

STRATEGI KOMUNIKASI KEGIATAN ANJANGSANA

(Studi Deskriptif Pada Keluarga Pelajar Dan Mahasiswa Indramayu [KAPMI] D.I.
Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Perguruan Tinggi)



**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sastra Satu Ilmu Komunikasi**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Disusun Oleh :
Sholikhah
11730132

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2017**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sholikhah
NIM : 11730132
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Sholikhah
NIM. 11730132



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Sholikhah
NIM : 11730132
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN ANJANGSANA YANG
DILAKUKAN OLEH KELUARGA PELAJAR DAN MAHASISWA
INDRAMAYU (KAPMI) D.I.YOGYAKARTA**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Pembimbing


Dr. Iswandi Syahputra, M. Si.
NIP. 19730423 200501 1 006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-273/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2017

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI KEGIATAN ANJANGSANA (Studi Deskriptif Pada Keluarga Pelajar Dan Mahasiswa Indramayu [KAPMI] D.I. Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Perguruan Tinggi)

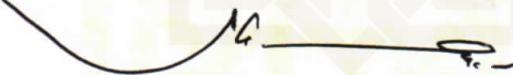
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SHOLIKHAH
Nomor Induk Mahasiswa : 11730132
Telah diujikan pada : Senin, 07 Agustus 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

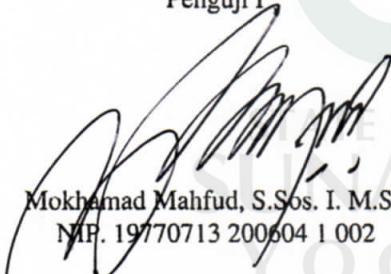
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

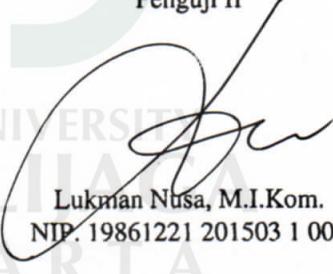
Ketua Sidang


Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

Pengaji I


Mokhamad Mahfud, S.Sos. I. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Pengaji II


Lukman Nusa, M.I.Kom.
NIP. 19861221 201503 1 005

Yogyakarta, 07 Agustus 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

D E K A N



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Bismillahirrahmanirrahim...

Tak peduli jalan salah yang anda jalan, putar arah sekarang juga!!!

Terus mencoba, meski harus jatuh berulang kali



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

Almamater Tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SW yang telah memberikan hidayah dan rahmatNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga sholawat serta salam senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di Yaumul Akhir.

Skripsi ini merupakan kajian singkat tentang bagaimana strategi komunikasi digunakan dalam anjangsana oleh KAPMI D.I. Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Marfuah Sri Saniastuti, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik
4. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk peneliti dan membimbing peneliti dengan sabar.
5. Bapak Muhammad Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Bapak Lukman Nusa, M.I.Kom selaku Penguji II
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi beserta staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

7. Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) yang sudah memberikan izin penelitian dan menjadi keluarga ke 2 di Yogyakarta.
8. Kedua Orang Tua, Mama H. Karim dan Ema Hj. Satinah dan Adekku tercinta Masitoh yang selalu memberikan suport doa dan kasih sayang yang tak terhingga.
9. Keluarga Ang Ozi, Ang Ikak, Ang Mail, Ang Poni, Ang Eda, Ang Jul yang tak pernah berhenti memberikan nasehat dan dukungan materi.
10. Suamiku tercinta Heri Heryanto yang selalu menemaniku dalam suka dan duka.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2011, khususnya Ikom C yang telah memberikan suport dan dukungan.
12. Teman skripsi, Umatul Khoiroh, Atun Farkhatun, Egi Idrice, Umi Nisa, Bunda Dwi yang tek pernah berhenti mendorong peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti sekali lagi berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang mendukung, membimbing dan membantu menyelesaikan seluruh proses skripsi ini. Semoga apa yang diberikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Amin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Sholikhah
11730132

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT	xiii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan penelitian.....	5
E. Telaah Pustaka	6
F. Landasan Teori.....	9
G. Kerangka Berpikir.....	17
H. Metodologi Penelitian	18

BAB II: GAMBARAN UMUM

A. Sejarah KAPMI D.I. Yogyakarta	24
B. Atribut Kepengurusan	29
C. Program Kerja	33
D. Struktur Kepengurusan Angkatan 2016-2017.....	38

BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Anjangsana.....	38
1. Anjangsana.....	39
2. Strategi Komunikasi.....	43
a. Memilih dan Menetapkan Komunikator	43
b. Menetapkan Target Sasaran	53
c. Teknik Menyusun Pesan	56
d. Memilih Media atau Saluran Komunikasi	63
e. Dampak (<i>Effect</i>)	73

