pesan diterima oleh komunikan
- b. *To establish acceptance*, membina penerima pesan
- c. *To motivate action*, kegiatan yang dimotivasi

Penulis menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah perencanaan, strategi, dan rancangan yang digunakan untuk mempercepat proses komunikasi guna mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Taktik ini digunakan dengan maksud untuk mencapai tujuan yang diinginkan kemudian merinci kondisi yang dihadapi atau yang mungkin dihadapi untuk mengurangi kemungkinan tidak berjalan sesuai rencana.

B. Fungsi Straregi Komunikasi

Empat (4) kategori komunikasi diri, komunikasi antarpribadi, komunikasi umum, dan komunikasi massa digunakan untuk mengklasifikasikan tujuan komunikasi.²⁷ Kemampuan berkomunikasi

²⁵ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004) Hlm 65

²⁶ Carl H. Botan, *Strategic Communication Theory and Practice The Cocreational Mode, USA*: Wiley Blackwell, 2018. Hlm 139

²⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2015). Hlm



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan diri sendiri membantu orang menjadi lebih imajinatif dan kreatif, serta memahami dan mengelola perilaku mereka sendiri dan berpikir lebih matang sebelum mengambil keputusan. Seseorang dapat merenungkan dan mengatur dirinya sendiri melalui percakapan ini sebelum mengambil keputusan. Ini adalah mekanisme internal lain yang mungkin Anda gunakan untuk membantu pemecahan masalah.

Komunikasi antarpribadi, di sisi lain, bertujuan untuk memperkuat ikatan antarpribadi, mencegah dan menyelesaikan masalah antarpribadi, mengurangi ketidakpantasan, dan bertukar informasi dan pengalaman dengan orang lain. Setiap orang dapat menjalin persahabatan yang kuat melalui komunikasi ini. Untuk menghentikan masalah antarpribadi agar tidak terjadi dan mengatasinya ketika itu terjadi.

Komunikasi publik juga berfungsi untuk mempromosikan rasa komunitas, mempengaruhi orang lain, menyebarkan informasi, mendidik dan menghibur. Orang-orang yang bekerja di bidang hubungan masyarakat akan mudah berbaur dengan audiens yang cukup besar. Mereka harus berusaha menyesuaikan diri sehingga mereka sering terpengaruh oleh kelompok.

Sementara komunikasi massa membantu menyebarkan informasi, meratakan bidang pendidikan, dan mendorong ekspansi ekonomi. Namun, peran media massa telah berubah secara signifikan akibat kemajuan teknologi komunikasi yang canggih, khususnya di bidang penyiaran dan media audiovisual.

Fungsi komunikasi massa, menurut buku pakar komunikasi Gordan Hedebro *Communication and Social Change in Creating Countries*, adalah untuk:²⁸

- a) Untuk memodifikasi dan berperilaku menuju modernisasi, suasana perubahan sikap harus diciptakan dengan pengenalan cita-cita baru.
- b) mengembangkan kemampuan baru
- c) berfungsi sebagai pengganda pengetahuan dengan meningkatkan efisiensi energi dan biaya mobilitas
- d) Meningkatkan cita-cita
- e) mendorong partisipasi dalam pengambilan keputusan atas isu-isu yang menyangkut kepentingan banyak orang
- f) membantu orang dalam situasi untuk menemukan makna baru dan harmoni

²⁸ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2015). Hlm



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g) peningkatan rasa identitas nasional
- h) Meningkatkan keterlibatan politik
- i) mengubah struktur kekuasaan masyarakat
- j) berfungsi sebagai alat untuk memfasilitasi pelaksanaan proyek-proyek pembangunan.
- k) mendukung pertumbuhan politik, sosial, dan ekonomi suatu negara

C. Komponen Komunikasi dan Strategi Komunikasi

Dalam karyanya, Hafied Cangara berpendapat bahwa untuk mengembangkan strategi komunikasi yang sukses, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor yang berhubungan dengan komunikasi.²⁹

a. Komunikator

Pihak yang bertanggung jawab untuk melakukan proses komunikasi strategis dikenal sebagai komunikator. Untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens target dan mendapatkan kepercayaan mereka, komunikator harus kredibel dan menarik.

- 1) Daya tarik. Ketika audiens yang dituju komunikator merasakan hubungan dengan mereka dan memutuskan untuk mendengarkan apa yang mereka katakan, ini dikenal sebagai daya tarik. Dalam skenario ini, khalayak sasaran akan bersedia untuk mengubah pikiran, sikap, dan perilaku mereka sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh komunikator karena mereka dapat melihat bahwa komunikator memiliki daya tarik tertentu.
- 2) Kesiediaan khalayak untuk mempercayai apa yang dikatakan komunikator juga sangat dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator. Audiens lebih cenderung mempercayai pembicara yang memiliki pemahaman menyeluruh tentang masalah dan penguasaan bahasa.

b. Pesan

Dalam komunikasi strategis, pesan komunikator kepada audiens atau target harus melayani tujuan tertentu. Metode komunikasi yang akan digunakan untuk memulai percakapan ditentukan oleh tujuan ini. Komunikasi strategis menempatkan nilai tinggi pada pengembangan pesan yang kuat sambil

²⁹ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi., Hlm 72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempertimbangkan lingkungan audiens. Target audiens secara akurat ditargetkan oleh pesan yang dibuat oleh komunikator yang luar biasa. Ada prasyarat yang harus dipenuhi agar pesan dapat sampai ke khalayak yang dituju, yaitu:

- 1) Umum: Target audiens dapat dengan mudah memahami pesan karena bersifat umum.
 - 2) Bahasa yang jelas mengacu pada penggunaan frasa yang mudah dipahami audiens saat mempromosikan pesan populer.
 - 3) Positif: Pesan disampaikan dengan gaya yang positif kepada audiens untuk mendapatkan empati dari target audiens.
 - 4) Seimbang: Pesan harus disampaikan sedemikian rupa sehingga mengungkapkan aspek positif dan negatif, memungkinkan audiens target untuk memahaminya sepenuhnya.
 - 5) Sesuai: pesan disesuaikan dengan preferensi audiens target.
- c. Media Komunikasi
- Menurut berbagai ahli dan narasumber, kita sudah memahami berbagai pengertian media komunikasi. Semua wawasan tersebut bermuara pada kesimpulan bahwa media merupakan wahana penyebaran pesan-pesan komunikasi. Media massa, yang memiliki banyak ciri yang sama dengan masing-masing media massa, tidak lagi menjadi bentuk komunikasi yang eksklusif. Banyak media komunikasi kontemporer baru muncul sebagai akibat dari penggunaan internet sebagai alat komunikasi. Dalam komunikasi strategis, penting untuk memikirkan pemilihan media yang tepat dan efektif dan cepat menjangkau khalayak sasaran, serta memilih media yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan strategi komunikasi yang akan digunakan.
- d. Khalayak Sasaran
- Target audiens harus dicapai dalam komunikasi strategis, yang merupakan tugas penting bagi komunikator. Memilih khalayak sasaran yang sesuai untuk tujuan komunikasi.
- Saat menentukan audiens target, ada beberapa hal yang harus diperhatikan., yaitu:
- 1) menambahkan informasi atau konteks

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada khalayak melalui strategi komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka pengetahuan khalayak agar dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh khalayak.

2) Situasi dan keadaan

Ketika audiens target mendapat pesan komunikasi, ini mengacu pada situs komunikasi. Sedangkan kondisi penglihatan itu sendiri yang ditunjukkan dengan kata kondisi. Untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens target, pesan komunikasi dikirim dengan mempertimbangkan keadaan mereka.

3) berbagai keahlian atau bidang keahlian

Pesan komunikasi yang harus disampaikan kepada audiens sebagai bagian dari strategi komunikasi juga terutama disesuaikan dengan jangkauan pengalaman audiens sehingga pesan dapat dipahami dengan cepat dan sederhana.

4) Merencanakan komunikasi strategis

Garis besar strategi, proses komunikasi strategis memiliki empat langkah: analisis skenario, penetapan tujuan dan pengembangan rencana komunikasi, implementasi, dan evaluasi efektivitas upaya yang dilakukan. Penting untuk dicatat bahwa meskipun penerapan komunikasi strategis dalam situasi komunikasi yang berbeda mungkin berbeda, struktur dasarnya tetap sama. Analisis skenario, khususnya penggunaan penelitian untuk melakukan analisis situasi yang dapat secara tepat mengidentifikasi tantangan yang berbeda serta kemungkinan yang dimiliki. Membuat rencana tindakan strategis dengan tujuan umum, tujuan yang dapat diukur, khalayak sasaran yang jelas, strategi sasaran, dan teknik yang efisien untuk mengatasi berbagai tantangan yang sudah diakui. membantu dalam pencapaian tujuan. menggunakan metode evaluasi untuk menentukan apakah strategi komunikasi berhasil.

d. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi

Hal-hal lain seperti faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dan kesulitan komunikasi juga diperhitungkan selain komponen komunikasi.

Menurut Shannon dan Weaver, gangguan komunikasi diakibatkan oleh intervensi yang mengganggu salah satu komponen komunikasi, mencegah komunikasi yang efektif, sedangkan hambatan komunikasi adalah hambatan yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencegah terjadinya komunikasi seperti yang dikehendaki oleh komunikator dan komunikan.

Meskipun gangguan dan hambatan komunikasi dapat dikategorikan, gangguan juga dapat menjadi sumber masalah ini. Gangguan atau hambatan komunikasi secara umum dapat dikategorikan menjadi 7 (tujuh) kategori, antara lain:

1) Masalah teknis

Gangguan ini terjadi ketika alat komunikasi terganggu, merusak informasi yang dikirimkan melalui saluran. Contohnya termasuk kerusakan perangkat radio yang menghasilkan kebisingan, gangguan pada stasiun radio atau televisi, gangguan pada jaringan telepon, dan hal-hal serupa.

2) Gangguan mental dan semantik

Ketidaktepatan linguistik yang memengaruhi komunikasi dikenal sebagai masalah semantik.

