



STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF YAYASAN RUMAH PINTAR DALAM MEMETAKAN JENJANG PENDIDIKAN REMAJA

SMART HOUSE FOUNDATION'S PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGY IN MAPPING YOUTH EDUCATION LEVELS

Khonsa Khoulah^{1*}, Maria Fitriah^{2*}, Ali Alamsyah Kusumadinata³

Universitas Djuanda, Bogor

Email: khonsa353@gmail.com¹, maria.fitriah@gmail.com², alialamsyahkusumadinata@gmail.com³

Article Info

Article history :

Received : 01-06-2025

Revised : 02-06-2025

Accepted : 04-06-2025

Published : 06-06-2025

Abstract

The phenomenon of minimal awareness of adolescents regarding educational planning is a major challenge in the dynamics of the Rumah Pintar Foundation. This has an impact on high unemployment rates and the number of students who feel they are in the wrong major. This study explains the importance of mapping educational levels to support adolescent career success. The purpose of this study is to analyze the application of persuasive communication strategies carried out by the Rumah Pintar Foundation, in an effort to map adolescent educational levels. The research method used is descriptive qualitative, which involves data collection through in-depth interviews, observation, and documentation. The theory applied is the persuasive communication strategy developed by Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach, which consists of: 1) Psychodynamic Strategy, 2) Sociocultural, and 3) The meaning of constructions. The results of the study indicate that the persuasive communication strategy implemented by the foundation can influence adolescent behavior and views on education. Concerns about the future encourage adolescents to have more mature desires and plans regarding education. Changes in adolescent attitudes and thinking can be seen from how they begin to view college as a means to achieve success.

Keywords: *Persuasive Communication Strategies, Teenagers, Educational level*

Abstrak

Fenomena minimnya kesadaran remaja akan perencanaan terhadap pendidikan menjadi tantangan utama dalam dinamika Yayasan Rumah Pintar. Hal tersebut berdampak pada angka pengangguran yang tinggi dan angka pelajar yang merasa salah jurusan. Penelitian ini menjelaskan pentingnya memetakan jenjang pendidikan untuk menunjang kesuksesan karir remaja. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penerapan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Yayasan Rumah Pintar, dalam upaya memetakan jenjang pendidikan remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang diterapkan adalah strategi komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, yang terdiri dari: 1) Strategi Psikodinamika, 2) Sosiokultural, dan 3) *The meaning of constructions*. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh yayasan dapat memengaruhi perilaku dan pandangan remaja terhadap pendidikan. Kekhawatiran mengenai masa depan ini mendorong remaja untuk memiliki keinginan dan perencanaan yang lebih matang terkait pendidikan. Perubahan sikap dan pemikiran remaja tersebut terlihat dari bagaimana mereka mulai memandang perkuliahan sebagai sarana untuk mencapai kesuksesan.

Kata kunci: Strategi Komunikais Persuasif, Remaja, Jenjang pendidikan



PENDAHULUAN

Remaja adalah kelompok yang akan mewarisi peran penting dalam kemajuan bangsa dengan membutuhkan visi yang kuat untuk masa depan yang gemilang. Sangat penting bagi remaja mempersiapkan diri sejak dini untuk menentukan minat, bakat, dan karir mereka di masa depan (Kurniawan et al., 2023). Namun, Remaja saat ini sering kali merasa bingung tentang pilihan karir yang tepat, keterampilan yang diperlukan, cara untuk berintegrasi dengan baik dengan individu lain, serta bagaimana beradaptasi di dalam kelompok. (Zetri Rahmat, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Menurut Indonesia Career Center Network (ICCN) pada tahun 2017, lebih dari 71,7% pekerja tidak bekerja sesuai dengan bidang pendidikan mereka, dan lebih dari 87% pelajar serta mahasiswa tidak memilih jurusan yang sesuai dengan minat mereka saat di sekolah atau perguruan tinggi. (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019). Menurut data survei dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada Agustus 2023, jumlah Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia mencapai 7,86 juta orang. (CNN Indonesia, 2023). Salah satu alasan di balik fenomena ini adalah karena kurangnya persiapan lulusan perguruan tinggi dalam menghadapi tantangan dan persyaratan yang ada di lingkungan kerja. Secara khusus, masalah ini sering kali timbul karena mahasiswa membuat keputusan yang kurang tepat saat memilih jurusan yang tidak cocok dengan minat dan bakat mereka.

