

**STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN PENERANGAN TENTARA NASIONAL INDONESIA
ANGKATAN UDARA (TNI-AU) ADISOEMARMO SOLO DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF MELALUI PROGRAM “OUTING CLASS”**

DHIKA KAMESYWARA, SOFIA NINGSIH. R.P S.I.P.,M.I.KOM
ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA
DAN SENI UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

ABSTRAK

Bagi sebagian masyarakat, masih banyak yang menganggap bahwa TNI-AU adalah tempat atau organisasi yang menyeramkan, hal ini dapat dimaklumi karena citra TNI-AU sebagai salah satu angkatan perang memanglah harus terlihat bersenjata, tegas, kuat, disiplin dan tertutup. Dalam hal ini, Bagian Penerangan TNI AU Adi Soemarmo Solo melaksanakan program untuk mendekatkan TNI kepada anak-anak sekolah yaitu Program “*Outing Class*”. Pembelajaran “*Outing Class*” adalah program yang bertujuan memberikan ketrampilan dan keahlian dasar diluar sekolah sebagai sarana menumbuhkan keseimbangan kegiatan belajar mengajar di sekolah dan tuntutan hidup di masyarakat.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah kualitatif deskriptif. Kantor Bagian Penerangan menggunakan Perencanaan atau Strategi Komunikasi yang sesuai dengan Perencanaan Strategi Komunikasi Lima Langkah oleh Hafied Cangara berupa Penelitian (Research) yang merupakan pendataan sekolah sekolah, kemudian Perencanaan (Plan) yaitu menargetkan segmen, Pelaksanaan (Execute) berupa sosialisasi ke sekolah, Pengukuran (Measure) yaitu pendataan pengunjung atau peserta program *outing class*, dan yang terakhir adalah Laporan (Report) yaitu berupa data hasil kunjungan yang dilaporkan kepada Komandan TNI-AU Adi Soemarmo Solo.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, Public Relation, TNI AU

PENDAHULUAN

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan untuk mencapai tujuan (Arifin, 1984:10). Strategi dalam komunikasi adalah perpaduan antara Perencanaan Komunikasi dan Manajemen Komunikasi, dengan kata lain Strategi komunikasi dapat ditempuh dengan cara menggunakan komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri komunikan dengan mudah dan cepat.

Roger (1982) memberi batasan pengertian Strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Cangara, 2014:61). Strategi-strategi yang didasari sebuah ide dapat dituang ke dalam suatu wadah agar bisa dipergunakan oleh komunikator yang terdapat pada wajah terdepan suatu instansi atau disebut Humas, sehingga dapat menjadi ujung tombak pembentukan citra. Peran Humas dalam pengelolaan sebuah ide

agar menjadi strategi untuk pembentukan citra sangatlah penting.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi Citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan (1990:667). Kesan yang ditimbulkan oleh komunikan dapat dirubah/diarahkan sesuai dengan keinginan komunikator melalui strategi dalam berkomunikasi.

Landasan citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persuasi. Serta terjadinya proses aku mulasi dari individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak itulah dinamakan citra atau *image* (Ruslan,1998:63). Maka dari itulah pentingnya membangun sebuah citra positif perusahaan demi kepercayaan atas masyarakat. Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI-AU) adalah salah satu cabang angkatan perang yang bertanggung jawab atas operasi pertahanan Negara republik

Indonesia di udara. TNI-AU bermula dari pembentukan Badan Keamanan Rakyat (BKR) pada Tanggal 23 Agustus 1945, guna memperkuat Armada Udara yang saat itu sangat kekurangan pesawat terbang dan fasilitas-fasilitas lainnya. Sejalan dengan perkembangannya, BKR berubah menjadi Tentara Keamanan Rakyat (TKR), pada tanggal 5 Oktober 1945 dengan nama TKR jawatan penerbangan di bawah Komodor Udara Soerjadi Soerjadarma. Pada tanggal 23 Januari 1946 TKR ditingkatkan lagi menjadi TRI, sebagai kelanjutan dari perkembangan tunas Angkatan Udara, maka pada tanggal 9 April 1946, TRI jawatan penerbangan dihapuskan dan diganti dengan Angkatan Udara Republik Indonesia, kini diperingati sebagai hari lahirnya TNI-AU yang diresmikan bersamaan dengan berdirinya Tentara Nasional Indonesia (TNI). (www.tni-au.mil.id/sejarah-tni-angkatan-udara/diakses 25 januari 2018).