- a. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak dalam bahasa asing dan sulit untuk dipahami oleh beberapa audiens, itulah sebabnya penyakit ini biasanya bermanifestasi.
- b. Ada penghalang linguistik antara bahasa penutur dan bahasa penerima.
- c. Penerima bingung karena struktur bahasanya tidak tepat.
- d. Konteks budaya mempengaruhi bagaimana orang memahami simbol-simbol bahasa.

Karena gangguan ini, persepsi dan tanggapan yang salah telah dihasilkan. Sebelum mengungkapkan dirinya dalam bentuk pendapat atau tanggapan, persepsi adalah proses internal yang terjadi dalam diri seseorang yang menerima informasi untuk membuat asumsi tertentu tentang stimulus yang diterima oleh salah satu panca inderanya.

Hambatan psikologis juga ada selain hambatan semantik dan disebabkan oleh gangguan yang disebabkan oleh masalah pribadi. Misalnya, keadaan berduka, masalah psikologis, atau skeptisisme penerima informasi tentang informan semua bisa mempengaruhi seberapa baik informasi diterima dan disampaikan.

1) Hambatan Fisik

Hambatan ini dibentuk oleh faktor geografis seperti jarak yang sulit dijangkau, kurangnya rute yang dapat diakses, dan masalah serupa lainnya. Hambatan fisik dalam komunikasi manusia juga dapat dijelaskan oleh kelainan organik, yaitu ketika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

salah satu panca indera penerima informasi tidak berfungsi dengan baik.

2) Hambatan Status

Hambatan status adalah hambatan yang disebabkan oleh jarak sosial antara peserta komunikasi, seperti ketidaksetaraan status antara atasan dan bawahan. Ketika ada perbedaan seperti itu, biasanya perlu untuk berkomunikasi dengan mempertimbangkan norma dan etika masyarakat, seperti kecenderungan bawahan untuk menghormati atasan mereka.

3) Rintangannya menghalangi pemikiran yang jernih

Hambatan ini disebabkan oleh bagaimana komunikator dan komunikan mempersepsikan data atau pesan yang dibagikan selama komunikasi. Penghalang yang tidak dapat diatasi terutama antara pemikiran seseorang dan pemikiran orang lain karena perbedaan pengalaman dan latar belakang pendidikan kedua belah pihak.

4) Kendala Budaya

Hambatan ini muncul ketika pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki norma, kebiasaan, dan nilai yang berbeda. Orang-orang di negara terbelakang lebih suka mendengar berita atau pesan dari orang yang mereka rasa nyaman. Mengambil bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan budaya lainnya sebagai contoh.

2.2.2 *New Media* (Media Baru)

Yang dimaksud dengan “media baru” adalah segala bentuk media yang memanfaatkan internet atau teknologi online lainnya, memiliki kepribadian yang fleksibel, memiliki kemampuan interaktif, dan dapat digunakan baik secara privat maupun publik. Secara umum, media baru menjembatani kesenjangan tidak hanya antara berbagai media tetapi juga antara batas-batas tindakan privat dan publik untuk komunikasi. Format digitalnya membuat komunikasi dan pertukaran informasi menjadi lebih sederhana. Kedua jenis media ini sangat berbeda. Metode keterlibatan sosial dan integrasi sosial yang digunakan oleh media baru dan media tradisional dapat digunakan untuk menonjolkan perbedaan ini. Metode interaksi sosial membedakan media berdasarkan seberapa dekat mereka menyerupai model kontak tatap muka.

Media lama, seperti radio dan televisi, yang memprioritaskan penyiaran informasi di atas keterlibatan sosial, menawarkan lebih sedikit kesempatan untuk berinteraksi. Di media baru, ada lebih banyak keterlibatan



dan kebebasan yang lebih besar untuk komunikasi dan interaksi di antara komunikator. Berdasarkan teori modernisasi Gidden dari tahun 1991, Rasmussen berpendapat bahwa media baru memiliki dampak yang berbeda secara kualitatif terhadap integrasi sosial dalam masyarakat jaringan kontemporer. Kontribusi utamanya adalah mengisi kesenjangan antara ranah publik dan privat, serta antara ranah kehidupan dan ranah institusi dan organisasi. Berbeda dengan televisi, media baru dapat secara langsung memengaruhi proyek hidup seseorang. Mereka juga memasarkan ke pengguna dan peserta yang lebih luas. Yang benar adalah bahwa media baru membantu menyatukan kembali orang-orang setelah mereka bercerai-berai akibat konsekuensi modernisasi.

Dalam bukunya, McQuail mendefinisikan lima kategori media baru utama, yang secara kasar dipisahkan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks. Semua kategori ini berbagi beberapa saluran yang sama.³⁰

- 1) Media untuk komunikasi antar pribadi (Interpersonal communication media). termasuk email dan telepon, yang menjadi lebih mobile (terutama untuk pekerjaan, tetapi semakin pribadi).
- 2) media permainan interaktif. Peralatan realitas virtual dan video game berbasis komputer merupakan mayoritas dari media ini.
- 3) media pencarian informasi (information search media). Internet/WWW, yang dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data dengan jangkauan, aktualitas, dan aksesibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya, adalah contoh paling signifikan dalam kategori luas ini.
- 4) keterlibatan media kolaboratif (media partisipatif kolektif). Kategori ini secara khusus mencakup penggunaan Internet untuk berkomunikasi dan bertukar pengetahuan, konsep, dan pengalaman serta menjalin hubungan interpersonal langsung (dimediasi komputer). Situs web untuk jejaring sosial termasuk dalam kategori ini.
- 5) Penggantian media penyiaran (broadcast media replacement). Contoh utamanya adalah penggunaan media untuk mengakses atau mengunduh konten yang sebelumnya disiarkan atau didistribusikan melalui teknik serupa lainnya.

2.2.3 Media Sosial

Kebutuhan dasar manusia telah berkembang saat ini. Manusia tidak lagi membutuhkan makanan sebagai kebutuhan pokoknya. Saat ini, memiliki akses ke media telah menjadi kebutuhan. Penyebabnya adalah kebutuhan akan pengetahuan, hiburan, dan bentuk informasi lainnya. Media massa tradisional

³⁰ Werner J. Severin dan James W. Tankard, Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, (Jakarta : Kencana, 2011), 458 – 549.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak lagi berhasil menyebarkan informasi pada tahap ini. Jika sebelumnya media massa tradisional mendominasi cara penyebaran informasi, media sosial kini bersaing untuk mendapatkan posisi yang sama. Khalayak media sosial diberdayakan oleh teknologi internet yang canggih dalam pengiriman pesan. Media sosial adalah alat komunikasi pribadi, mirip dengan smartphone atau komputer pribadi, dari sudut pandang kepemilikan. Jejaring sosial tidak selalu pribadi. karena media sosial menawarkan cara untuk berkomunikasi secara terbuka sambil mengirimkan informasi pribadi.³¹

Karena sifat media sosial, dapat menjadi tantangan bagi pengguna untuk memutuskan apakah akan memposting pesan atau komentar di ruang publik atau pribadi. Dibandingkan saluran komunikasi lainnya, termasuk komunikasi massa, media sosial menawarkan fitur yang lebih sempurna. Media terbaik yang ada saat ini dapat dibuat dengan sifatnya yang menggabungkan komponen visual, audio, video, teks, dan animasi serta memungkinkan terjadinya interaksi. Tidak mengherankan bahwa media sosial kini telah mencapai ketinggian yang luar biasa. Beberapa platform media sosial yang paling banyak digunakan dan disukai yang tersedia saat ini adalah Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, Facebook, WhatsApp, YouTube, dan Whatsapp. Memahami definisi media diperlukan untuk memahami media sosial modern. Kata “media” secara sederhana mengacu pada alat komunikasi.³² Dalam pengertian ini, bentuk dan teknologi sering ditekankan sebagai "alat". Media harus menyesuaikan dengan format pesan, apakah itu berbentuk visual, audio, teks, animasi, atau gabungan dari unsur-unsur tersebut.

Pada kenyataannya, media juga memiliki andil dalam membentuk budaya. Sudut pandang ini bertujuan untuk mengubah kearifan konvensional bahwa media memiliki nilai dan budaya selain berfungsi sebagai alat komunikasi. Pesannya ada di media, seperti yang dikatakan Mc Luhan dengan terkenal. Intinya, konsep media lebih fleksibel daripada kaku. Di media, aspek teknis bukanlah fokus utama. Karena ada berbagai nilai dan budaya yang terwakili di media, tidak mungkin pernyataan atau pesan bebas nilai. Menurut teori sosiologi, media pada hakekatnya bersifat sosial karena merupakan komponen yang direfleksikan oleh alat-alat teknologi yang digunakan.³³

³¹ Mareta Puri Rahastine , Yulianti Fajar Wulandari, Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Masyarakat Di Kelurahan Pekayon Jaya Bekasi Selatan, Journal Komunikasi, Vol 11 No.2 September 2020

³² Laughey, McQuail, Media Sebagai Alat Komunikasi, 2007.