Pendidikan yang ideal seharusnya bisa menjadi ruang dalam pembentukan karakter yang membantu mengarahkan individu pada kemampuan analisis kebutuhan dan potensi diri kini bergeser peran dan fungsinya. Pendidikan memegang peran krusial dalam bertahan di era saat ini yang dipenuhi dengan persaingan yang ketat. Dalam konteks modernisasi dan globalisasi, kemahiran, pengetahuan, dan pemahaman yang cukup menjadi sangat esensial untuk bersaing secara efektif baik di bidang pendidikan maupun dalam lingkungan kerja (Yessi et al., 2020). Kesadaran tentang pentingnya pendidikan di Indonesia masih kurang, terutama karena pandangan masyarakat yang menganggap pendidikan bukan hal yang paling penting. Banyak yang percaya bahwa anak-anak hanya perlu menguasai dasar-dasar baca-tulis (calistung) untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Siti Seituni et al., 2023).

Hal ini penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh penerimanya. Salah satu metode yang efektif adalah melalui komunikasi yang memiliki daya persuasif. (Nugratama et al., 2022). Komunikasi persuasif menurut Silviani (2019) (dalam Fasha Umh Rizky & Nur Syam, 2021) adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau perilaku dari pihak yang dipengaruhi, mengutamakan pendekatan psikologis dengan cara yang fleksibel, lembut, persuasif, dan manusiawi. Tujuannya adalah menciptakan keinginan dan kerelaan pada komunikannya, disertai dengan perasaan positif dalam diri mereka. Strategi ini selaras dengan penerapan komunikasi yang dilakukan Yayasan Rumah Pintar dalam upaya membantu remaja memetakan jenjang pendidikan untuk menunjang kesuksesan pada karirnya.

Dalam studi ini, peneliti mengevaluasi strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh yayasan berdasarkan teori yang dijelaskan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach (Ezi Hendri, 2019) yang terdiri dari: 1) Strategi Psikodinamika, 2) Sosiokultural, dan 3) *The meaning of contructions*. Strategi psikodinamika mengacu pada faktor emosional atau faktor kognitif yang fokusnya pada internal individu, strategi sosiokultural didasari oleh asumsi bahwa perilaku manusia



dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu, strategi *the meaning construction* merupakan penyampaian kata-kata yang dinilai mampu dimanipulasi sehingga menciptakan makna baru.

Penelitian ini relevan dengan penelitian (Hajar & Anshori, 2021) Penelitian ini, yang berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media," bertujuan untuk memahami bagaimana Farah Qoonita menerapkan strategi komunikasi persuasif dalam dakwahnya melalui media baru. Penelitian ini mengacu pada teori strategi komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, yang mencakup tiga tahapan: psikodinamik, sosial-budaya, dan konstruksi makna. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan yang diadaptasi dari model Miles dan Huberman, meliputi tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan pengujian kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Farah Qoonita memperkenalkan cara baru dalam menyebarkan dakwah melalui media baru dengan strategi psikodinamika, menggunakan desain grafis dan bahasa yang sederhana untuk mengajak dan mempengaruhi pemuda. Dalam strategi sosiokultural, menggunakan *platform Instagram* untuk menyampaikan pesan dakwah. Melalui strategi *the meaning construction*, Farah Qoonita memastikan pesannya tersampaikan dengan jelas agar bisa dipahami oleh audiens persuade yang lebih mudah. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada variabel Y dan lokasi penelitian, di mana penelitian ini secara khusus menyoroti strategi komunikasi persuasif Farah Qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui media baru. Sedangkan penelitian penulis fokus penelitiannya strategi komunikasi persuasif Yayasan Rumah Pintar dalam Memetakan Jenjang Pendidikan Remaja.