BAB: VI PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
C. Penutup.....	78

DAFTAR PUSTAKA	79
-----------------------------	----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Nama-nama Organisasi Daerah Indramayu	2
Tabel 2	: Daftar Kepengurusan.....	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Strategi Komunikasi	16
Gambar 2	: Lambang KAPMI.....	30
Gambar 3	: Bendera KAPMI.....	31
Gambar 4	: Struktur Kepengurusan.....	38
Gambar 5	: Sosialisasi di Sekolah	42
Gambar 6	: Penyerahan Buku Informasi PT kepada Guru BK	43
Gambar 7	: Rapat Internal Kegiatan Anjangsana.....	47
Gambar 8	: Koordinasi Jadwal Sosialisasi.....	51
Gambar 9	: Sosialisasi Perguruan Tinggi.....	53
Gambar 10	: Sosialisasi PT pada Siswa Kelas XII.....	54
Gambar 11	: Surat ke Sekolah dan Lembaga.....	65
Gambar 12	: Pembagian Brosur.....	66
Gambar 13	: Kunjungan Sekolah.....	67
Gambar 14	: Event Hikmi Transition.....	69
Gambar 15	: Postingan Instagram.....	70
Gambar 16	: Poster Kegiatan Anjangsana.....	71
Gambar 17	: Brosur KAPMI.....	72
Gambar 18	: Daftar Hadir Calon Mahasiswa Baru 2017.....	75

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Communication Strategy in Anjangsana by Keluarga Pelajar dan Mahasiswa
Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta

By: Sholikhah

ABSTRACT

Indonesian society has not evenly understood the importance of education. People in some regions of Indonesia still consider that continuing education to college is not important. As well as the condition of education in Indramayu whose people prefer to work than to continue their study to college. Many student who is graduate from senior high school prefer to work instead of continuing the education to a higher level. The economic factor is the first reason why they prefer to work. The ignorance of society in the importance of education makes the education is not developed. KAPMI is an Indramayu's regional organization in Yogyakarta which participates in educational development of Indramayu area. To actualize their program, KAPMI has a work program called Anjangsana. The program is aiming to provide information and motivation about the importance of collage education.

From the problems stated above this research aimed to know how communication strategy was applied on Anjangsana's Activities by the member of KAPMI. This research used descriptive qualitative as a method. The result of this research was the communication strategy used on Anjangsana activities were using several steps, such as: choosing communicator, determining target, making message, choosing channel of communication media, and effect.

Key word: Communication Strategy

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan menjadi perhatian utama Pemerintah Indonesia. Sejak dicanangkannya wajib belajar dua belas tahun, pemerintah mengharapkan setiap warga negara Indonesia usia sekolah mampu menyelesaikan pendidikan sampai jenjang Sekolah Menengah Atas. Penganangan program ini menunjukkan sebuah peningkatan dari yang sebelumnya adalah wajib belajar sembilan tahun. Pemerintah mulai menunjukkan perhatian yang lebih kepada dunia pendidikan terutama setelah adanya arus globalisasi yang kini juga merambah sampai ke Indonesia.

Di era globalisasi ini pendidikan menjadi suatu hal yang penting karena masyarakat harus mampu berinovasi dan mengembangkan ilmu yang dimiliki sehingga mampu bersaing dengan negara lain. Di Negara maju seperti Jepang dan Amerika tingkat pendidikan sudah jauh lebih tinggi karena masyarakat sudah sadar akan pentingnya pendidikan. Mereka belajar sampai pada jenjang perguruan tinggi untuk dapat menjadi ahli dalam bidang tertentu. Selain perhatian pemerintah yang tinggi akan pendidikan, hal ini tentu diimbangi dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan.

Masyarakat Indonesia belum secara merata memahami akan pentingnya pendidikan. Masyarakat di beberapa daerah di Indonesia masih

menganggap bahwa melanjutkan pendidikan sampai perguruan tinggi tidak begitu penting. Seperti halnya kondisi pendidikan di daerah Indramayu yang masyarakatnya lebih memilih bekerja dari pada melanjutkan perguruan tinggi. Banyak siswa yang setelah lulus Sekolah Menengah Atas lebih memilih bekerja dari pada melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Faktor ekonomi yang mendasari seseorang lebih memilih bekerja dari pada melanjutkan sekolah. Masyarakat masih berfikiran bahwa melanjutkan sekolah membutuhkan biaya yang relatif besar.