³³ Rulli Nasrullah, 2016, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositologi, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Definisi Media Sosial

Menurut Marx, kerja sama adalah komponen kunci dari pemahaman sosial. Di sini, posisi memainkan fungsi yang saling menguntungkan dalam menciptakan realitas sosial. Tanpa orang lain, individu tidak memiliki tujuan. Selanjutnya, realitas sosial, atau orang-orang yang bertindak untuk masyarakat, cenderung berupa pemahaman sosial. Kemudian, menurut Webber, interaksi sosial dan hubungan antar aktor sosial melibatkan simbol dan tanda yang signifikan.³⁴

Menurut pengertian media dan media sosial di atas, media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara sosial dan menyampaikan visual, animasi, audio, teks, atau kombinasinya, serta kemampuan nilai dan aspek budaya dalam kehidupan sosial baik di dunia maya maupun dunia fisik. Beberapa analis berpendapat bahwa media sosial adalah sebuah platform untuk media dengan hubungan sosial dan interaksi dengan pengguna media online.³⁵

Selain itu, media sosial dipandang sebagai rangkaian program yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain, berkolaborasi, atau bahkan sekadar bersenang-senang. Kekuatannya terletak pada konten buatan pengguna daripada konten yang dibuat secara editorial. Di sinilah media arus utama tradisional menyimpang.³⁶

Menurut perspektif komunikasi, media sosial adalah suatu bentuk media digital di mana realitas sosial terjadi dan penggunanya berinteraksi dengan dunia secara *real-time*, baik di dalam ruangan maupun sepanjang malam. Nilai-nilai juga menjadi nyata pada masyarakat umum dan masyarakat. Saat berada di ruang virtual, sesuatu mungkin memiliki bentuk yang serupa atau mungkin berbeda. Namun, media sosial yang memanfaatkan teknologi internet ini berfungsi sebagai simulasi dari apa yang akan terjadi di dunia nyata.³⁷

Media sosial, yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, memungkinkan orang untuk terlibat, berbagi, dan membuat informasi dengan mudah. Jenis media sosial yang paling populer termasuk blog, jejaring sosial, dan wiki, yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Jejaring sosial, menurut pendapat Antony Mayfield tentang iCrossing, adalah tentang menjadi manusia. Orang biasa yang

³⁴ Fuchs, Christian. (2014). *Social Media: a Critical Introduction*. London: Sage.

³⁵ Van Dijk, *The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media*. 2013, UK: Oxford University Press

³⁶ Boyd, D. M. 2008. Ellison. N. B *Social network sites: Definition, history and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, (13), 210-230.

³⁷ Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendiskusikan ide, bekerja sama untuk menciptakan karya seni, berpikir, berdebat, mencari teman dan mitra, dan terlibat dalam pembangunan komunitas.³⁸ Dalam arti tertentu, penggunaan media sosial menentukan siapa kita. Menjadi otentik di media sosial dan akses cepat ke informasi adalah dua faktor yang berkontribusi terhadap ledakan pertumbuhan media sosial. Kebutuhan untuk mengembangkan personal branding dan pengejaran aktualisasi diri tanpa henti. Setiap orang sekarang dapat mengembangkan dan, yang lebih penting lagi, mendistribusikan konten mereka sendiri berkat teknologi web baru. Jutaan orang dapat dengan bebas menyalin dan melihat video YouTube, Twiter, atau artikel blog. Media sosial adalah "serangkaian aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi teoretis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna," menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein.

B. Ciri-ciri Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- 1) Pesan yang dikirim melalui media sosial, seperti pesan yang dikirim melalui SMS atau internet, tidak hanya untuk satu orang tetapi juga dapat dikirim ke banyak orang.
- 2) Pengiriman pesan gratis terjadi tanpa campur tangan Gatekeeper.
- 3) Dibandingkan dengan media lain, pesan biasanya disampaikan dengan cepat.
- 4) Penerima pesan memutuskan berapa lama interaksi akan berlangsung.

C. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:³⁹

- 1) Proyek kerjasama Situs web memungkinkan pengguna untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten apa pun yang ditemukan di sana. Pikirkan Wikipedia.
- 2) mikroblog dan blog. Di blog ini, pengguna bisa lebih bebas berekspresi, termasuk curhat atau mengkritisi kebijakan pemerintah. Twitter, Blogspot, Tumblr, Path, dan platform lainnya muncul di benak Anda.

³⁸ Jurnal Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical, Vol 2 No 2, R. Agus Baktiono, I Putu Artaya, Agustus 2016. hal 3.

³⁹ Andreas M Kaplan & Michael Haenlein, Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media (Business Horizons,2010),65.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Isi. Pengguna situs web ini bertukar file media, seperti foto, film, dan ebook. Pertimbangkan YouTube.
- 4) Situs media sosial. aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain dengan menghasilkan informasi pribadi. Mengidentifikasi informasi, seperti gambar. Contohnya termasuk Facebook, Instagram, dan Path.
- 5) Dunia game virtual. lingkungan virtual seperti 3D di mana pengguna dapat mengambil persona apa pun yang mereka pilih dan berkomunikasi dengan orang lain seperti di dunia nyata, seperti di game online.
- 6) Jejaring sosial daring. lingkungan virtual tempat pengguna dapat terlibat dengan orang lain dan merasa seolah-olah mereka benar-benar hidup. Dunia Sosial Virtual, atau kehidupan kedua, lebih bebas dan hidup.

D. Manfaat Media Sosial

Media sosial adalah komponen dari jaringan koneksi, interaksi dan komunikasi. Berikut terhadap fungsi dan keunggulan sikap media sosial yang perlu dikembangkan.⁴⁰

- a) alat untuk mendengarkan, belajar, dan berkomunikasi. Melalui berbagai informasi, data, dan isu yang dikandungnya, banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk belajar. Dengan cara yang berbeda, media sosial dapat digunakan untuk mengkomunikasikan berbagai jenis informasi kepada orang lain. Media sosial berisi konten dari seluruh dunia dengan berbagai latar belakang budaya, sosial, dan ekonomi, serta pandangan, tradisi, dan sikap. Oleh karena itu, media sosial adalah ensiklopedia global yang berkembang pesat dalam arti positif. Oleh karena itu, pengguna media sosial harus mempersenjatai diri dengan Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan, Pedoman Optimalisasi Media Sosial, kritik, analisis tajam pisau, introspeksi, pengetahuan teknis, dan emosi yang disembuhkan.
- b) fasilitas untuk administrasi, integrasi, dan dokumentasi. Berbagai platform media sosial bertindak sebagai gudang dan arsip untuk berbagai konten, termasuk profil, fakta, laporan peristiwa, rekaman peristiwa, dan temuan penelitian. Dengan mengadopsi kebijakan penggunaan media sosial dan memberikan pelatihan karyawan, bisnis, institusi, dan individu dapat memperoleh manfaat dari

⁴⁰ Rokhmat Fathul Muin, Perubahan Perilaku Remaja Akibat Penggunaan Media Sosial Online Di Desa... hal. 26



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

situasi ini dan memaksimalkan fungsi media sosial sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti memulai organisasi blog, mengintegrasikan berbagai departemen dalam bisnis, mendistribusikan konten minat kepada audiens target di lingkungan sekitar, atau memanfaatkan media sosial sesuai dengan tujuan, efisiensi, dan operasi. efektivitas organisasi.⁴¹

- c) alat untuk manajemen, strategi, dan perencanaan. akan dipandu dan dibawa ke lokasi dimana media sosial menjadi ranah penggunaannya. Akibatnya, media sosial dapat menjadi alat yang ampuh untuk perencanaan dan strategi bila digunakan oleh profesional manajemen dan pemasaran. Misalnya, untuk menjalankan promosi, menarik bisnis berulang, mengumpulkan bisnis berulang, meneliti pasar, Mensosialisasikan publik, dan mendapatkan umpan balik dari publik.
- d) Alat kontrol, penilaian, dan pengukuran. Media sosial sangat membantu untuk melakukan kontrol organisasi dan menilai keefektifan berbagai rencana dan inisiatif. Ingatlah bahwa reaksi pasar dan publik berfungsi sebagai faktor pengukuran, kalibrasi, dan penilaian. Melalui media sosial, dimungkinkan untuk melihat secara real time seberapa baik publik memahami suatu masalah atau topik, bagaimana mereka mengikuti atau mengabaikan aturan, dan apa yang mereka inginkan. Media sosial akan menjadi tempat yang baik untuk melacak perubahan persepsi publik tentang keinginan, harapan, kecenderungan, pilihan, dan sikap. Akibatnya, media sosial dapat menjadi alat yang ampuh untuk memblokir atau mengubah persepsi publik melalui pencegahan.⁴²

2.2.4 Konsep Program Beasiswa Bank Indonesia

Beasiswa dapat berupa satu paket bantuan keuangan untuk siswa, tempat tinggal, materi studi yang hanya mencakup biaya kuliah atau tambahan biaya lain, atau hanya sebagian kecil dari biaya kuliah penyedia beasiswa. Memberikan dalam bentuk bantuan keuangan kepada orang-orang

⁴¹ Rohmat Fatkhul Muin, Perubahan Perilaku Remaja Akibat Penggunaan Media Sosial Online Di Desa Karangmangu, Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang, (Unuversitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hal 28

⁴² Rohmat Fatkhul Muin, Perubahan Perilaku Remaja Akibat Penggunaan Media Sosial Online Di Desa Karangmangu, Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang,..... Hal 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan maksud menggunakannya untuk mendukung pengejaran siswa sendiri ke pendidikan tinggi adalah definisi lain dari beasiswa.⁴³

Institusi pemerintah, swasta, atau agensi dapat memberikan beasiswa. Beasiswa bagi yang kurang mampu dan beasiswa yang berjasa adalah dua jenis yang dapat diberikan. Institusi pemberi beasiswa harus berupaya memberikan referensi, persyaratan, atau kriteria lain untuk melakukannya.

2.2.4.1 Jenis dan Karakteristik Beasiswa

A. Pendanaan

1) Beasiswa penuh (*Full scholarship*)

Jenis pendanaan beasiswa ini mencakup semua aspek pendidikan. Bergantung pada pemberi beasiswa, biaya ini dapat mencakup biaya kuliah, perumahan, biaya hidup, asuransi, buku, biaya penelitian, tiket transportasi (PP), dan fasilitas lainnya seperti biaya pembelian laptop.

2) Beasiswa sebagian (*Partial Scholarship*)

Tidak semua aspek pendidikan tercakup oleh dana semacam ini. Beberapa beasiswa hanya menanggung biaya kuliah, sehingga penerima bertanggung jawab untuk menanggung biaya perjalanan, akomodasi, dan hidup mereka sendiri.

B. Penyedia Beasiswa

1) Beasiswa Pemerintah atau Publik (*Public or Government Scholarship*). Biasanya, badan publik seperti pemerintah, lembaga, atau institusi memberikan beasiswa ini.

2) beasiswa swasta (Beasiswa Swasta). Saat ini banyak sekali badan swasta seperti perusahaan besar yang menyediakan program beasiswa (korporasi).⁴⁴

Sesuai dengan kategori dan sifat tersebut di atas, Beasiswa Bank Indonesia bernaung di bawah payung beasiswa negeri atau pemerintah. Dari segi pendanaan, mereka tergolong beasiswa parsial karena Bank Indonesia merupakan lembaga pemerintah dan jangka waktu pemberian beasiswa hanya bersifat sementara.