Sama halnya Instansi Negara lainnya, TNI-AU pun memiliki divisi Humas yang disebut “Bagian

Penerangan” sebagai jembatan kepada publik. “Bagian Penerangan” pun bertugas menerapkan strategi-strategi komunikasi untuk menjalin citra positif terhadap masyarakat. Bagi sebagian masyarakat, masih banyak yang menganggap bahwa TNI-AU adalah tempat atau organisasi yang menyeramkan, hal ini dapat dimaklumi karena citra TNI-AU sebagai salah satu angkatan perang memanglah harus terlihat bersenjata, tegas, kuat, disiplin dan tertutup. Dalam hal ini, Bagian Penerangan TNI AU Adi Soemarmo Solo melaksanakan program untuk mendekatkan TNI kepada anak-anak sekolah yaitu Program “*Outing Class*”. Pembelajaran “*Outing Class*” adalah program yang bertujuan memberikan ketrampilan dan keahlian dasar diluar sekolah sebagai sarana menumbuhkan keseimbangan kegiatan belajar mengajar di sekolah dan tuntutan hidup di masyarakat. Dalam melakukan pembelajaran di sekolah, dikenal istilah Model Pembelajaran yang menurut Joyce dalam Trianto (2009:22) Model Pembelajaran adalah suatu perencanaan

atau suatu pola yang digunakan dalam merencanakan pembelajaran.

Kemudian Husamah (2015:53) mengatakan “pembelajaran melalui wisata belajar merupakan sebuah proses pembelajaran yang dilakukan oleh siswa dengan kegiatan mempelajari sumber belajar yang ada di luar kelas dengan maksud agar siswa memiliki wawasan yang luas tentang bahan ajar yang dipelajari di dalam kelas”.

Dengan kata lain “*Outing Class*” adalah model pembelajaran yang sangat baik untuk diterapkan. Tidak seperti “*Outing Class*” pada umumnya, TNI-AU Adi Soemarmo Solo sebagai penyelenggara menerapkan tema kemiliteran dan materi pembelajaran tentang TNI-AU lebih dalam yang bisa diikuti siswa TK, SD, SMP, SMA, bahkan kelompok umum.

Pentingnya menanamkan citra positif pada anak-anak adalah agar kesan dan dampak yang terekam akan sangat membekas, karena daya ingat seorang anak sangatlah masih baik. Tercatat di tahun 2017, jumlah peserta “*Outing Class*” di TNI-AU Adi

Soemarmo Solo mencapai 19.225 orang dan 262 sekolah (Wawancara dengan Peltu Herlina selaku *Costumer Service* dalam program *Outing Class*, pada 25 Januari 2018 16:30 WIB), yang merupakan angka tinggi pertahunnya. Menerapkan strategi komunikasi dan bekerja sama dengan pihak sekolah, menjadi kunci keberhasilan Bagian Penerangan TNI-AU Adi Soemarmo Solo dalam meningkatkan citra positif melalui program “*Outing Class*”.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk memfokuskan penelitian pada Strategi Komunikasi Bagian Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI-AU) Adi Soemarmo Solo Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan Melalui Program “*Outing Class*”.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Istilah komunikasi dari bahasa Inggris “*communication*”, dari bahasa latin “*communicatus*” yang mempunyai arti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut (Wijaya,

2008:1)“Komunikasi merupakan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak, komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak lahir sudah berkomunikasi dengan lingkungannya”. (Suprpto, 2011:6) mengatakan “suatu proses interaksi yang mempunyai arti antara sesama manusia”. Kemudian (Ruslan, 2008:83) mengatakan “Komunikasi merupakan alat yang penting dalam fungsi *public realtions*” publik menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi dan hal itu dapat menarik perhatian penting untuk mencapai tujuannya dan menjalankan fungsi *public relations*. Dari Pemaparan para ahli diatas, komunikasi dapat diartikan sebagai proses berbagi diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Komunikasi digunakan demi tercapainya tujuan antara komunikator dan komunikan. Jika dua orang berkomunikasi, maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling

dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.

Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi merupakan hal yang dilakukan oleh seorang atau kelompok dalam suatu perusahaan untuk mendapatkan akses atau dukungan atas masyarakat seperti pencitraan atau penyelesaian masalah. Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*stratos*” yang berarti tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin yang jika disatukan menjadi “memimpin tentara”. Kemudian komunikasi berasal dari terjemahan bahasa Inggris yaitu “*communication*” yang dalam bahasa Latin yaitu “*communis*” yang artinya sama. Dan dalam konteks komunikasi strategi komunikasi berarti keputusan yang diambil dalam sebuah perencanaan yang menggunakan komunikasi untuk mencapai tujuan. Dengan demikian strategi komunikasi tertuju pada perencanaan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penunjuk arah, melainkan harus dapat

menunjukkan bagaimana aksi dari operasional yang telah di rencanakan.

Dalam buku berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi” Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa : “Strategi komunikasi merupakan panduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Effendy, 2003:301). Dalam hal ini, peneliti menggunakan strategi komunikasi / model perencanaan komunikasi lima langkah oleh Hafied Cangara, (2014:76), yaitu:

1. Penelitian (*Research*), hal ini dimaksudkan untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

2. Perencanaan (*Plan*), adalah tindakan yang akan diambil setelah hasil dari penelitian diperoleh. Perencanaan yang dimaksud ialah

perencanaan komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran dan efek yang diharapkan.

3. Pelaksanaan (*Execute*), adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk atau dengan cara apapun, sesuai dengan kebutuhan.

4. Pengukuran (*Measure*), dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima atau tidak, serta tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

5. Pelaporan (*Report*), ialah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan, untuk dijadikan bahan pertimbangan. Tapi jika dalam laporan itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi

atau memodifikasi program yang akan dilakukan.

Citra (*Image*)

Image dalam bahasa Indonesia yang berarti gambar atau menggambarkan, adalah istilah yang digunakan oleh orang lain dalam menggambarkan suatu deskripsi tentang hal yang di lihat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 1990:667) citra ialah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Menurut G Sach (Soemirat Dan Ardianto, 2007:171) citra ialah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang memiliki kelompok-kelompok yang berbeda”. Menurut Effendy (Soemirat Dan Ardianto, 2007:171) citra ialah dunia sekeliling kita yang memandang kita”. Menurut Frank Jefkins (Soemirat Dan Ardianto, 2007:114) citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Kemudian menurut Jalaudin Rakhmad (Soemirat Dan Ardianto, 2007:114) mendefinisikan

citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas citra adalah dunia menurut persepsi”. landasan citra berakar dari: “Nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persuasi. Serta terjadinya proses akumulasi dari individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak yaitu sering dinamakan citra atau image” (Ruslan, 1998:63).

Dengan kutipan-kutipan diatas dapat kita simpulkan bahwa Citra adalah suatu persepsi dari orang lain atau dunia tentang kita, persepsi tersebut terbentuk dan terkumpul dari segala informasi dan pengalaman yang kita berikan terhadap orang tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007:4)

mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Dengan begitu penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena hasil dari teknik pengambilan data berupa wawancara, hasil observasi dan dokumen yang diperoleh akan disampaikan secara narasi dan tidak dalam bentuk perhitungan dan angka sesuai fakta ketika perolehan data tersebut.

Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini adalah Kantor Penerangan dan Perpustakaan serta Kantor Binpotdirga

Pangkalan TNI-AU Adi Soemarmo Solo Jawa Tengah

Sumber Data dan Data

Menurut Arikunto (1998:144), sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yaitu :

1. Data Primer

Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya, adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah Kepala Bagian Penerangan dan Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, Anggota Bagian Penerangan dan Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, dan Costumer Service Binpotdirga.

2. Data Sekunder

Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.