Cara berfikir masyarakat tentang perguruan tinggi yang harus dirubah agar bisa menyadari bahwa pendidikan itu sangat penting. Dengan meningkatnya pendidikan tentu akan berdampak pula pada peningkatan ekonomi. Namun, sebagian besar masyarakat juga mulai sadar akan pentingnya pendidikan. Hal ini di buktikan dengan adanya perkumpulan pelajar Indramayu yang kuliah di berbagai kota di wilayah Indonesia. Sebagaimana dijabarkankan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1
Nama-nama Organisasi Daerah Indramayu

No.	Nama Organisasi Daerah	Sekretariat	Kepanjangan
1.	KAPMI	Yogyakarta	Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu
2.	PERMAI AYU	Jakarta	Persatuan Mahasiswa Indramayu
3.	IKAWIRADHARMA	Malang	Ikatan Keluarga Wiralodra Dharma Ayu
4.	IDA	Bandung	Ikatan Dharma Ayu
5.	IKADA	Bogor	Ikatan Keluarga dan Mahasiswa Dharma Ayu

6.	IKMI	Cirebon	Ikatan Keluarga Mahasiswa Indramayu
7.	HIKMI	Sumedang	Himpunan Keluarga dan Mahasiswa Indramayu
8.	IKAHASI	Semarang	Ikatan Keluarga Mahasiswa Indramayu
9.	FORMASI	Purwokerto	Forum Mahasiswa Indramayu Regional

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel diatas menjelaskan bahwa sebagian masyarakat Indramayu sudah menyadari akan pentingnya pendidikan. Adanya perkumpulan pelajar Indramayu di berbagai daerah mempunyai tujuan untuk memajukan pendidikan di Indramayu. Mereka mengajak seluruh masyarakat Indramayu untuk sadar akan pentingnya pendidikan agar mampu mengetahui perkembangan zaman dan informasi yang semakin maju. Dari sanalah terbentuk perkumpulan pelajar Indramayu yang menempuh perguruan tinggi di berbagai daerah di Indonesia. Salah satunya Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) yang berdomisili di Yogyakarta.

KAPMI merupakan perkumpulan mahasiswa Indramayu yang sedang menempuh jenjang Perguruan Tinggi di wilayah Yogyakarta. Sebagai Organisasi Daerah, KAPMI berperan untuk ikut serta berpartisipasi memajukan pendidikan di wilayah Indramayu. Dari beberapa program kerja yang terdapat dalam kepengurusan KAPMI salah satunya adalah kegiatan Anjangsana yang berada pada Divisi Kaderisasi. Kegiatan Anjangsana berupaya mengajak seluruh siswa Indramayu untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi.

Dari berbagai Organisasi daerah yang tersebar di wilayah Indonesia, peneliti memilih organisasi daerah KAPMI D.I Yogyakarta karena merupakan organisasi tertua dibandingkan dengan organisasi daerah lainnya. Hal ini dibuktikan dengan usia Organisasi yang memasuki tahun ke 41. Dari usia tersebut diharapkan program kerja yang ada di KAPMI menjadi acuan bagi Organisasi Daerah lain untuk ikut serta berpartisipasi membangun Indramayu. Dalam Kamus Baru Kontemporer (Kartoredjo, 2014:23) Anjangsana memiliki makna kunjungan untuk melepaskan rasa rindu; kunjungan silaturrahmi; pergi kedaerah untuk melakukan pengawasan. Silaturrahmi yang dilakukan memiliki tujuan untuk bersosialisasi dan memotivasi siswa untuk melanjutkan sekolah kejenjang yang lebih tinggi.

KAPMI berupaya memberikan informasi dan motivasi kepada seluruh siswa terkait perguruan tinggi di Yogyakarta. Dalam pelaksanaan kegiatan ini dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk mengajak masyarakat yang belum mengetahui secara menyeluruh informasi perguruan tinggi. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh KAPMI harus mampu menyentuh sisi emosional siswa agar berminat untuk melanjutkan ke perguruan tinggi.

Berdasarkan hal tersebut peniliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi dalam kegiatan anjangsana yang dilakukan oleh pengurus KAPMI D.I. Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi komunikasi dalam kegiatan anjangsana yang dilakukan oleh pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan yang telah diuraikan , maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam kegiatan anjangsana yang dilakukan oleh pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis.

a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai pengembangan pengetahuan dalam bidang komunikasi pada umumnya, dan pada bidang ilmu komunikasi pada khususnya, terutama untuk membuat langkah-langkah strategi komunikasi selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian komunikasi selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Penelitian ini dapat menjadi sarana berlatih menulis suatu karyailmiah yang baik dan menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dibidang ilmu komunikasi.

b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan untuk Pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta dalam menentukan strategi yang tepat dalam kegiatan anjangsana. Penelitian ini juga menjadi acuan bagi Organisasi Daerah lain dalam merusmuskan strategi komunikasi.

E. Telaah Pustaka

Untuk mendukung penelitian serta menghindari terjadinya kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya, maka peneliti telah melakukan telaah pustaka. Selain itu juga digunakan sebagai perbandingan terhadap penelitian yang sudah ada.