Sebagai bagian dari inisiatif sosial, Bank Indonesia memberikan beasiswa kepada mahasiswa S1 di beberapa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sebagai bantuan biaya pendidikan

⁴³ Micha Graciana Devi dan Gress Gustia Adrian, Sukses Raih Beasiswa Dalam dan Luar Negeri, (Grasindo: 2018)

⁴⁴ Erny Murniasih, Buku Pintar Beasiswa, (Jakarta: Gagas Media, 2009), h. 21



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagi mereka yang berprestasi di bidang akademik dan mengikuti kegiatan ekstrakurikuler. Program BI Scholarship terutama menasar mahasiswa S1 dari PTN yang berbeda karena PTN memiliki sistem penerimaan yang diselenggarakan pemerintah untuk seleksi mahasiswa dan akreditasi institusi, sehingga seluruh proses kegiatan pendidikan di PTN dijamin sepenuhnya oleh Negara.⁴⁵

Jumlah nominal yang relatif tinggi tersebut menunjukkan bahwa beasiswa Bank Indonesia tergolong beasiswa unggulan. Selain itu, Anda harus melewati proses seleksi yang cukup sulit untuk mendapatkan beasiswa, dimulai dari tahap seleksi universitas dan dilanjutkan dengan tahap interview atau wawancara dengan Bank Indonesia. Mereka yang berhak mendapatkan beasiswa akan langsung terdaftar di komunitas GenBI yang dijalankan oleh BI sendiri, setelah mendapatkannya.

Diinisiasi pada 11 November 2011, GenBI dibentuk sebagai respon dari pertemuan mahasiswa Bank Indonesia yang ingin menciptakan wadah untuk berjejaring dan melakukan kegiatan yang konstruktif. GenBI Provinsi Riau baru berdiri pada tahun 2014. (James, Pembina GenBI Riau, 18 Desember 2018)

Mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia melalui GenBI tidak hanya menerima bantuan dana, tetapi juga dipilih dan direkrut oleh Bank Indonesia untuk diarahkan menjadi Agen Perubahan bagi masyarakat, garda depan Bank Indonesia yang membantu menyampaikan informasi atas kebijakan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (garis masa depan), serta dipersiapkan menjadi pemimpin Indonesia di masa depan (*Future Leaders*).

Selain 4 (tiga) perguruan tinggi negeri di Riau—UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau, dan Politeknik Negeri Bengkalis—GenBI Riau terdiri dari mahasiswa penerima Bank Indonesia. Perguruan tinggi swasta tersebut adalah Universitas Lancang Kuning, Universitas Muhammadiyah Riau, dan Sekolah Tinggi Teknologi Dumai. Pada tahun 2021, akan ada 331 anggota GenBI Riau dari masing-masing perguruan tinggi tersebut. Untuk mengarahkan dan menghubungkan program kerja GenBI dengan Bank Indonesia, GenBI Riau mempekerjakan dua orang pengawas yang merupakan mantan pegawai Bank Indonesia Riau.

1) Visi GenBI Riau

⁴⁵ “Beasiswa Bank Indonesia”(On-line), tersedia di: <https://genbi.id/> (7 Juli 2022)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menjadi program beasiswa yang dapat memfasilitasi pengembangan modal intelektual dan memberikan kontribusi positif dalam proses transformasi masyarakat secara berkelanjutan.

2) Misi GenBI Riau

- a) Mengembangkan kapasitas intelektual dalam berbagai bidang yang sejalan dengan kepentingan publik.
- b) Meningkatkan kapasitas individu serta menghasilkan lulusan yang unggul dan berdaya saing
- c) Menghasilkan lulusan dan kader terbaik bangsa yang berpotensi memajukan negara.

2.3 Konsep Operasional

Pengeluaran yang terlibat dalam membuat konsep atau karakteristik yang diteliti menjadi variabel terukur dikenal sebagai definisi operasional. Peneliti lain dapat mereproduksi pengukuran dengan cara yang sama atau mungkin membuat metode pengukuran konstruksi yang lebih baik berkat definisi operasional, yang menjelaskan pendekatan khusus yang digunakan untuk mempelajari dan mengoperasikan konstruksi.

Sebaliknya, Nani Darmayanti mengklaim bahwa definisi operasional adalah spesifikasi parameter dan fitur dari suatu konsep yang menjadi fokus kajian dan penyelidikan dalam karya ilmiah.⁴⁶

Menurut Nazir, definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada variabel atau konstruk dengan memberikan makna, mendefinisikan aktivitas, atau memberikan operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tertentu. Definisi ini sejalan dengan pendapat di atas.⁴⁷

Oleh karena itu penulis dapat menyimpulkan bahwa definisi operasional adalah salah satu yang didasarkan pada karakteristik variabel yang dapat diamati. Topik operasional termasuk topik yang signifikan untuk penelitian dan kebutuhan untuk pembenaran. Operasional dapat menentukan kualitas variabel penelitian dan item yang dianggap relevan karena tepat, rinci, tegas, dan tertentu. Definisi operasional digunakan dalam penelitian untuk memberikan pemahaman operasional dan berfungsi sebagai dasar untuk membangun kisi-kisi instrumen penelitian. Kemungkinan pemahaman yang berbeda antara peneliti dan orang lain yang membaca studi mereka setara menggunakan terminologi operasional.

⁴⁶ Mushlihin, "Memahami Definisi Operasional dalam Penelitian", dikutip dari <http://mushlihin.com/2013/11/penelitian/memahami-definisi-operasionaldalam-penelitian.php> Pada hari Selasa 5 Agustus 2022 jam 16.00 WIB

⁴⁷ Nazir. 1999. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Definisi operasional disusun dalam sebuah kajian agar tidak dipahami. Ini meringkas ide operasional dari variabel yang digunakan dalam penyelidikan ini dengan menjelaskan pernyataan tersebut di atas.

Upaya GenBI Riau untuk melakukan operasi sosialisasi Program Beasiswa Bank Indonesia kepada masyarakat terlihat dari kajian teori yang telah disusun. GenBI Riau menggunakan kekuatan strategi komunikasi untuk membantu konsumen menangkap informasi yang disebarkan dan menghilangkan kebingungan untuk menarik perhatian publik. Penyebaran informasi menggunakan platform media sosial antara lain Instagram, Twitter, Youtube, dan Tiktok merupakan rencana komunikasi yang dipaparkan. Menurut Hafied Cangara, penyampaian informasi atau pesan melibatkan berbagai unsur:

1. Seorang komunikator harus kredibel dan menarik untuk menjadi komunikator yang baik dan dipercaya oleh audiens sasaran. Orang ini bertanggung jawab untuk melaksanakan proses komunikasi strategis.
2. Pesan itu dibuat oleh komunikator yang terampil dengan audiens yang dituju. Prasyarat berikut harus dipenuhi agar pesan efektif dalam menjangkau audiens yang dituju: (1) umum; (2) bahasa yang jelas; (3) sikap positif; (4) keseimbangan; dan (5) sesuai dengan preferensi audiens.
3. Informasi didistribusikan kepada khalayak sasaran melalui media komunikasi, sebuah teknologi. Empat (4) platform media sosial yang berbeda—Instagram, Tiktok, Youtube—digunakan dalam penelitian ini.
4. Dalam keadaan ini, ada berbagai aspek yang mempengaruhi khalayak sasaran, atau kelompok yang akan dikomunikasikan informasi, termasuk: (1) pengetahuan tentang materi pelajaran; (2) situasi dan kondisi; (3) ruang lingkup pengalaman; dan (4) proses perencanaan strategi komunikasi.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Kerlinger, kerangka pikiran adalah abstraksi yang diciptakan oleh generalisasi luas tentang fenomena tertentu. Pembentukan ide adalah hasil akhir dari pemikiran logis, yang merupakan deskripsi kritis dan dapat menarik kesimpulan tentang hasil studi potensial dan mengarah pada penciptaan hipotesis.⁴⁸

Kerangka tersebut juga berfungsi sebagai model konteks untuk bagaimana teori menghubungkan variabel-variabel yang telah diakui

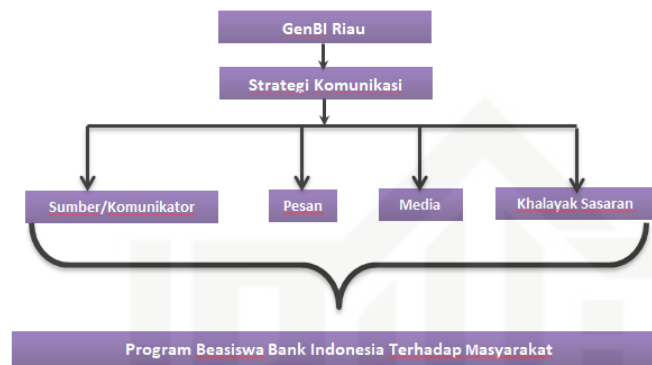
⁴⁸ Nawawi, Hadari. (2005). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif. Cetakan Keempat. Penerbit Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki kesulitan yang signifikan. penalaran yang masuk akal akan memberikan penjelasan teoretis untuk hubungan antara variabel independen dan dependen.⁴⁹ Berikut kerangka pikir yang peneliti gunakan:

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti 2022

⁴⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2013), h.88

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Karena dilakukan di alam, penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk melihat kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai alat kunci, teknik pengumpulan data digunakan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif memberi bobot lebih pada makna yang dalam. generalisasi.