Relevansi penelitian lainnya melalui penelitian (Hamandia & Razzaq, 2019) berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi terhadap 30 mahasiswa dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Raden Fatah Palembang sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian dipilih secara sengaja melalui teknik *purposive sampling*. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode kisah sebagai strategi komunikasi persuasif terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Raden Fatah Palembang mencakup fokus pada perhatian, pemahaman, proses pembelajaran, penerimaan, dan retensi informasi. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian lainnya terletak pada landasan teori dan metode yang digunakan penelitian ini menerapkan metode kisah dalam strategi komunikasi persuasifnya, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori yang kemukakan oleh Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Perbedaan lain terdapat pada fokus dan lokasi penelitian yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Yayasan Rumah Pintar dalam membantu remaja merencanakan jenjang pendidikan mereka.



METODE

Penelitian ini dilakukan langsung di kantor Yayasan Rumah Pintar. Metode penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, yang digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian menggunakan bahasa tertulis dan lisan. Metode pengumpulan data melibatkan: 1) Wawancara mendalam dengan pengurus yayasan dan remaja yang sudah bergabung di yayasan, 2) Observasi langsung, dan 3) Pengumpulan dokumen. Analisis data mengikuti proses yang dijelaskan oleh Miles & Huberman ((Rony Zulfirman, 2022), dimulai dengan pengumpulan data, diikuti oleh reduksi data, penyajian data, dan akhirnya diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai 2 pengurus Yayasan Rumah Pintar dan 5 remaja yang sudah bergabung dalam rangkaian program yayasan minimal selama 6 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendidikan adalah aspek yang sangat krusial untuk perkembangan pemikiran dan kemampuan individu manusia. Pendidikan berperan dalam mempersiapkan suatu individu menjadi manusia yang memahami suatu nilai norma dan perilaku yang mampu membentuk integritas manusia yang utuh dan mandiri sesuai dengan tatanan hidup ideal. Namun, pendidikan formal yang seharusnya bisa menjadi ruang dalam pembentukan karakter yang membantu mengarahkan individu pada kemampuan analisis kebutuhan dan potensi diri kini bergeser peran dan fungsinya.

Rumah Pintar berkomitmen menyelenggarakan sistem pembelajaran efektif dalam upaya mendorong potensi pemuda hingga tumbuh kemauan serta cita-cita untuk terus bisa berkontribusi ditengah kondisi dan realita yang penuh tantangan. Rumah Pintar digagas oleh sekelompok pemuda yang memiliki keinginan untuk meningkatkan kualitas, baik dalam skala diri, keluarga maupun ruang lingkup sosial. Diawali ditahun 2016 yaitu pembentukan komunitas dikalangan remaja, kemudian ditahun 2018 diikuti dengan pembentukan kelompok-kelompok diskusi Hardskill dan Softskill pada jenjang Pelajar, Mahasiswa dan yang sudah memasuki jenjang karir.

Strategi Komunikasi Persuasif

1. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika berfokus pada segi emosional atau faktor kognitif yang fokusnya pada internal individu (Sakhinah et al., 2019). Dalam hal ini, fokusnya adalah pada bagaimana karakter pribadi seseorang dapat mempengaruhi arah perubahan sikap dan pengambilan keputusan individu. Berdasarkan hasil penelitian Yayasan Rumah Pintar menggunakan strategi psikodinamika dengan memberikan stimulus-stimulus, kepada remaja dalam bentuk pesan persuasif untuk merangsang remaja sehingga memiliki kecendrungan perubahan pada fungsi psikologisnya. Metode yang disampaikan melalui sosialisasi, komunikasi interpersonal, dan komunikasi kelompok. Melalui pesan persuasif yang disampaikan harapannya mampu mengubah kehendak persuade sehingga mampu mengikuti arahan yang sesuai dari persuader.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi ke Sekolah-sekolah (Sumber: Hasil penelitian)

Penyampaian informasinya berupa pemahaman seputar dunia pendidikan saat ini dengan disertai dengan beberapa fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat mengenai kondisi remaja saat ini yang belum mampu menentukan arah pendidikan dan karirnya hak tersebut mampu mempengaruhi pemikiran remaja sehingga munculnya pemikiran akan pentingnya pendidikan saat ini. Penyampaian pesan secara tatap muka mampu meningkatkan partisipasi remaja dalam mengikuti program yayasan. Hal tersebut terjadi karena adanya proses persuasi secara langsung sehingga timbulnya keinginan persuade untuk mengikuti kehendak yang sesuai dengan keinginan persuader, (Noval Is Nurmansyah, 2023).