Pertama, Skripsi dengan judul “ *Strategi Komunikasi Pemasaran RadioBPS 103.8 FM Pekalongan dalam Menarik Minat Sponsor* ” yang disusun oleh Imam Syafi’I tahun 2009 Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini menggunakan metode penelitian study deskriptif kualitatif sama dengan yang peneliti gunakan, untuk pengambilan data melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaannya adalah terletak pada subjek dan objek penelitian. Dalam skripsi ini subjeknya adalah *program director* dan *marketing meneger*, objeknya adalah strategi komunikasi pemasaran RadioBPS 103.8 FM Pekalongan dalam Menarik Minat Sponsorsedangkan peneliti subjeknya adalah pengurus KAPMI dan mahasiswa baru angkatan 2016, objeknya strategi komunikasi melalui anjangsana yang dilakukan oleh Pengurus

Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta dalam menarik minat siswa untuk kuliah di Yogyakarta. Hasil dari skripsi ini bahwa radio BPS 103,8 fm melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan tiga strategi antara lain strategi STPD (*Segmenting, targeting, positioning, differensiasi*), strategi komunikasi pemasaran terpadu, dan strategi *marketing mix*. Dari ketiga strategi diatas, Radio BPS 103, 8 FM berhasil dalam menarik minat sponsor untuk berinvestasi.

Kedua, skripsi dengan judul “*Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Customer*” yang disusun oleh Maria Ulfah tahun 2010 jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu social dan Humaniora UIN Sunan Kaliaga Yogyakarta. Skripsi ini menggunakan metode penelitian study deskriptif kualitatif sama dengan yang peneliti gunakan, untuk pengambilan data melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaannya adalah terletak pada subjek dan objek penelitian. Dalam skripsi ini subjeknya adalah *Sales Executive* dan *Manager Public Relation*, objeknya strategi marketing *Public Relations* dalam meningkatkan jumlah customer, sedangkan peneliti subjeknya adalah pengurus KAPMI dan mahasiswa baru angkatan 2016, objeknya strategi komunikasi melalui anjangsana yang dilakukan oleh Pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta dalam menarik minat siswa untuk kuliah di Yogyakarta. Hasil dari skripsi ini adalah strategi *Marketing Public Relations* Hotel The Poenix Yogyakarta yaitu dengan pengembangan

program-program antara lain :*Afternoon Tea, Morning Tea, Gathering, Media Gathering, dan Travel Agen Gathering*. Dalam kegiatan positioning sudah cukup baik dan mampu menarik costumer, terbukti dengan selalu penuhnya kamar-kamar yang ada di Hotel The Phoenix.

Ketiga, skripsi judul “*Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekrut Costumer di Kota Makassar*” disususn oleh Afriyawati Rahmadani tahun 2011 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin Makassar. Skripsi ini menggunakan metode penelitian study deskriptif kualitatif sama dengan yang peneliti gunakan, untuk pengambilan data melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaannya adalah terletak pada subjek dan objek penelitian. Subjek yang digunakan dalam skripsi ini adalah Perusahaan Kosmetik Oriflame cabang Makassar, objeknya Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekrut Costumer di Kota Makassar, sedangkan peneliti subjeknya adalah pengurus KAPMI dan mahasiswa baru angkatan 2016, objeknya strategi komunikasi melalui anjangsana yang dilakukan oleh Pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta dalam menarik minat siswa untuk kuliah di Yogyakarta.

F. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Proses komunikasi dipengaruhi oleh beberapa unsur, yakni: sumber, pesan, saluran, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan atau situasi. Agar seluruh unsur komunikasi dapat berjalan dengan optimal, maka diperlukan adanya strategi komunikasi. Strategi adalah penggabungan antara perencanaan (*planning*) dan menejemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tersebut tidak hanya menunjukkan suatu arah saja, namun harus disertai dengan taktik operasionalnya (Effendy, 2009: 32).

Sama halnya dengan strategi komunikasi yang menggabungkan perencanaan komunikasi dan menejemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya dilakukan secara praktis dengan pendekatan yang berbeda sesuai dengan situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi sangat berpengaruh pada keberhasilan komunikasi, terutama dalam kegiatan komunikasi massa. Tanpa adanya strategi komunikasi, media massa yang semakin modern yang kini banyak dipergunakan oleh negara-negara berkembang karena mudah diperoleh dan mudah dioperasionalkan bukantidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negative. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, M Dallas Burnett (1979) dalam bukunya, *Tehnikes for*

Effective Communication, menyatakan bahwa ada tiga tujuan sentral kegiatan komunikasi (Effendy, 2009:32), yaitu:

a. To secureunderstanding

Tujuan strategi komunikasi yang pertama, adalah untuk memastikan bahwa komunikasi mengerti tentang pesan yang diterimanya.

b. To establish acceptance

Strategi komunikasi bertujuan untuk memebina komunikasi sebagai penerima yang sudah mengerti pesan yang diterimanya.

c. To motivate action

Terakhir; tujuan strategi komunikasi adalah untuk memotivasi penerima pesan menegnai hal yang berkaitan dengan pesan yang disampaikannya.

2. Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Anjangsana

Strategi komunikasi adalah penggabungan antara perencanaan (*planing*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu secara bersama-sama. Dalam Kamus Baru Kontemporer (Kartoredjo, 2014:23) Anjangsana memiliki makna kunjungan untuk melepaskan rasa rindu; kunjungan silaturrahmi; pergi kedaerah untuk melakukan pengawasan. Strategi komunikasi melalui anjangsana merupakan suatu perencanaan komunikasi yang dilakukan melalui kunjungan keberbagai daerah dalam rangka mensosialisasikan suatu program kerja untuk mencapai tujuan tertentu secara bersama-sama. Menurut

Effendy Anjangsana merupakan teknik komunikasi yang sangat ampuh karena sifatnya timbal-balik, tatap muka, dan *purposive* (Effendy, 2009:51).

3. Komponen Strategi Komunikasi

Cangara dalam bukunya Perencanaan & Strategi Komunikasi (2013:108) menjabarkan strategi komunikasi mengacu pada elemen komunikasi, yakni: *who says what, to whom through what channel, and what effect*. Karena itu strategi komunikasi di awali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktifitas komunikasi. Untuk itu semua komunikator yang bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreatifitas.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi sebagai komunikator, yakni:

1) Kredibilitas

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran. Selain memiliki pengetahuan yang luas, ketrampilan berkomunikasi dan mampu beradaptasi dengan lingkungan, seorang komunikator juga harus mampu bersikap jujur dan bersahabat dengan komunikasi.

Sikap jujur merupakan sikap shiddiq yakni benar dalam berkata dan berbuat. Seorang komunikator harus mampu bersikap jujur dalam arti berkata apa adanya, tidak boleh ada informasi yang disembunyikan. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُوْنُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١١٩

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (Qs. At-Taubah : 119)

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam kehidupan sehari-hari seseorang harus bersikap benar atau jujur dalam hal perkataan maupun perbuatan. Sikap jujur terlihat dari cara bicara seseorang yang tidak berlebihan dan apa adanya. Seorang komunikator harus memperhatikan ketika menyampaikan pesan. Komunikasi akan melihat terlebih dahulu siapa yang akan menyampaikan pesan kepada dirinya. Jika komunikasi sudah memandang negatif kepada komunikatornya maka komunikasi tidak akan mempercayainya.

Kredibilitas sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya suatu pesan yang disampaikan, penilaian tersebut tergantung persepsi komunikasi terhadap komunikatornya.

2) Daya Tarik (*Attractive*)

Daya tarik merupakan faktor penting yang dimiliki oleh seorang komunikator. Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi apabila ia mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

3) Kekuatan (*Power*)

Kekuatan berkaitan dengan kompetensi atau penguasaan yang dimiliki oleh seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya. Apabila seorang komunikator menguasai pesan yang akan ditujukan kepada terget sasarannya, maka komunikator mempunyai kekuatan untuk membuat target sasaran mengerti pesan yang dilancarkan.

b. Menetapkan Target Sasaran

Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diserahkan kepada mereka. Mereka yang menentukan berhasil tidaknya suatu program komunikasi. Komunikator perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasinya.

Hal ini tentu tergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi ditujukan agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau konstruktif). Apapun tujuannya, metodenya dan banyaknya sasaran, pada diri komunikasi perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

1) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikasi harus sesuai dengan kerangka referensi (*frame of reference*). Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainnya.

2) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud situasi disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikasi menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah state of personality komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi.

c. Teknik Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Pengkajian tujuan pesan ini bermanfaat untuk menentukan teknik yang harus diambil. Apakah itu teknik informatif, teknik persuasif atau teknik edukatif (mendidik).

Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya harus bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika pesannya dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika pesan yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya bersifat informatif.

d. Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Media komunikasi ini banyak sekali jumlahnya, baik media yang bersifat tradisional maupun modern. Komunikator dapat memilih salah satu atau gabungan beberapa media, tergantung pada tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan.