Sugiyono mengklaim bahwa benda-benda alam adalah benda-benda yang dibiarkan tidak diubah oleh para peneliti dan memang demikian adanya. Akibatnya, peneliti tidak dapat menangani variabel saat melakukan penelitian ini; mereka hanya dapat mengumpulkan data kebenaran. Creswell mendefinisikan metode kualitatif sebagai proses penelitian dan pemahaman yang dibangun di atas teknik yang memperlakukan fenomena sosial sebagai masalah manusia. Studi dilakukan dalam konteks alami sementara peneliti membuat gambaran yang kompleks, menganalisis kata-kata, mencatat pandangan responden secara detail. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, pendekatan kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari tindakan orang yang terluka dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan.⁵⁰

Karena peneliti ingin menghimpun informasi dan menginterpretasikan “Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Kepada Masyarakat” agar dapat menggambarkan strategi komunikasi tersebut, maka desain penelitian untuk penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif kualitatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian adalah Sekretariat GenBI Riau, Gedung Bank Indonesia Jl. Jend. Sudirman No.464, Jadirejo, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru. Untuk waktu penelitian akan dimulai bulan Agustus hingga Oktober 2022.

3.3 Sumber Data Penelitian

Tata cara pengumpulan data dari subjek dan item data yang dijadikan sebagai sumber data penelitian. Informasi yang dibahas di sini dapat dibagi

⁵⁰ Sugiyono.(2016). Metode Penelitian , Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke-23. Bandung:Alfabeta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi dua kategori: data sekunder dan data primer. Klasifikasi ini menjaga ketepatan dan penerapan informasi yang dikumpulkan di lapangan dan dikaitkan dengan tujuan penelitian. Sumber data untuk penelitian ini adalah:

3.3.1 Data primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, tanpa menggunakan perantara. Informasi ini dikumpulkan melalui pengamatan yang cermat terhadap hal-hal dan subjek yang diteliti dan terikat erat dengan para informan. Pengamatan langsung dan wawancara dengan objek penelitian menghasilkan sumber data ini.

3.3.2 Data sekunder

Informasi ini dikumpulkan melalui pihak sekunder, pihak ketiga, dll. Contoh data, seperti dokumen, data hasil wawancara masyarakat, gambar, buku, dan lain-lain yang berkepentingan dengan penelitian, dari instansi atau organisasi yang bersangkutan atau dari individu yang telah memperoleh dan mentransfernya. Hal ini dapat dicapai melalui melakukan penelitian dan mengumpulkan informasi dari informan dengan menggunakan bahan tertulis, serta gambar dan perhatian tulisan untuk penelitian.

3.3.3 Informan Penelitian

Sumber dasar dan sumber tambahan (opsional) adalah dua kategori utama informan. Sumber utama adalah mereka yang dianggap mendominasi subjek yang diteliti. Tidak perlu mengakses sumber lain, padahal sangat membantu untuk melengkapi testimoni atau memberikan informasi objek eksplorasi untuk penyelidikan lebih lanjut. Purposive sampling digunakan untuk memilih informan untuk penelitian ini, yang berarti bahwa mereka harus memiliki pengetahuan tentang topik yang sedang diselidiki. Sumbernya adalah:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

NO	INFORMAN
1	Julio Irdiyansyah (Produser Konten Media Sosial)
2	Loandro Pardede (Produser Konten Media Sosial)
3	Fahmi Irsyad (Pembina GenBI Riau)

Sumber: Olahan Peneliti 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Proses ini merupakan persepsi langsung dari suatu item eksplorasi untuk mengumpulkan data sebagai informasi dan realitas yang tepat dan dapat diidentifikasi. Dengan mengungkapkan fakta-fakta yang dapat dilihat langsung dari subjek pemeriksaan dan menilai keabsahannya, pendekatan ini digunakan untuk menilai apakah data saksi itu benar.

3.4.2 Wawancara

Teknik ini mengumpulkan sumber informasi dengan cara berbicara langsung dengan informan atau narasumber untuk mendapatkan pemahaman umum tentang bagaimana sumber penelitian diterapkan. Wawancara adalah interaksi yang dilakukan oleh pewawancara yang mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai, dan memiliki tujuan tertentu.

3.4.3 Dokumen

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data pelengkap (opsional data) dari berbagai jenis tulisan, termasuk buku, makalah, teori, temuan eksplorasi yang signifikan, dan catatan kompilasi lainnya yang digunakan sebagai referensi yang terkait dengan item penelitian.

3.5 Validitas Data

Metode reduksi dan validasi data diperlukan untuk memastikan kebenaran data. Kepercayaan, transferabilitas, ketergantungan, dan kepastian adalah empat kriteria yang mendasari teknik validitas data ini. Informasi berikut digunakan untuk menilai keabsahan data dalam penelitian ini:

- 1) Tanda kepercayaan pada subjek, partisipasi peneliti di lapangan memastikan bahwa rangkaian penelitian dan data yang dikumpulkan sesuai dengan masalah yang diselidiki dari sumbernya dan bahwa data yang dianalisis dapat diandalkan.
- 2) Triangulasi sumber adalah strategi untuk memeriksa keandalan data yang memanfaatkan pihak ketiga, seperti pada penelitian ini penulis melakukan perbandingan terhadap sumber yang berbeda. Yaitu membandingkan hasil wawancara dengan informan dengan hasil wawancara dengan salah satu penerima beasiswa Bank Indonesia tahun 2021. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Membandingkan data dengan memeriksa secara menyeluruh keakuratan data yang dikumpulkan dari berbagai instrumen dan waktu, atau melakukan triangulasi data dengan sumber
- b. Data harus ditriangulasi menggunakan spesialis dan pakar yang berpengalaman luas untuk memastikan tingkat kepercayaan pada data dan mencegah berkembangnya bias selama proses pengumpulan data. Karena itu, peneliti menggunakan teknik berikut:
 - 1) mengevaluasi hasil wawancara dengan data yang dilihat.
 - 2) Bandingkan pernyataan umum dan pribadi.
 - 3) mengevaluasi komentar informan sepanjang waktu dan di seluruh seri penelitian.
- c. Kredibilitas data juga dipengaruhi oleh triangulasi waktu. Oleh karena itu, wawancara, observasi, dan pendekatan lain digunakan pada berbagai periode untuk memverifikasi validitas data. Jika hasil pengujian menghasilkan data yang tidak konsisten, maka akan diulang berkali-kali sampai kepercayaan terhadap data tersebut terbentuk. Waktu yang dijelaskan di sini adalah adanya batasan oleh peneliti baik dari segi jam maupun hari pelaksanaan selama penelitian berlangsung.

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan analisis data baik sebelum maupun sesudah berada di lapangan, lebih berkonsentrasi pada proses pengumpulan data di sana. Dalam penelitian ini peneliti menerapkan gagasan Hubberman dan Milles dari Sugiyono yaitu analisis interaktif terhadap data kualitatif yang dilakukan secara terus-menerus hingga data tersebut jenuh.⁵¹

Aktivitas yang dilakukan peneliti dalam analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses yang mencakup dan mengelompokkan informasi primer yang dikhususkan untuk informasi vital, menghilangkan informasi yang tidak penting sambil mencari tema dan pola. Reduksi data yang dihasilkan akan memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pendataan bagi peneliti. Reduksi data akan berlangsung sampai penelitian selesai dan mencapai tahap hasil akhir.

⁵¹ Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Peneliti kemudian harus menampilkan data secara lebih jelas dan ringkas dengan menggunakan grafik yang menunjukkan keterkaitan antara indikator, tabel informan, gambar kerangka kerja, dan sebagainya. Dengan menggunakan presentasi, peneliti akan lebih mampu memahami pekerjaan yang telah dilakukan dan rencana kerja berikut. Data diatur dalam berbagai cara dalam hal ini untuk memudahkan peneliti mencapai kesimpulan.

3) Penarikan Kesimpulan (*Vertifikasi*)

Kesimpulan yang harus ditarik akan ditemukan setelah peneliti menyajikan dan mengevaluasi data. Hasil penelitian dikonfirmasi saat diproduksi oleh peneliti, memastikan bahwa temuan tersebut dapat diandalkan dan tidak dapat diperdebatkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Sejarah Bank Indonesia

De Javasche Bank (DJB) yang didirikan pada tahun 1828 merupakan awal berdirinya Bank Indonesia. Perdagangan aktif di kawasan Asia menjadi terkenal pada abad ke-15. Misi dagang Eropa kemudian dikirim ke Nusantara karena perdagangan yang ramai. De Bank van Leening didirikan pada tahun 1746 untuk mendukung perdagangan VOC di Nusantara (Indonesia saat itu). Bank pertama yang beroperasi di Nusantara adalah De Bank van Leening, yang berganti nama menjadi De Bank Courant en Bank van Leening pada tahun 1752. Real Spanyol menggantikan Rijksdaalder dalam pemerintahan Sir Thomas Stamford Raffles. Ropij Jawa kemudian menggantikan Real Spanyol pada tahun 1813. Lembaga bank diperlukan di Hindia Belanda selama tahun 1815–1819 untuk mengatur dan mengontrol sistem pembayaran. Komunitas bisnis di Batavia, Hindia Belanda, secara khusus melobi pemerintah untuk membuat organisasi perbankan pada tahun 1819. Para pengusaha di Batavia mendesak pembentukan lembaga perbankan untuk memajukan kepentingan komersial mereka.

Kemudian, pada tanggal 9 Desember 1826, Raja Willem I memberikan Surat Kuasa kepada Komisaris Jenderal Hindia Belanda yang memuat perintah untuk mendirikan bank berdasarkan jangka waktu yang telah ditetapkan, atau Oktroi. Pemerintah Hindia Belanda mulai menyusun rencana pendirian De Javasche Bank berdasarkan Surat Kuasa Raja Willem I.

Komisaris Jenderal Hindia Belanda Leonard Pierre Joseph Burggraaf Du Bus de Gisignies mengeluarkan Surat Keputusan No. 28 tentang Oktroi dari Komisaris Jenderal Hindia pada tanggal 11 Desember 1827 untuk mengatur peraturan DJB. Akta Pendirian DJB dituangkan dalam Surat Keputusan Komisaris Jenderal Hindia Belanda No. 25 tanggal 24 Januari 1828.