Kemudian Data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Kepala Kepala Bagian Penerangan dan

Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, Anggota Bagian Penerangan dan Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, dan Costumer Service Binpotdirga. Serta beberapa data sekunder berupa artikel dan dokumen dokumen yang membantu dalam penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif (Margono, 2004:125). Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mendapatkan informan penelitian yang tepat atau menguasai permasalahan yang menjadi obyek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Burhan Bungin (ed) (2003: 42), menjelaskan metode pengumpulan data adalah “dengan cara apa dan bagaimana

data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan reliable”. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan:

a) Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud dan tujuan tertentu, dimana percakapan itu dilakukan dengan 2 (dua) pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan, serta yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang jelas dan mendalam tentang berbagai aspek yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian kepada responden penelitian (Moelong, 2008:35). Data yang diperoleh diharapkan tidak hanya yang diketahui secara umum, melainkan data yang lebih terperinci. Wawancara ini ditujukan kepada:

1. Kepala Bagian Penerangan dan Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, ,

2. Anggota Bagian Penerangan dan Perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo
3. Costumer Service Binpotdirga.

b) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap suatu benda, kondisi, situasi, dan proses atau perilaku (Faisal, 1982:52). Dalam hal ini, peneliti akan melakukan pengamatan terhadap kegiatan sosialisasi Bagian Penerangan serta kegiatan dan jadwal kunjungan yang dilaksanakan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan data dengan melakukan pencatatan dan analisis atas data-data yang telah ada dalam dokumen, baik berupa laporan maupun berupa dokumen yang mendukung dan relevan dalam penelitian ini.

Validitas Data

Pada tahap ini dimasukkan untuk membuktikan bahwa data yang

diperoleh sesuai dengan realitas di lokasi penelitian. Untuk menjamin validitas data ini digunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi merupakan cara yang paling umum digunakan bagi peningkatan validitas dalam penelitian kualitatif. Triangulasi merupakan pola pikir fenomenologi yang bersifat multi perspektif yaitu menarik kesimpulan yang mantap diperlukan tidak hanya dari suatu cara pandang saja. (Sutopo, 2006:78).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu peneliti menggunakan beberapa sumber data untuk mengumpulkan data. Hal ini dimaksudkan agar data yang sama atau sejenis akan lebih pasti kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber yang berbeda. Peneliti memilih media perbandingan kepada hasil observasi dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta

diuraikan dalam bentuk deskriptif. Menurut Patton (Moleong, 2001:103), analisis data adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Burhan Bungin (2003:70), yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.

2. Reduksi Data (Data Reduction)

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

dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan.

3. Display Data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan.

4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (Conclusion Drawing and Verification)

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Antara display data dan penarikan kesimpulan terdapat aktivitas analisis data yang ada. Dalam pengertian ini analisis data kualitatif merupakan upaya berlanjut, berulang

dan terus-menerus. Masalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang terkait. Selanjutnya data yang telah dianalisis, dijelaskan dan dimaknai dalam bentuk kata-kata untuk mendiskripsikan fakta yang ada di lapangan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian diambil intisarinnya saja.

Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

Adanya strategi atau perencanaan bertujuan untuk meningkatkan suatu harapan akan hasil akhir, dimana dalam strategi

komunikasi dan penelitian ini adalah bagaimana suatu strategi dapat meningkatkan keberhasilan dalam melakukan sosialisasi program. Bagian Penerangan telah berhasil dalam melakukan sosialisasi programnya, terbukti dengan peningkatan data kunjungan semenjak di hadirkannya program outing class tersebut. Hal itu karna pengimplementasian suatu strategi komunikasi.

Dalam hal ini, peneliti telah mengkaitkan Strategi sosialisasi Bagian Penerangan dengan Strategi atau Perencanaan Komunikasi oleh Hafied Cangara yaitu Strategi Komunikasi Lima langkah sebagai berikut :

1. Penelitian (Research)

Penelitian (*research*) dimaksudkan untuk mengetahui problematik yang dihadapi suatu lembaga. Probelematik bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya (Cangara, 2014:72).

Penelitian merupakan suatu rumusan dari adanya suatu masalah

yang ada dan hendak di atasi. Tujuan dari suatu penelitian adalah mencari jawaban atau hasil dari keingintahuan yang berupa data untuk mengatasi masalah tersebut.