Mana yang terbaik dari sekian banyak media mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

e. Dampak (*Effect*)

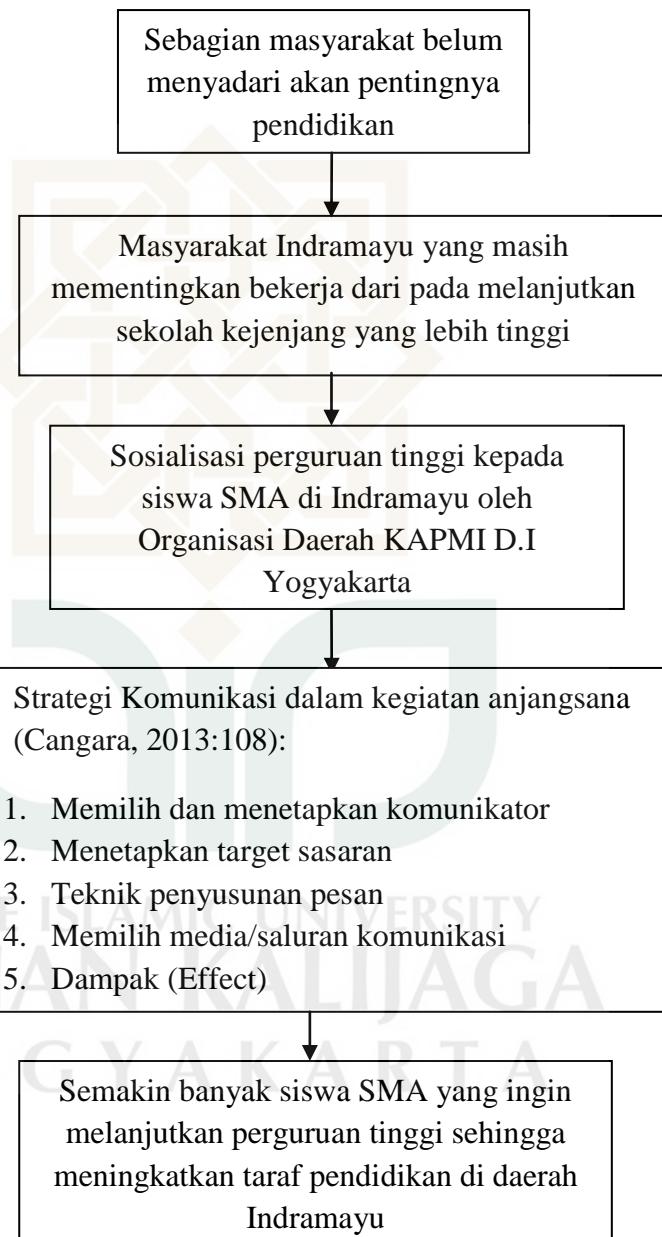
Dampak atau efek merupakan hasil dari proses komunikasi. Secara fisik, efek komunikasi tatap muka dapat dilihat secara langsung. Respon komunikan atau pesan yang disampaikan komunikator dapat tersalurkan langsung, umpan balik (*feedback*) atas pesan yang disampaikan terjadi secara langsung pula (Soemirat, 2014:6) .



G. Kerangka Berfikir

Gambar 1

Strategi Komunikasi



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskripsif dengan pendekatan kualitatif. Sebagai sebuah penelitian deskriptif, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari hubungan, tidak mengukur hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 1995 : 24). Sementara data kualitatif diperoleh dari pengolahan informasi yang diperoleh dari sumber data primer melalui wawancara dan data sekunder melalui dokumen yang terkait.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber untuk mendapatkan data atau informasi penelitian. Penentuan subjek penelitian digunakan untuk memperoleh informasi secara jelas dan mendalam. Subjek dalam penelitian ini adalah Pengurus KAPMI D.I. Yogyakarta Devisi Kaderisasi periode kepengurusan 2016-2017. Selanjutnya, peneliti menentukan informan lain berdasarkan rekomendasi dari informan kunci tersebut yang dianggap dapat memberikan informasi terkait permasalahan penelitian. Adapun informan tersebut adalah: Demisioner Koordinator Devisi Kaderisasi.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah strategi komunikasi dalam kegiatan anjangsana yang dilakukan oleh Pengurus Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik wawancara kepada informan yang terkait dengan strategi komunikasi dalam kegiatan anjangsana yang dilakukan oleh Pengurus KAPMI D.I. Yogyakarta.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan peneliti untuk mendukung data primer yang didapatkan. Adapun teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data sekunder adalah observasi dan dokumentasi.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik penegumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari

sumbernya. (Kriyantono, 2006: 100). Peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang sudah ditetapkan.

2) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah bahan-bahan tertulis seperti buku, dokumen-dokumen, dan sebagainya (Arikunto, 1998: 131). Metode ini peneliti gunakan untuk mencari data kegiatan anjangsan yang dilakukan oleh Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta.