DJB Oktroi pertama berlaku mulai 1 Januari 1828 hingga 31 Desember 1837, jangka waktu sepuluh tahun. Setelah penerapannya, DJB mencetak uang kertas pertamanya pada 11 Maret 1828, dengan denominasi \$1.000, \$500, \$300, \$200, \$100, \$50, dan \$25. DJB mulai membuka kantor cabang di luar Batavia pada tahun kedua, tepatnya di Semarang dan Surabaya. Kemudian Oktroi awal ini diperpanjang hingga 31 Maret 1838. Lima kantor cabang dibangun di Jawa dan luar Jawa selama periode Oktroi keempat: Padang, Makasar, Cirebon, Solo, dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pasuruan. Kantor Cabang DJB Yogyakarta dibuka menjelang penutupan Oktroi kelima. Pada tahun 1952, pada bulan Oktober, DJB menyelesaikan Akta Pendirian di kantor Notaris Derk Bodde di Jakarta pada tanggal 22 Maret. Dalam akta terbaru, DJB berubah status menjadi Naamlooze Vennootschap (NV). Dengan perubahan Akta, NV.DJB menjadi bisnis baru. Pada tanggal 31 Maret 1890, pada masa pendudukan, Kantor Cabang DJB dirobokkan. Pasuruan, karena gigih kalah. Periode antara pemilihan adalah pemilihan terakhir DJB, yang dimulai pada 31 Maret 1921, dan berakhir pada 31 Maret 1922. Setelah akhir Oktober, De Javasche Bankwet (DJB Wet) mulai beroperasi dengan ketentuan barunya. Sistem pembayaran Hindia Belanda menjadi fokus ketentuan baru DJB Basah. Dengan terbentuknya 16 Kantor Cabang, terjadi perkembangan pesat selama DJB Wet period.

DJB Wet memindahkan asetnya ke luar Nusantara sebelum Jepang menginvasi Jawa pada tahun 1942. Basah Dr. G.G. van Buttingha Witchers, presiden DJB, memindahkan semua cadangan emas ke Australia dan Afrika Selatan. Komandan militer Jepang untuk Pulau Jawa di Jakarta memerintahkan likuidasi semua bank Belanda, Inggris, dan sejumlah bank Cina setelah Jepang masuk ke Nusantara.

Untuk bank sirkulasi di Jawa yang bertugas mengedarkan uang invasi, Nanpo Kaihatsu Ginko didirikan antara tahun 1942 dan 1944. Tujuh denominasi uang invasi yang berbeda, mulai dari satu gulden hingga sepuluh gulden, diproduksi di Jepang. Namun sebelumnya, pada tahun 1945, dengan Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, bangsa ini terpecah menjadi Nederlandsche Indische Civil Administrative (NICA) dan Republik Indonesia. De Javasche Bank diberi tanggung jawab untuk menggantikan Nanpo Kaihatsu Ginko oleh NICA. Saat itu, tanggung jawab DJB adalah sebagai bank sirkulasi. Jajasa Poesat Bank Indonesia didirikan pada tanggal 19 Oktober 1945 di wilayah yang diatur oleh negara Republik Indonesia (Yayasan Bank Indonesia). Sebagai bank sirkulasi, Jajajan Poesat Bank Indonesia bergabung dengan Bank Negara Indonesia (BNI) pada tahun 1946.

Akhirnya Oeang Repoeblik Indonesia (ORI) pertama kali terbit pada tanggal 30 Oktober 1946. Uang Belanda dan Jepang dinyatakan tidak berlaku setelah terbitnya ORI ini. Pada tahun 1951, pemerintah berencana menasionalisasi DJB. Pemerintah membentuk Panitia Nasionalisasi DJB pada 19 Juni 1951. Nasionalisasi UU DJB No. 24 Tahun 1951 kemudian disahkan pada 15 Desember 1951. Nasionalisasi dilakukan melalui akuisisi saham DJB senilai 8,9 juta Gulden atau 99,4%. RUU Pokok Bank Indonesia (RUU) diajukan ke parlemen untuk dipelajari pada bulan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

September 1952. RUU Pokok Bank Indonesia disetujui oleh parlemen pada tanggal 10 April 1953. Presiden Soekarno menyetujui RUU Pokok Bank Indonesia menjadi UU pada tanggal 29 Mei 1953, tepatnya (UU). Undang-Undang Pokok Bank Indonesia disahkan pada tanggal 1 Juli 1953, memberikan bangsa Indonesia sebuah bank sentral dengan nama Bank Indonesia pada tanggal tersebut.⁵²

4.2 Sejarah Beasiswa Bank Indonesia

Salah satu bank yang secara konsisten berkontribusi aktif dalam memajukan pendidikan di Indonesia adalah Bank Indonesia yang berfungsi sebagai Bank Sentral negara. Program Beasiswa Bank Indonesia adalah salah satu contoh kemajuan pendidikan tersebut. Salah satu kegiatan sosial yang dijalankan oleh Bank Indonesia adalah program beasiswa pendidikan tinggi. Program beasiswa ini merupakan salah satu bentuk nyata untuk mendorong peningkatan pendidikan di Indonesia dan merupakan bagian dari Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Indonesia. Selain itu, Bank Indonesia juga menunjukkan kepedulian sosial melalui program ini dalam rangka kepedulian masyarakat. Ini mungkin ditafsirkan sebagai strategi untuk meningkatkan keterlibatan sosial dan kedudukan organisasi.

Dengan tujuan untuk memberikan bantuan keuangan kepada siswa yang tidak mampu secara ekonomi namun memiliki prestasi akademik yang kuat, Bank Indonesia menawarkan beasiswa kepada siswa. Sejak pelaksanaan program pada tahun 2003, Bank Indonesia telah bekerja sama dengan lebih dari 64 perguruan tinggi di berbagai wilayah Indonesia, memberikan penghargaan kepada lebih dari 3000 mahasiswa per tahun.⁵³

Beasiswa reguler dan unggulan merupakan dua kategori di bawah Program Beasiswa Bank Indonesia.

4.3 Sejarah Umum Generasi Baru Indonesia

4.3.1 GenBI (Generasi Baru Indonesia)

Kualitas sumber daya manusia (SDM) generasi muda sangat penting bagi pembangunan Indonesia ke depan. Tidak mungkin mengabaikan peran pendidikan dalam mencetak generasi Amerika berikutnya. Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) berprestasi dapat mengajukan permohonan beasiswa dari Bank Indonesia melalui Program Indonesia Pintar. Sebanyak 100 PTN saat ini tercakup dalam program beasiswa BI.

⁵² https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/museum/sejarah-bi/prabi/Pages/prasejarahbi_8.aspx

⁵³ Olahan peneliti, wawancara bersama Fahmi Irsyad selaku Pembina GenBI Riau 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan standar generasi muda dan tingkat persaingan. Para penerima beasiswa ini kemudian didukung oleh kelompok yang dikenal dengan GenBI atau Generasi Baru Indonesia. GenBI merupakan salah satu cara Bank Indonesia dalam membina jiwa kepemimpinan dan kompetensi generasi muda. Selain itu, GenBI bertujuan untuk menjalin hubungan antara penerima beasiswa, masyarakat sekitar, dan Bank Indonesia.⁵⁴

Generasi Baru Indonesia didirikan pada 11 November 2011 atau 11-11-11, dan menjadi titik fokus kampanye perubahan yang dipimpin oleh mahasiswa berprestasi dari seluruh negeri (GenBI). Mahasiswa merupakan kelompok individu terdidik yang berjiwa pengabdian kepada masyarakat, dan merupakan masa depan bangsa. Dengan demikian, mereka dapat menjadi pemimpin yang mengangkat dan dapat mengakar ke bawah, menciptakan lingkungan belajar mental yang berpusat pada proses perbaikan diri terus-menerus.

Selain menjalankan tugas pokoknya di bidang moneter, perbankan, dan sistem pembayaran, Bank Indonesia (BI) juga memiliki kepedulian kepada mahasiswa di kota Pekanbaru sebagai bentuk tanggung jawab sosial melalui inisiatif Generasi Baru Indonesia (GenBI). Misi GenBI adalah menumbuhkan pemuda Indonesia menjadi generasi yang mampu membawa perubahan positif, menjadi inspirasi dan agen perubahan di semua bidang kehidupan (memungkinkan pengembangan kepemimpinan di kalangan anak muda untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat).⁵⁵

Hingga saat ini, GenBI telah berada di 100 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan 5 Perguruan Tinggi Swasta (PTS), dengan total sekitar 5.000 mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia pada tahun 2018, tersebar di 33 Provinsi di Indonesia. Di lima bidang layanan pendidikan, kewirausahaan, kehumasan, kesehatan masyarakat, dan lingkungan, GenBI telah menjalankan berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan sejak November 2011 hingga November 2018.

GenBI merupakan wadah bagi penerima beasiswa BI untuk menjalin kontak dan komunikasi, saling memotivasi, dan bersinergi. BI mengarahkan komunitas GenBI untuk memainkan tiga peran melalui kegiatan ilmiah dan pengembangan masyarakat. Tugas pertama adalah sebagai komunikator garis depan lembaga BI dan

⁵⁴ Bank Indonesia, GerailInfo, Edisi 63, Jakarta: Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2017, h.

15.

⁵⁵ Bank Indonesia, GerailInfo, Edisi 63, Jakarta: Departemen Komunikasi Bank Indonesia, h. 16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai kebijakan kepada mahasiswa lain dan masyarakat luas. Kedua, sebagai agen perubahan yang menjadi panutan di kalangan civitas akademika. Ketiga, pemimpin muda di berbagai bidang dan tingkatan yang memiliki kepekaan kuat terhadap peristiwa sosial yang terjadi di masyarakat.⁵⁶

4.3.2 GenBI Riau

Mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia dapat bergabung dalam Komunitas Generasi Baru Indonesia Kantor Pengelolaan Daerah Riau yang telah berdiri sejak 11 November 2011. Selain menyediakan wadah pengabdian kepada masyarakat baik yang terkait langsung dengan Bank Indonesia maupun terkait bakti sosial, GenBI Riau hadir sebagai wadah pengembangan kemampuan intelektual, bakat, dan jiwa kepemimpinan serta kemampuan presentasi dan menulis untuk kesempatan magang di BI dan berbagai perusahaan multinasional.