Setelah adanya sosialisasi, serta terbangunnya kepercayaan persuade terhadap pengurus Yayasan Rumah Pintar Terangi Bumi. Akan adanya perubahan emosional dan faktor kognitif dalam diri persuadee, dengan terbangunnya hubungan yang baik antara persuade dan persuader sehingga menimbulkan terjadinya komunikasi dua arah, maka dilakukannya pendekatan interpersonal dengan sesi konsultasi, sesi ini dikenal sebagai sesi identifikasi masalah, yang bertujuan untuk mengkategorikan dan memahami penanganan apa yang dibutuhkan oleh individu yang bergabung dengan yayasan. Kategori ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu, konseling, mentoring dan coaching, sebagai berikut:

Konseling adalah tahap awal observasi langsung yang bertujuan untuk memahami dan memperbaiki masalah yang dihadapi remaja sebelum mereka bergabung dengan Yayasan Rumah Pintar. Proses ini melibatkan identifikasi masalah yang berkaitan dengan lingkungan sosial, keluarga, dan pendidikan formal remaja. Tujuan dari konseling ini adalah agar pengurus Yayasan dapat memahami tantangan yang dihadapi remaja. Selama konseling, remaja diberikan kesempatan untuk berbagi cerita dan perasaan mereka, termasuk pengalaman masa lalu yang mempengaruhi mereka saat ini. Proses ini juga bertujuan untuk membantu remaja meninggalkan kebiasaan buruk dan pengalaman negatif di masa lalu agar mereka bisa melangkah maju dan merencanakan masa depan yang lebih baik.

Mentoring adalah metode yang dirancang untuk remaja yang sudah siap melangkah ke depan dan merencanakan masa depan tanpa terpengaruh oleh masa lalu. Metode ini diterapkan setelah masalah-masalah hidup mereka mulai teratasi, sehingga mereka dapat fokus pada penetapan visi dan tujuan untuk masa kini dan mendatang. Dalam proses ini, remaja yang telah menyelesaikan masalah masa lalu dan siap untuk maju akan mulai menetapkan visi dan misi, termasuk perencanaan pendidikan dan karir. Mereka akan diarahkan untuk membangun visi dan misi dengan mempelajari pengalaman masa lalu dan situasi saat ini. Pada tahap awal,



remaja diperkenalkan dengan konsep *ikigai*, yang melibatkan empat elemen utama: *passion* (kegemaran), *vocation* (kemampuan), *mission* (kebutuhan dunia karir), dan *profession* (kompetensi). Dengan memahami keempat elemen ini, remaja dapat lebih mudah merencanakan pendidikan dan karir yang selaras dengan minat dan kemampuan mereka. Metode ini digunakan oleh yayasan untuk membantu remaja yang belum jelas dalam memilih jalur pendidikan dan karir, sehingga mengurangi risiko salah dalam memilih jurusan dan meningkatkan perencanaan pendidikan yang matang dan sukses.

Coaching adalah proses yang dilakukan setelah remaja telah menetapkan visi atau tujuan hidup mereka. Proses ini bertujuan untuk memberikan pendampingan menyeluruh dalam upaya mencapai tujuan tersebut. Jika muncul masalah selama perjalanan menuju pencapaian, Rumah Pintar berperan dalam membantu menemukan solusinya. Coaching diterapkan pada remaja yang telah memiliki rencana pendidikan dan karir, tetapi memerlukan dukungan tambahan untuk mengembangkan potensi mereka. Ini bisa melibatkan kelas pengembangan diri, konsultasi, atau bimbingan belajar untuk meningkatkan prestasi akademik. Yayasan akan memfasilitasi kebutuhan individual remaja sesuai dengan situasi mereka masing-masing.