3) Observasi

Metode observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh obyek tersebut (Kriyantono, 2006 : 110). Dalam penelitian observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap subyek, perilaku subyek selama wawancara. Interaksi subyek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

4. Analisis Data

Sesuai dengan analisis penelitian ini, maka dalam menganalisa data penulis menggunakan metode dekriptif kualitatif, yakni

menggambarkan data yang diperoleh dengan kata-kata atau dipisah-pisah menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1998 : 9).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan , selama di lapangan, dan setelah selasai di lapangan (Sugiyono, 2010:245). Hal ini dilakukan pada waktu bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hal ini dilakukan karena analisis ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran khusus yang bersifat menyeluruh tentang apa yang tercakup dalam permasalahan yang diteliti.

Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data memalui tiga tahap yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

b. Penyajian Data

“Penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya perkiraan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan melihat penyajian-penyajian, kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan

berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.

c. Menarik Kesimpulan/ Verifikasi

Verifikasi merupakan suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan, atau upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Dalam pengertian ini analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus menerus.

5. Metode Keabsahan Data

Dalam penelitian ini metode pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenaran melalui data empiris (sumber data lain) yang tersedia. Disini jawaban subyek dikroscek dengan dokumen yang ada (Kriyantono, 2006 : 72). Ada beberapa macam triangulasi, yaitu:

- a. Triangulasi Sumber
- b. Triangulasi Waktu
- c. Triangulasi Teori
- d. Triangulasi Periset
- e. Triangulasi Metode

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dalam upaya mendapatkan data yang valid. Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat

kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan (Bungin, 2007:257).

Patton dalam Maleong (2014:330-331) menjelaskan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif dengan jalan sebagai berikut:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang-orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam kegiatan anjangsana oleh Pengurus KAPMI Devisi Kaderisasi adalah dengan beberapa tahap, antara lain :

Pertama, memilih dan menetapkan komunikator. Komunikator dalam kegiatan anjangsana ini adalah Rizki Teguh Pratama selaku kordinator divisi Kaderisasi, dibantu oleh Koordinator wilayah dan alumni sekolah.

Kedua, menetapkan target sasaran kegiatan anjangsana. Sasaran ini adalah seluruh siswa kelas XII SMA/MA/SMK/Sederajat yang ada di Indramayu. Target sekolah yang dikunjungi adalah 110 dari 180 Sekolah Menengah Atas di Indramayu, namun hanya 30 sekolah yang dapat dikunjungi karena eterbatasan sumber daya manusia dan waktu. Untuk pemerataan informasi, KAPMI bekerjasama dengan HIKMI Transition untuk melaksanakan sosialisasi perguruan tinggi dan *try out*.

Ketiga, penyusunan pesan yang dilakukan oleh Pengurus KAPMI dalam kegiatan anjangsana menggunakan teknik persuasif. Kegiatan anjangsana yang dilakukan secara tatap muka (*face to face*) sehingga pesan yang disampaikan bersifat persuasif.

Keempat, pemilihan media atau saluran komunikasi. Pengurus KAPMI menggunakan dua media, yaitu media antarpersonal dan media

kelompok. Dua media tersebut dianggap efektif karena mampu mempersuasif komunikasi dengan bertemu secara langsung dan mengetahui kondisi komunikasi.

Kelima, dampak (*effect*) dari kegiatan anjangsana adalah banyak siswa yang melanjutkan sekolah dan mendaftar di perguruan tinggi khususnya di daerah Yogyakarta. Lebih dari 60 siswa yang terdata sudah mendaftar Perguruan Tinggi di Yogyakarta. Hal ini menandakan bahwa kegiatan anjangsana yang efektif dilakukan oleh KAPMI sebagai sarana Informasi dan motivasi siswa untuk melanjutkan perguruan tinggi.

B. Saran

Sebagai organisasi daerah yang sudah lama berdiri dan memiliki program kerja yang jelas, sebaiknya pengurus KAPMI menambah panitia dan anggota dalam divisi kaderisasi untuk kegiatan anjangsana agar kegiatan sosialisasi bisa dilaksanakan diseruluh wilayah Indramayu. Waktu yang singkat juga mempengaruhi kinerja kepanitiaan. Diharapkan kedepannya pengurus lebih memperhatikan jadwal kegiatan anjangsana agar kinerja panitia lebih optimal. Karena kegiatan anjangsana menjadi gerbang utama untuk memberikan informasi dan motivasi kepada siswa yang ingin melanjutkan perguruan tinggi. Informasi yang didapat bisa menjadi pertimbangan untuk menentukan perguruan tinggi yang diminati.

