

SOSIALISASI INFORMASI PROGRAM TULANG BAWANG BARAT CERDAS OLEH ORGANISASI TULANG BAWANG BARAT CERDAS

Syalina, Susie Perbawasari, Heru Ryanto Budiana

Prodi Humas, Fikom Unpad, Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor
Email: heru.prodihumas@gmail.com

Abstrak

Tulang Bawang Barat Cerdas (Tubaba Cerdas) merupakan sebuah Program yang dicanangkan oleh Bupati Tulang Bawang Barat setelah melihat dampak langsung dari keberadaan Gerakan Indonesia Mengajar (IM) yang secara lima tahun konsisten mengirimkan Pengajar Muda (PM) ke daerah Tulang Bawang Barat. Program Tubaba Cerdas dan Program IM memiliki kesamaan yaitu mengirimkan sarjana-sarjana terbaik di Indonesia untuk mengabdikan dan mengajar menjadi guru selama satu tahun di daerah penempatan.

Sosialisasi informasi program Tulang Bawang Barat Cerdas dilaksanakan oleh Organisasi Tulang Bawang Barat Cerdas melalui *roadshow* kepada masyarakat dan kampus-kampus di daerah Lampung. Sosialisasi informasi dipersiapkan secara matang baik waktu, materi maupun komunikator yang terlibat, akan tetapi masyarakat yang mengikuti *roadshow* kurang tertarik mengikuti program Tubaba Cerdas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses sosialisasi informasi program melalui Tubaba Cerdas melalui kegiatan *roadshow* mulai dari bagaimana penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, dan *feedback* dari komunikan kepada komunikator sesuai dengan konsep sosialisasi milik Anderson, Riddle, dan Martin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sosialisasi informasi program Tubaba Cerdas penyampaian materi pesan dari komunikator ke komunikan dilakukan melalui presentasi materi secara tatap muka, objek orientasi dalam sosialisasi dilatar belakangi oleh masalah pendidikan di daerah Tulang Bawang Barat, Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi mengenai organisasi dan program Tubaba Cerdas, Komunikator dalam sosialisasi Tubaba Cerdas terdiri dari pengelola Tubaba Cerdas dan PM IM angkatan IX, komunikan dalam sosialisasi ini adalah mahasiswa di Universitas Lampung, *feedback* yang diberikan komunikan terbagi menjadi dua yakni *feedback* langsung berupa pertanyaan dan *feedback* tidak langsung berupa pendaftaran komunikan menjadi peserta program.

Kata kunci: Sosialisasi informasi, roadshow, Program Tubaba Cerdas, komunikasi

SOCIALIZATION OF WEST TULANG BAWANG CERDAS PROGRAM INFORMATION BY WEST TULANG BAWANG CERDAS ORGANIZATION

Abstract

Tulang Bawang Barat Cerdas (Tubaba Cerdas or West Tulang Bawang Smart) is a program founded by Tulang Bawang Barat Regent after seeing the direct impact of Indonesia Mengajar (IM or Indonesia Taught) movement, which in five years consistently delivers Pengajar Muda (PM or Young Teacher) to West Tulang Bawang region. Tubaba Cerdas Program and IM program similarly has the same core of placing the best bachelor graduates of Indonesia to serve and teach in a particular region for a year. The socialization of Tubaba Cerdas program is implemented by Tubaba Cerdas Organization through roadshow, which targeting public and campuses in Lampung region. The socialization is really a well prepared event on every aspect including time, content, and communicator involved, but nevertheless participant public are not interested in joining the program.

The purpose of this research is to understand the process of socialization of Tubaba Cerdas program through roadshow event, starting from the message being delivered from communicator to

communicant, and also feedback from communicant to communicator, according to the socialization concept of Anderson, Riddle, and Martin. This research uses qualitative approach with descriptive study. Result shows that firstly, content of message on organizational and program of Tubaba Cerdas from communicator to communicant is being delivered through face to face presentation; secondly, communicator in Tubaba Cerdas socialization consists of Tubaba Cerdas organizers and PM IM batch IX; thirdly, communicant of this socialization are students of Universitas Lampung; fourth, feedback from communicant is divided into two, which are direct feedback through questions and indirect feedback through registration of communicant to join the program.