Hasil dari metode tersebut remaja memiliki perencanaan pendidikan yang mencakup aspirasi masa depan mereka. Untuk mencapai aspirasi tersebut, remaja perlu melalui dan memenuhi berbagai tahapan yang diperlukan. Perencanaan ini meliputi pilihan karir yang diinginkan, jurusan dan perguruan tinggi yang akan dituju, serta kompetensi yang dibutuhkan untuk mendukung kesuksesan dalam karir mereka.

2. Strategi Sosiokultural

Perilaku individu dipengaruhi oleh harapan-harapan sosial yang ada di lingkungan sekitar individu. Setiap kelompok tempat seseorang menjadi anggota menyediakan berbagai bentuk pengendalian yang signifikan bagi individu, seperti norma-norma, peran-peran yang ditugaskan, sistem peringkat, dan sistem pengawasan sosial yang disepakati, Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach (Ezi Hendri, 2019).

Dalam menerapkan strategi ini yayasan melaksanakan kelas diskusi dan bimbingan belajar dalam bentuk kelompok. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi belajar remaja sehingga berkeinginan untuk terus berkembang, dan menjaga lingkungan sosialnya tetap kondusif melalui pemilihan kelompok yang sesuai dengan remaja. Kelas diskusi dan bimbingan belajar dijalankan secara rutin setiap 1 minggu satu kali, dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman remaja terkait materi-materi pembelajaran untuk mempersiapkan ujian masuk perguruan tinggi. Yayasan Rumah Pintar Terangi Bumi juga menerapkan metode zona marking, dengan melakukan pendampingan pada setiap remaja serta menyediakan fasilitas berupa sekretariat-sekretariat yang sudah tersebar di beberapa wilayah strategis seperti, ciomas, ciawi dan tajur. Hal ini dilakukan untuk memudahkan remaja melakukan konsultasi tanpa terhambat ruang, jarak, dan waktu, selain itu sekretariat dan pendampingan ini diterapkan untuk mengontrol lingkungan remaja tetap kondusif dengan menyediakan ruang diskusi yang kondusif.



Gambar 2. Kelas diskusi (Sumber: Hasil penelitian)



Gambar 3. Kegiatan Family Gathering (Sumber: Hasil penelitian)

Strategi sosiokultural juga diterapkan yayasan melalui kegiatan-kegiatan kolektif berupa outing atau family gathering. Pada dasarnya kegiatan tersebut diselenggarakan untuk relaksasi, media hiburan, meingkatkan pemahaman terkait suatu topik, dan mempererat hubungan sosial. Pengurus yayasan mengadakan kegiatan family gathering sebagai upaya meningkatkan sense of belonging antara pengurus dan anggota yang tergabung di yayasan. Dalam kegiatan tersebut, memungkinkan setiap orang untuk saling berinteraksi dan mengenal lebih dalam. Pendekatan ini dilakukan utamanya untuk memperkenalkan nilai-nilai serta kultur yang ada di Yayasan Rumah Pintar. Strategi sosiokultural digunakan beriringan dengan tuntutan antarindividu untuk mampu saling menyesuaikan diri satu sama lain (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989: 284).

Adanya kegiatan-kegiatan kolektif tersebut terciptanya hubungan baik antara pengurus dan seluruh remaja yang tergabung di yayasan melalui interaksi positif dan kegiatan kolektif yang berkelanjutan, outputnya remaja cenderung aktif dan berkomitmen dalam mengikuti setiap program yang diselenggarakan oleh yayasan.

3. Strategi The Meaning Contruction

Strategi ini menekankan pada penyampaian kata-kata yang dinilai mampu dimanipulasi sehingga menciptakan makna baru. Dimana persuader berupaya memberikan pengetahuan kepada persuadee sehingga menciptakan pemahaman di masyarakat bahwa hal tersebut adalah yang harus diyakini dan diikuti, tentunya sesuai dengan keinginan dari persuader. Strategi ini



berasal dari konsep bahwa pengetahuan dapat memengaruhi perilaku seseorang, menekankan hubungan antara kedua hal tersebut Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach (Ezi Hendri, 2019).