Saran bagi pemerintah daerah adalah banyaknya organisasi daerah yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia sebaiknya diberikan perhatian lebih karena mereka generasi yang menyadarkan masyarakat akan

pentingnya pendidikan. Kemudahan perizinan dan kerjasama dengan lembaga pemerintahan merupakan salah satu kepedulian pemerintah kepada organisasi daerah.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya penelitian ini. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti telah berusaha dengan segala kemampuan yang dimiliki. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2009. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelanggara Penerjemah/Penafsir Al-Quran Revisi Terjemah Oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Quran Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung : PT Sygma Examedia Arkanleema
- Arikunto, Suharsimi, 1998. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* Edisi Revisi IV, Jakarta: Rieka Cipta
- Bungin, burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangara, Hafiedz. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rakhmat, 2006. *Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lexy J, Maleong. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jallaludin, 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung. Alfabeta
- Soemirat, Soleh, Asep Suryana. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan. Universitas Terbuka

Skripsi dan Jurnal

Syai'i, Imam, 2009. *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio BPS 103.8 FM Pekalongan dalam Menarik Minat Sponsor*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

Ulfah, Maria, 2010. *Strategi Marketing Public Relations dalam meningkatkan jumlah Customer*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

Rahmadani, Afridyawati. 2011. *Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekkrut Costumer di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanudin

Tim Investigasi, 2001. *Sejarah KAPMI. D.I. Yogyakarta 1976-2001*. Yogyakarta. Pers Damar

Internet :

Instagram @kapmiyogyakrta, di akses pada 10 juli 2017 pukul 16.22

Instagram @kapmiyogyakarta, di akses pada 14 Juli 2017 pukul 10.10



INTERVIEW GUIDE

1. Strategi Komunikasi dalam kegiatan Anjangsana

- 1) Mengapa anjangsana digunakan sebagai strategi komunikasi?
- 2) Sejak kapan anjangsana digunakan sebagai strategi komunikasi?
- 3) Bagaimana penggunaan anjangsana sebagai strategi komunikasi?

2. Menetapkan Komunikator

- 1) Siapa yang bertindak sebagai ujung tombak dalam program kegiatan Anjangsana?
- 2) Apakah yang bertindak sebagai ujung tombak dalam program kegiatan Anjangsana memiliki ketrampilan berkomunikasi?
- 3) Apakah komunikator memiliki sikap kredibilitas, daya tarik dan kekuatan?

3. Menetapkan Target Sasaran

- 1) Bagaimana komunikator mempelajari siapa yang akan menjadi target sasaran dalam program kegiatan Anjangsana?
- 2) Persiapan apa saja yang dilakukan sebelum menentukan target sasaran dalam program kegiatan Anjangsana?
- 3) Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam program kegiatan Anjangsana?

4. Menyusun Pesan

- 1) Bagaimana proses komunikator merancang pesan yang akan disampaikan kepada komunikasi dalam program kegiatan Anjangsana?
- 2) Teknik apa yang digunakan oleh komunikator dalam merancang pesan yang akan disampaikan kepada komunikasi?
- 3) Bagaimana isi pesan dari program kegiatan Anjangsana?

5. Memilih Media dan Saluran Komunikasi

- 1) Media apa yang digunakan oleh Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I Yogyakarta untuk promosi program kegiatan Anjangsana?
- 2) Apa kelebihan dari media tersebut?
- 3) Apa kekurangan dari media tersebut?

6. Dampak dari kegiatan Anjangsana(untuk calon mahasiswa)

- 1) Apakah kegiatan anjangsana memberikan informasi dengan jelas?
- 2) Apakah kegiatan Anjangsana mampu memberikan motivasi untuk melanjutkan perguruan tinggi?
- 3) Apakah kegiatan anjangsana memiliki pengaruh terhadap keputusan melanjutkan perguruan tinggi?



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

CURRICULUM VITE

DATA PRIBADI/ PERSONAL DETAIL

Nama / Name : Sholikhah

Alamat / Address : Blok Pipisan RT/ RW 04/01 Desa Kedokan Agung Kec. Kedokan Bunder, Kabupaten Indramayu

Nomor Telepon / Phone : 085743384839

E-mail : likasholikhah9999@gmail.com

Jenis Kelamin / Gender : Perempuan

Tanggal Lahir / Date Of Birth : 17 Maret 1992

Status Material / Marital Status : Belum Menikah

Warga Negara / Nasionaly : Indonesia

Agama / Religion : Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN

Pendidikan Formal

- 1999 – 2005 SD N Kedokan Agung III
- 2005 – 2008 MTs N Karangampel
- 2008 – 2011 MA N Karangampel
- 2011 – 2017 UIN Sunan Kalijaga

Keahlian

- MS. Office (Word, Excel, Power Point)
- Internet
- Corel Draw

Personal Skill

Dapat bekerja dalam tim, komunikatif, dapat bergaul, menghargai waktu dan tidak gampang menyerah.

Organisasi

- Organisasi Daerah Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I Yogyakarta
- UKM KORDISKA (Korps Dakwah UIN Sunan Kalijaga)