Dalam kaitanya dengan Program outing class atau kunjungan, pada kenyataanya tidak semua orang mengetahui program ini. Program yang tujuanya memperkenalkan TNI-AU kepada masyarakat sedari dini atau anak-anak sekolah harus dapat menginformasikan kepada masyarakat agar dapat terjalin suatu hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat. Penelitian yang dilakukan Bagian Penerangan adalah berupa pendataan sekolah-sekolah yang sebelumnya jarang atau tidak pernah melakukan kunjungan. Pendataan ini dilakukan untuk menargetkan sekolah mana yang harus dilakukan sosialisasi agar sosialisasi berjalan dengan efektif.

2. Perencanaan (Plan)

Perencanaan (*plan*) adalah tindakan yang diambil setelah memperoleh hasil penelitian (*diagnose*). Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan

komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (*segmen*), dan efek yang diharapkan (Cangara, 2014:72).

Menurut hasil wawancara Bagian Penerangan telah melakukan persiapan yang dirasa cukup dalam melakukan sosialisasi berupa surat resmi undangan, kemudian paket-paket yang bisa dipilih, dan selebaran atau brosur. Hal ini dilakukan agar pihak sekolah yang di datangi bisa mendapatkan informasi yang memadai namun dengan cara yang relatif sederhana.

“Biasanya yang kami lakukan adalah sosialisasi dengan menggunakan surat undangan, tablet untuk memutar video contoh program outing class, sembari kita menjelaskan paket paket yang tersedia untuk program outing class / kunjungan tersebut” (Wawancara dengan Kapten sus Mugiyanto selaku kepala penerangan dan perpustakaan TNI-AU

Adi Soemarmo Solo pada 20 September 2018 Jam 14.00 WIB

Dalam perencanaan program *outing class ini*, terdapat unsur-unsur komunikasi yang sesuai dengan teori perencanaan milik Hafied Cangara yaitu :

a. Komunikator

Komunikator dalam perencanaan sosialisasi ini adalah anggota bagian penerangan yang mendatangi pihak sekolah

b. Pesan

Ada dua pesan yang terdapat dalam perencanaan ini. Yaitu pesan melalui komunikasi lisan dua arah dan pesan tertulis sebuah undangan.

c. Media

Adapun media yang terdapat dalam perencanaan ini adalah surat undangan dan juga brosur.

d. Sasaran

Sasaran dalam perencanaan ini adalah pihak sekolah serta murid muridnya.

e. Efek yang diharapkan.

Efek yang diharapkan dalam perencanaan ini adalah agar sekolah sekolah yang dikunjungi, mau mengikuti kegiatan *outing class*.

3. Pelaksanaan (Execute)

Pelaksanaan (*execute*) adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pembagian stiker pada target sasaran, pemasangan baliho, atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas di lokasi yang menjadi target sasaran (Cangara, 2014:73).

“sosialisasi dengan menggunakan surat undangan, tablet untuk memutar video contoh program outing class, sembari kita menjelaskan paket paket yang tersedia untuk program outing class / kunjungan tersebut”

(Wawancara dengan Kapten sus Mugiyanto selaku kepala penerangan dan perpustakaan TNI-AU Adi Soemarmo Solo, pada 20 September 2018 Jam 14.00 WIB

“Ya biasanya menggunakan undangan dan video sambil kita menjelaskan kepada anak anak tentang kedirgantaraan.” (Wawancara dengan Penata Muda Aris Efendy selaku anggota bagian penerangan pada 13 September 2018 Jam 16.00 WIB).

Dalam tahap ini Bagian Penerangan melakukan sosialisasi ke sekolah sekolah, pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan secara tatap muka dengan dua pihak saja yaitu oleh anggota bagian penerangan kepada pihak sekolah. Kegiatan bertatap muka bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dalam berkomunikasi (*miscommunication*) yang sering terjadi dalam sosialisasi yang umum. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung selama kurang lebih satu jam, hal itu dirasa sudah cukup untuk melakukan sosialisasi kepada satu pihak saja. Dalam menjelaskan program outing

class kepada pihak sekolah, bagian penerangan juga menjelaskan paket-paket yang tersedia dalam melakukan kunjungan. Selain itu, bagian penerangan juga memperlihatkan gambar atau video contoh kunjungan program *outing class*. Sosialisasi program outing class oleh Bagian Penerangan ini adalah contoh sosialisasi formal. Menurut Berger dan Luckman dalam Sari (2009: 40) *“sosialisasi ini terbentuk melalui lembaga yang dibentuk oleh pemerintah dan masyarakat yang memiliki tugas khusus dalam mensosialisasikan nilai, norma dan peranan-peranan yang harus dipelajari oleh masyarakat”*.