Penerapan strategi *the meaning construction* yang dilakukan Yayasan Rumah Pintar dengan cara memberikan pesan yang bersifat persuasif berebentuk pengetahuan yang baru dan berkaitan dengan konteks pembelajaran yang sedang ditekuni. Yayasan menerapkan hal tersebut salah-satu nya melalui media sosial berupa instagram diawali dengan tagline yang dimiliki Yayasan Rumah Pintar yaitu “Rumah Pintar Rumah Solusi”.



Gambar 4. Media Sosial Instagram Rumah Pintar (Sumber: Hasil penelitian)

Tagline tersebut memiliki makna bahwa lahirnya rumah pintar sebagai jawaban dari berbagai macam masalah dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat terutama remaja saat ini. Dimana hal tersebut menjadi tujuan sekaligus harapan bagi yayasan untuk selalu menjadi solusi dari setiap permasalahan. Selain itu, terdapat beberapa postingan dalam akun tersebut yang berisikan kutipan-kutipan para ahli yang sifatnya membangun motivasi siapa pun yang melihat. Hanya saja, aktivitas media sosial yayasan tidak konsisten terhambat karena kurangnya pengurus yang memahami juga menguasai bidang media sosial. Yayasan memanfaatkan komunikasi visual untuk mempersuasi remaja, menggunakan bahasa visual yang mengandalkan unsur-unsur visual untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Fitriah, 2018). Penerapan ini dilakukan dengan menyampaikan pesan secara visual melalui unggahan di media sosial sehingga pesan tersebut diterima dengan baik dan memenuhi tujuannya.



Gambar 5. Postingan Instagram Yayasan Rumah Pintar (Sumber: Hasil penelitian)

Selain melalui sosial media, penerapan strategi *the meaning of construction* juga diterapkan yayasan dalam proses penyampaian materi diskusi dan bimbingan belajar. Contohnya: dalam kelas diskusi Strategi Sukses Di Kampus, terdapat materi “Kuliah Sebagai Investasi” materi ini memperkenalkan remaja terhadap cara pandang dalam menjalani perkuliahan, hal tersebut mampu membantu dirinya berkembang di perguruan tinggi. Dalam materi tersebut, pengurus menjelaskan bahwa menjadi mahasiswa tidak hanya melibatkan pencapaian nilai akademik yang tinggi, tetapi juga memerlukan karakter dan kompetensi yang dapat mendukung kesuksesan karir di masa depan. Karakter tersebut adalah:

1) Etis, berkenaan dengan perilaku yang baik dan mampu memutuskan yang baik dan buruk untuk diri. 2) Proaktif, mampu bertanggungjawab terhadap setiap pilihannya, 3) Kooperatif, mampu bekerja sama dengan orang lain. 4) Komunikatif, memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan mudah dimengerti oranglain. 5) Gigih, memiliki tekad dan keyakinan yang kuat. 6) Cerdas, memiliki kemampuan berfikir dan menganalisis yang baik. Sehingga, keenam karakter tersebut menjadi keahlian yang perlu dimiliki remaja selama menjadi mahasiswa, sebagai simulasi sebelum masuk ke dunia karir dan masyarakat yang ruang lingkupnya lebih luas.