4.3.3 Visi Misi GenBI Riau

a. Visi

Menjadi program beasiswa yang dapat membantu pertumbuhan kekuatan otak dan berdampak positif pada proses transformasi sosial dalam jangka panjang.

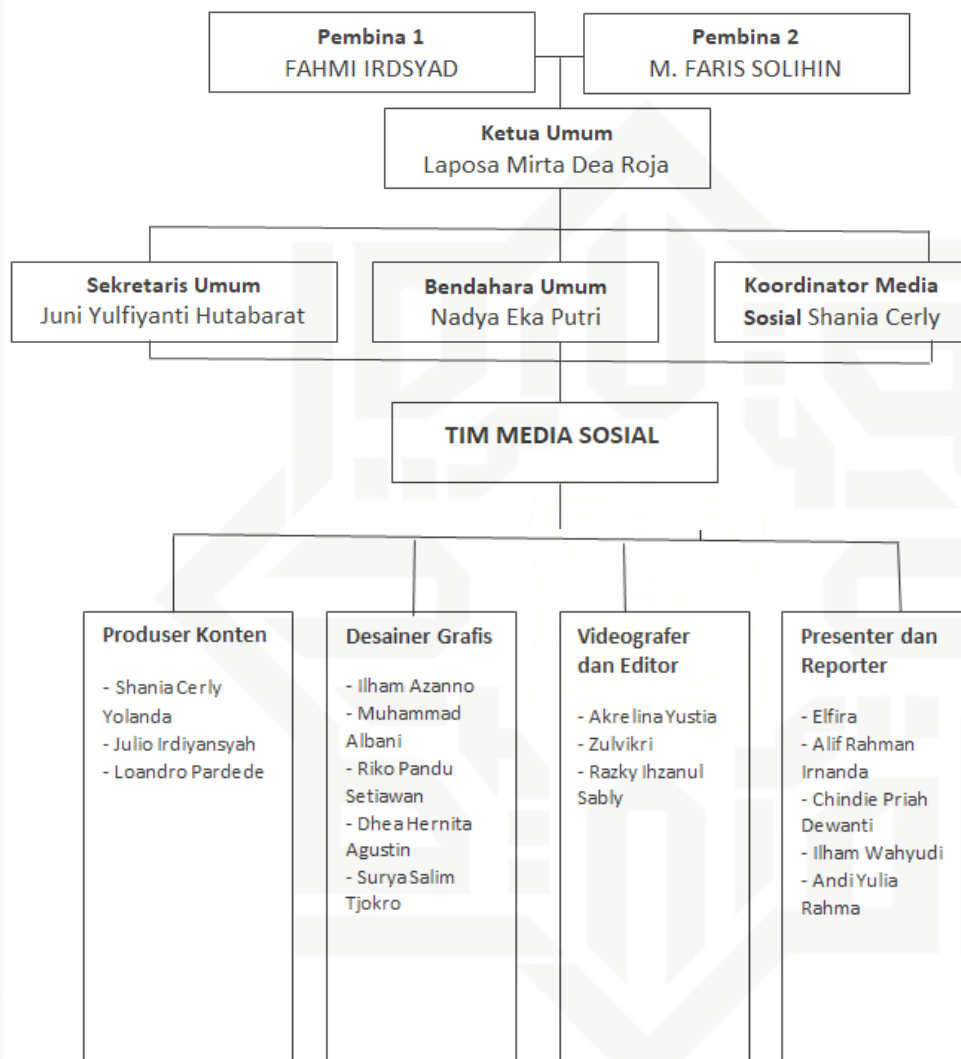
b. Misi

1. Mendorong kemampuan intelektual dalam berbagai bidang yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat umum.
2. Meningkatkan potensi individu dan menciptakan lulusan yang unggul dan berdaya saing tinggi.
3. menghasilkan lulusan dan kader unggulan bangsa yang mampu memajukan bangsa.

⁵⁶ Bank Indonesia, GerailInfo, Edisi 63, Jakarta: h. 29.

4.4 Struktur Organisasi GenBI Riau

Gambar 4.1 Struktur Organisasi GenBI Riau 2021



Sumber: Olahan Peneliti 2022

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.5 Uraian Tugas Pokok dan Fungsi

Adapun tugas pokok masing masing dari bagian Pengurus Wilayah GenBI Riau tahun 2021 adalah sebagai berikut:

1. Pembina
 - a. Membina setiap anggota GenBI terkait hal-hal dan program kerja dibawah binaan Bank Indonesia.
 - b. Memiliki wewenang untuk menyetujui atau tidak, serta mengawasi setiap program kerja yang dijalankan GenBI,
 - c. Melakukan sosialisasi dan menyebarluaskan informasi beasiswa Bank Indonesia kepada pihak yang bekerja sama dengan Bank Indonesia.
 - d. Menjaring dan melakukan rekrutmen calon penerima Beasiswa Bank Indonesia.
 - e. Menetapkan mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia.
 - f. Memastikan pencairan dana beasiswa yang telah diserahkan ke kampus yang terlibat berjalan dengan lancar.
 - g. Menjembatani pihak kampus dengan Bank Indonesia ataupun mahasiswa penerima beasiswa dengan Bank Indonesia.
2. Ketua Umum
 - a. Memimpin, mengendalikan serta mengkoordinasikan anggota GenBI yang tergabung dalam setiap program kerja GenBI.
 - b. Mengawasi seluruh penyelenggara program kerja diseluruh bidang dalam pengurusan dan mempertanggung jawabkan kepada pembina dalam laporan rutin terkait proker yang terlaksana.
 - c. Memberikan masukan dan pokok pokok pikiran yang merupakan strategi dalam rangka pelaksanaan program kerja maupun menyikapi reformasi diseluruh tatanan kehidupank demi pencapaian cita-cita dan tujuan GenBI.
 - d. Memelihara kebutuhan dan kekompakan seluruh pengurus GenBI.
 - e. Mengoptimalkan fungsi dan peran dari setiap divisi agar tercapainya efesiensi dan efektivitas kerja organisasi.
 - f. Memberikan mandat/arahan secara tertulis atau lisan terhadap pengurus wilayah hingga pengurus inti komisariat.
 - g. Bersama Sekretaris Umum menandatangani surat-surat yang di keluarkan.
3. Sekretaris Umum
 - a. Bertanggung jawab kepada Ketua Umum dan Pembina GenBI dalam membuat laporan program kerja yang terlaksana.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Membantu dan mendampingi Ketua Umum di tiap kegiatan.
 - c. Membuat hasil rapat
 - d. Memeriksa Rekap Logbook anggota tiap bulan
 - e. Mengeluarkan nomor surat
 - f. Membuat surat mitra kerjasama, surat yang di tujuan langsung ke pihak BI dan surat dari arahan pembina
 - g. Pengarsipan dokumen berupa surat masuk dan surat keluar ke drive
 - h. Bersama Ketua Umum menandatangani keperluan surat yang dikeluarkan
 - i. Membuat Rekap Laporan program pemberdayaan GenBI yang akan dicek oleh GenBI Pusat
4. Bendahara Umum
 - a. Bertanggung jawab atas kas besar GenBI
 - b. Mengatur dan Mengontrol keuangan GenBI Wilayah
 - c. Melaporkan kondisi keuangan
 5. Koordinator Media Sosial
 - a. Bertanggung jawab merancang setiap konten yang akan diunggah ke media sosial yang dikelola
 - b. Mengarahkan anggota untuk melakukan dokumentasi di tiap kegiatan dan mengirimkan hasil dokumentasi
 6. Tim Media Sosial
 - a. Produser Konten
 - 1) Menentukan setiap konsep dan ide konten yang akan di produksi.
 - 2) Mengawasi kinerja tim dan memastikan produksi berjalan dengan sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.
 - 3) Merekrut dan memiliki wewenang untuk menentukan tim media social.
 - 4) Mengawasi jalannya pra produksi hingga siap di *publish* di media social.
 - 5) Memastikan program kerja dilakukan tepat waktu.
 - 6) Memiliki wewenang untuk memilih tim dokumentasi program kerja seluruh komisariat ketika dibutuhkan.
 - b. Desainer Grafis
 - 1) Bersama dengan produser konten melakukan brainstorming dan menyampaikan masukan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Memadukan unsur seni, visual, dan bahasa dalam sebuah desain untuk menyampaikan pesan yang telah disepakati sebelumnya.
- 3) Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami.
- 4) Mengaplikasikan elemen desain, layout dan proses teknis sesuai dengan kebutuhan dan hasil akhir yang disepakati.
- 5) Bekerja sama dengan tim dan menyelesaikan proyek serta mengkoordinasikannya kepada pihak terkait.

c. Videographer dan Editor

- 1) Mendokumentasikan setiap program kerja yang berjalan.
- 2) Bertanggung jawab atas setiap proyek yang di kerjakan, mulai dari liputan/produksi hingga tahap editing dan siap di publikasi.
- 3) Memproduksi setiap konten dengan konsep yang telah disepakati.
- 4) Mengedit setiap project sesuai ketentuan dan SOP yang telah disepakati.
- 5) Bekerja sama dengan tim dan mengkoordinasikan setiap proyek yang telah dikerjakan kepada pihak terkait.

d. Presenter dan Reporter

- 1) Membawakan program acara yang telah dikonsepskan, baik secara *offline* maupun *online*.
- 2) Membawakan setiap konten yang telah dirancang oleh produser konten.
- 3) Membawakan setiap program acara dan program kerja sesuai dengan SOP yang telah ditentukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan yang telah penulis paparkan melalui bab satu hingga bab lima, juga berdasarkan data yang penulis lampirkan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang membahas tentang “Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Kepada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru” maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi GenBI Riau melakukan bentuk kegiatan strategi komunikasi meliputi 4 (empat) indikator.