4. Pengukuran (Measure)

Pengukuran(*measure*)

dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah daya exposure media yang digunakan dapat mencapai target sasaran, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima

dan mengerti informasi yang disampaikan (Cangara, 2014:73).

Menurut Hasil wawancara, program ini telah memiliki data statistik dari peserta peserta program yang telah berkunjung.

5. Pelaporan (Report)

Pelaporan(*report*) ialah tindakan akhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan (proyek) untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasaan untuk program selanjutnya (multi years). Tapi jika dalam laporan itu ditemukan hal hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang dilakukan (Cangara, 2014:73).

Menurut hasil wawancara, kegiatan laporan ini bukan lagi jadi tanggung jawab Bagian Penerangan, namun sudah

jadi tugas kantor

Binpotdirga selaku pelaksana dalam program outing class kepada Komandan TNI-AU Adi Soemarmo solo.

“ *ya kalau laporan program outing class kepada Komandan, itu sudah jadi tugas kantor Binpotdirga*”

(Wawancara dengan Peltu Herlina pada 7 September 2018 Jam 16.00 WIB)

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis program *outing class* di TNI-AU Adi Soemarmo Solo, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Kantor Bagian Penerangan menggunakan Perencanaan atau Strategi Komunikasi yang sesuai dengan Perencanaan Strategi Komunikasi Lima Langkah oleh Hafied Cangara berupa Penelitian (*Research*) yang merupakan pendataan sekolah sekolah, kemudian Perencanaan (*Plan*) yaitu menargetkan segmen,

Pelaksanaan (*Execute*) berupa sosialisasi ke sekolah, Pengukuran (*Measure*) yaitu pendataan pengunjung atau peserta program *outing class*, dan yang terakhir adalah Laporan (*Report*) yaitu berupa data hasil kunjungan yang dilaporkan kepada Komandan TNI-AU Adi Soemarmo Solo.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan analisis program *outing class* di TNI-AU Adi Soemarmo Solo, ada beberapa hal yang dapat dijadikan pertimbangan sebagai saran dalam menjalankan program tersebut diantaranya :

1. Bagian Penerangan diharapkan dapat melanjutkan sosialisasi, agar semua sekolah yang belum mengetahui program *outing class* dapat berpartisipasi.
2. Bagian Penerangan diharapkan dapat mengoptimalkan keanggotaan yang dapat berpartisipasi dalam sosialisasi, sehingga dapat menambah jangkauan sosialisasi.

3. Bagian Penerangan dan Kantor Binpotdirga diharapkan dapat memanfaatkan website resmi TNI-AU Adi Soemarmo Solo dan sosial media seperti Facebook dan Instagram dalam sosialisasi Program Bagian Penerangan dan Kantor Binpotdirga diharapkan dapat memanfaatkan sosial media dalam sosialisasi program.

4. Kantor Binpotdirga diharapkan dapat menambah atau memaksimalkan waktu kunjungan.

Peneliti meyakini bahwa penelitian ini memiliki banyak keterbatasan, sehingga diperlukan adanya penelitian lain dengan pendekatan yang berbeda untuk memperkaya wawasan dan khasanah keilmuan.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Amrico.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Trianto, 2009 *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-Progresif*. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta: Buku Seru.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung :
- Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maj.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung : Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : 2014.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS
- Rangkuti, Freddy. 2009 *Manjemen Strategis Konsep*. Edisi Kedua

Belas Buku 1, Jakarta : Salemba
Empat.

WEBSITE :

(www.tni-au.mil.id/sejarah-tni-angkatan-udara/)

KARYA ILMIAH :

Anisa Dwi Utami (2017) “Strategi Komunikasi Dinas Sosial Kabupaten Sukoharjo Dalam Program Kartu Indonesia Sehat (KIS) di kelurahan Gayam” .

Sumardi (2018) “Strategi Marketing *Public Relations* Solo Paragon Hotel dan *Residances* dalam membangun citra perusahaan” .

Efi Okta Ambarwati (2018) “Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) Hotel Amarelo Solo dalam membangun Citra Perusahaan” .