Secara menyeluruh strategi *the meaning construction* yang dilakukan Yayasan Rumah Pintar Terangi Bumi, dengan cara mengkonstruksikan suatu makna pada persuade. Pengkontruksian ini dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan baru kepada remaja dengan menggunakan narasi-narasi menarik maupun perumpamaan yang menimbulkan makna lebih dalam pada persuade. Narasi-narasi tersebut berfungsi untuk meningkatkan motivasi remaja selama bimbingan belajar, mendorong mereka untuk terus berkembang. Yayasan melaksanakan kegiatan ini secara rutin di setiap pertemuan. Secara keseluruhan, strategi *the meaning construction* yang diterapkan oleh Yayasan Rumah Pintar melibatkan pembentukan makna melalui persuasi. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan pengetahuan baru kepada remaja melalui narasi yang menarik dan perumpamaan yang menambah kedalaman makna dalam persuasi. Dengan demikian, setiap remaja yang dibimbing mendapatkan perspektif baru tentang dunia perkuliahan dan termotivasi untuk mengejar pendidikan tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi persuasif oleh yayasan, melalui pendekatan psikodinamika yang melibatkan



sosialisasi dan pertemuan tatap muka seperti konseling, mentoring, dan coaching, efektif dalam membantu remaja merencanakan dan memetakan jenjang pendidikan serta karir sesuai dengan keinginan dan kompetensi mereka. Selain itu, strategi sosiokultural yang dilakukan melalui pendampingan langsung dengan kelas bimbingan belajar dan diskusi rutin juga berhasil memantau perkembangan remaja dalam melaksanakan rencana pendidikan mereka. Strategi *the meaning construction* yayasan, yang memanfaatkan media sosial Instagram melalui postingan narasi menarik dan penyampaian materi secara tatap muka, mampu mengubah sudut pandang remaja terhadap dunia perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- CNN Indonesia. (2023, November 6). Pengangguran di RI Tembus 7,86 Juta Orang per Agustus 2023. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231106072120-532-1020344/Pengangguran-Di-Ri-Tembus-786-Juta-Orang-per-Agustus-2023>.
- Ezi Hendri. (2019). Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi (Anwar Holid, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Fasha Umh Rizky, & Nur Syam. (2021). Komunikasi Persuasif Konten Youtube Kementerian Agama Dalam Mengubah Sikap Moderasi Beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.24042/ajsla.v11i1.1436>
- Fitriah, M. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual (Juli 2018). Deepublish Publisher.
- Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2.
- Hamandia, M. R., & Razzaq, A. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif dengan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2).
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2019, February 8). Aplikasi “Aku Pintar” Untuk Telusuri Minat dan Bakat Siswa. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/02/Aplikasi-Aku-Pintar-Untuk-Telusuri-Minat-Dan-Bakat-Siswa>.
- Kurniawan, U. T., Rahim, A., Yulianda, S., & dan Konseling, B. (2023). Pemetaan Karir Holland Pada Remaja Karang Taruna Desa Wara Kabupaten Buton Tengah.
- Noval Is Nurmansyah. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Setu Sore Selo Dalam Membentuk Loyalitas Relawan.
- Nugratama, D., Yuni Dharta, F., & Rifai, M. (2022). Komunikasi Persuasif Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Menunaikan Zakat (Studi Deskriptif pada BAZNAS (BAZIS) DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 2022(23), 184–193. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7388459>
- Rony Zulfirman. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Urnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(2), 147–153. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fjppp.v3i2.11758>
- Sakhinah, S., Armawati, D., Fidkom, A., Syarif, U., & Jakarta, H. (2019). Persuasive Strategic Communication: Tabligh in Komunitas Anak Muda Berhijrah or Hijrah Youth Community. *DAKWAH*, 23(1). <https://doi.org/10.15408/dakwahv23i1.13925>



- Siti Seituni, Ida Fitriana Ambarsari, Nur Hasanah, & Nur Afia. (2023). Sosialisasi Pengenalan Pendidikan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Desa Tambak Ukir Terhadap Pentingnya Pendidikan Di Masa Depan. *JurnalPengabdian Masyarakat*, 3(4), 1677–1685.
- Yessi, O., Ladaria, H., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Kajian Sosiologi Tentang Tingkat Kesadaran Pendidikan Pada Masyarakat Desa Labuan Kapelak Kecamatan Banggai Selatan Kabupaten Banggai Laut (Vol. 13, Issue 2).
- Zetri Rahmat. (2019). Pusat Bimbingan Karir (Career Centre) Sebagai Sarana Bimbingan Karir Bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Menuju Dunia Kerja. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2, 27–31.