- 1) Komunikator (sumber) dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak sasaran adalah Bank Indonesia melalui GenBI Riau. Selain itu, setiap anggota GenBI Riau juga turut menyebarkan setiap informasi yang dikemas dalam bentuk video dan foto pada media sosial mereka masing-masing.
- 2) Pesan dan informasi yang disampaikan oleh GenBI Riau dalam strategi komunikasinya merupakan informasi tentunya seputar Program Beasiswa Bank Indonesia. Informasi yang disebarkan berupa konten membangun *awareness* tentang Bank Indonesia, dan juga konten khusus untuk pendaftaran beasiswa Bank Indonesia.
- 3) Media komunikasi, GenBI Riau aktif melakukan penyebaran informasi program beasiswa dengan menggunakan tiga (3) platform media sosial yaitu diantaranya Instagram, Tiktok, dan Youtube. Selain menggunakan tiga media sosial tersebut, GenBI Riau juga melakukan penyebaran informasi melalui sosialisasi secara langsung dan secara virtual.
- 4) Khalayak (sasaran) dari program ini adalah seluruh masyarakat, namun khususnya adalah mahasiswa. Namun Departemen Komunikasi Bank Indonesia Pusat menetapkan beberapa persyaratan seperti mahasiswa dengan program studi Sarjana (S1) dan Diploma, dari enam (6) Universitas di Riau yang bekerjasama dengan Bank Indonesia seperti Universitas Riau, Universitas Sultan Syarif Qasim Riau, Universitas Muhammadiyah, Universitas Lancang Kuning, Politeknik Bengkalis, dan Sekolah Tinggi Teknologi Dumai.

Dari hasil dan pembahasan penelitian yang penulis paparkan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan GenBI Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Bank Indonesia kepada masyarakat sudah terlaksana dengan baik.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis ingin memberikan saran dan masukan kepada GenBI Riau. Adapun saran saran tersebut diantaranya:

1. Diharapkan GenBI Riau mempertahankan strategi komunikasi yang menggunakan konten hiburan dan informative serta edukatif, sehingga masyarakat dapat dengan mudah memahami pesan yang ingin disampaikan.
2. Diharapkan GenBI Riau terus aktif dalam kegiatan mneginformasikan program beasiswa Bank Indonesia sehingga dapat membantu pihak pihak yang dapat terbantu dengan adanya beasiswa tersebut.
3. Diharapkan GenBI Riau dan Bank Indonesia dapat terus bertransformasi serta berinovasi dalam penyebaran informasi program beasiswa tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali Nurdin, dkk. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara.
- AloLiliweri, 2011. *Komunikasi: Serba Ada serba Makna*. Jakarta: kencana pranada Media.
- Andrik. 2002. *Komunikasi multikultural*. Surakarta : Muhammadiyah University Press
- Bambang, 2005. *Strategi Manajemen: Strategi memenangkan perang bisnis*. Malang: Bayumedia.
- Cangara, Hafied, (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied, (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Efendy, Onong Uchja. (2007). *Ilmu, Komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya .
- James M. Henselin, 2007. *Sosiologi: Dengan pendekatan Membumi*. Jakarta: Erlangga..
- Lianjani, A. (2018) *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Program Smart City*. Yogyakarta. Universitas Atma Jaya
- Maryuni, (2015). *Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat*
- Maya, D. (2017). *Strategi pengembangan smart city kotamakassar (Studi Kasus: Program Gerakan Bersih Saluran Drainase)*
- Muhammad Arni, 2004. *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muin, A. (26 Agustus 2019). *Dinas PU Kota Makassar Luncurkan Apikasi Mandor Smart, ini .kegunaannya*. Sulsel Satu.Com Hal:1
- Mulyana, deddy. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono, (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- © Hak cipta ini milik UIN Suska Riau
 © State Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau
- Sugiyono.(2015).Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung : Penerbit CV.Alfabeta
- Nazir. 1999. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- Ricard West, Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Jakarta : Salemba Humanika, 2013),.
- Rachmat Kriyanton, Teknik Praktis : Riset Komunikasi, (Jakarta : Kencana, 2006)
- Rulli Nasrullah, 2016, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2013),
- Sugiyono.(2016). Metode Penelitian , Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke-23. Bandung:Alfabeta
- Yudho Yudanto, Abdul Azis, *Pengantar Teknologi Internet of Things*, 2019, UNS Press.
- Amirullah, S.E, M.M, Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja,(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015)
- Armawati, Psikologi komunikasi dan Tabligh,(Jakarta: Amzah, 2012)
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Carl H. Botan, *Strategic Communication Theory and Practice The Cocreational Mode, USA: Wiley Blackwell*, 2018
- Daryanto, ilmu komunikasi,(Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera,2011)
- Erny Murniasih, Buku Pintar Beasiswa, (Jakarta: Gagas Media, 2009)
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2012)
- Irene Diana Sari Wijayanti, SE,MM, Manajemen, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012)
- Laughey, McQuail, Media Sebagai Alat Komunikasi, 2007.
- Marhaeni Fajar, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad Arni, Komunikasi Organisasi, (Jakarta:Bumi Aksara, 2004)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Micha Graciana Devi dan Gress Gustia Adrian , Sukses Raih Beasiswa Dalam dan Luar Negeri, (Grasindo: 2018)
- Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992
- Onong Uchjana Efendy, Ilmu komunikasi Teori dan Praktek
- Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, (Jakarta: Grafindo Persada, 2000)
- Rulli Nasrullah, 2016, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Simatupang, dkk, Himpunan Lembaga Beasiswa Dalam dan Luar Negeri (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009),
- Syaiful Rohim, Teori Komunikasi,(Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- William. L. Rivers dan Jay W. Jensen Theodore Peterson, Media Massa dan Masyarakat Modern, (Jakarta: Prenada Media Group,2003).
- Werner J. Severin dan James W. Tankard,Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa,(Jakarta : Kencana,2011)
- Jie Yin, dkk. *Using Social Media to Enhance Emergency Situation Awareness: Extended Abstract*. 2015, IJCAI.
- Mareta Puri Rahastine , Yulianti Fajar Wulandari, Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Masyarakat Di Kelurahan Pekayon Jaya Bekasi Selatan, Journal Komunikasi, Vol 11 No.2 September 2020
- Pambayun Menur Seta, Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan, (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta, 2014)
- Rohmat Fatkhul Muin, Perubahan Perilaku Remaja Akibat Penggunaan Media Sosial Online Di Desa Karangmangu, Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang, (Unuversitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)
- Surej P. John a, Rouxelle De'Villiers, *Elaboration of Marketing Communication Through Visual Media: An Empirical Analysis*. 2020, Elsevier. Journal of Retailing and Consumer Services 54
- Yesi Puspita, Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay, Jurnal Pekommas, Vol. 18 No. 3, 2015
- Yohana Noni Bulele, Tony Wibowo, *Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok*, Vol.1 No.1, 2020
- <https://www.generasibaruindonesia.com/whatsnew/pts>, di akses pada 26 Juli 2021, pukul 10.50 WIB
- “Beasiswa Bank Indonesia”(On-line), tersedia di: <https://genbi.id/> (7 Juli 2022)

Lampiran 01: Pedoman Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	INDIKATOR
1	Siapa yang menyampaikan informasi Program Beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	Komunikator
2	Apa strategi komunikasi GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
3	Strategi komunikasi seperti apa yang digunakan GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
4	Mengapa komunikasi seperti itu yang digunakan GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
5	Bagaimana cara mengaplikasikan strategi komunikasi GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	

NO	PERTANYAAN	INDIKATOR
1	Apa Program yang dilakukan GenBI dalam Mensosialisasikan Beasiswa Bank Indonesia?	Pesan
2	Apa pesan yang ingin disampaikan GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
3	Apa saja kendala dalam menyampaikan pesan komunikasi terkait program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
4	Bagaimana bentuk pesan komunikasi dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
5	Bagaimana pengaplikasian pesan komunikasi tersebut?	

NO	PERTANYAAN	INDIKATOR
1	Media-media komunikasi apa yang digunakan GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia terhadap masyarakat?	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Mengapa GenBI Riau memilih media komunikasi tersebut dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	Media Komunikasi
3	Bagaimana peran media komunikasi dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	
4	Apakah ada kesulitan dalam menggunakan media-media komunikasi tersebut?	
5	Apakah media-media tersebut memberikan dampak yang diharapkan?	

NO	PERTANYAAN	INDIKATOR
1	Siapa saja sasaran khalayak pada strategi komunikasi GenBI Riau dalam Mensosialisasikan program beasiswa Bank Indonesia kepada mahasiswa di kota Pekanbaru?	Khalayak/Sasaran
2	Mengapa memilih sasaran khalayak tersebut?	
3	Apakah informasi penyebaran program beasiswa Bank Indonesia tepat sasaran khalayak?	
4	Apakah ada kendala dalam menyampaikan pesan komunikasi pada sasaran khalayak?	
5	Apakah dalam menentukan khalayak sasaran, ditentukan dari survey atau metode lain?	

Lampiran 02: Dokumentasi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 6.1 Wawancara bersama Nadya Eka Putri (17 September 2022)
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022



Gambar 6.2 Wawancara bersama Loandro Pardede (17 September 2022)
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 6.3 Wawancara bersama Fahmi Irsyad (10 Oktober 2022)
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022



Gambar 6.4 Wawancara bersama Julio Irdiansyah (17 September 2022)
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022



BANK INDONESIA

No. 4/222/Pbr/Sr/B

Pekanbaru, 16 Desember 2022

Kepada Yth,
Dean Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau
Jl. HR. Soebrantas No. Km. 15

PEKANBARU

Perihal: Pelaksanaan Penelitian

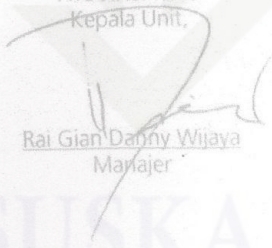
Sehubungan dengan surat Rekomendasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu No.503/DPMTSP/NON IZIN-RISSET/50618 perihal Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi, dengan ini kami informasikan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau:

Nama : Akrelina Yustia Ys
NIM : 11840321694
Jurusan : S1/Ilmu Komunikasi

Benar telah melakukan penelitian di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau dengan judul penelitian "Strategi Komunikasi GenBI Riau Dalam Menginformasikan Program Beasiswa Bank Indonesia Terhadap Masyarakat".

Demikian, agar maklum.

KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA
PROVINSI RIAU
Kepala Unit,


Rai Gian Danny Wijaya
Manajer

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.