Keywords: Information socialization, roadshow, Tubaba Cerdas Program, Communication

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tulang Bawang Barat Cerdas (Tubaba Cerdas) merupakan Program yang dicanangkan oleh Bupati Tulang Bawang Barat setelah melihat dampak langsung dari keberadaan Gerakan Indonesia Mengajar (IM) yang secara lima tahun konsisten mengirimkan Pengajar Muda (PM) ke daerah Tulang Bawang Barat.

Diakhir masa penempatan PM, IM menginisiasi sebuah kegiatan yang menjaring para *local champion* dari daerah penempatan untuk mendorong mereka melanjutkan keberlanjutan pemerataan pendidikan di daerah mereka melalui Forum Kemajuan Pendidikan Daerah (FKPD). FKPD pertama dilakukan di Purwakarta saat itu seluruh *local champion* dari daerah penempatan hadir dan bersama-sama berdiskusi mengenai keberlanjutan pemerataan pendidikan pasca PM selesai dalam masa penugasan.

Bermula dari FKPD I, setelah melihat adanya perubahan signifikan pada murid yang diberikan PM, Bupati Tulang Bawang Barat, Umar Ahmad, bersama dengan Kepala Dinas Pendidikan Dasar, Bapak Apri Munzuri dan *local champion* Tulang Bawang Barat, Ibu Yulia, Bapak Conang Hendro Leksono, dan Bapak Andreyas Darmaji mencetuskan ide untuk melanjutkan program serupa pasca berakhirnya penugasan PM di daerah Tulang Bawang Barat.

Berbekal dukungan penuh dari Bupati dan Pemerintah Daerah, Dinas

Pendidikan Tulang Bawang Barat bersama dengan *local champion* kemudian menindak lanjuti ide ini secara sungguh-sungguh dan membuat program Tubaba Cerdas. Yang kemudian dikelola secara profesional, dengan melibatkan tenaga profesional sebagai *Project Officer* Tubaba Cerdas.

Program Tubaba Cerdas dimaksudkan untuk meningkatkan pemerataan kualitas pendidikan di daerah Tulang Bawang Barat. Berbeda dengan program PM sebelumnya dimana penempatan para PM dilakukan di daerah transmigran yang penduduknya lebih berfikir maju dan terbuka terhadap pendidikan, program Tubaba Cerdas memiliki target penempatan dimana masyarakat lokal dan asli sebagai lokasi penempatannya. Hal ini menjadikan program Tubaba Cerdas lebih menantang, sebab dari segi publik sasaran menjadi lebih sulit sebab penduduk asli lebih cuek atau cenderung lebih apatis terhadap pendidikan. Selain itu, perbedaan bahasa dan adat istiadat menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh para Pengajar Cerdas, atau para Pengajar dari Tubaba Cerdas ini.

Sosialisasi merupakan salah satu cara yang digunakan Tubaba Cerdas dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat sekitar. Sosialisasi sendiri diharapkan dapat memperkenalkan diri, membentuk citra yang baik, serta meningkatkan *awareness* publik yang nantinya akan berdampak kepada semakin banyaknya masyarakat

yang tahu, turut membantu dan ikut mendaftar menjadi bagian dari program Tubaba Cerdas.

Informasi ataupun pesan yang disampaikan saat sosialisasi berupa menyampaikan sejarah berdiri, visi, misi, arah gerakan dari Tubaba Cerdas serta Program utama Tubaba Cerdas berupa pengiriman sarjana menjadi guru selama setahun di Kampong Tua Tulang Bawang Barat. Selain itu, informasi tentang nilai-nilai relawan dan pengabdian menjadi pesan khusus yang disampaikan agar peserta tergerak untuk bergabung dalam program Tubaba Cerdas. Materi dirancang dan disesuaikan dengan target peserta untuk mencapai tujuan dari program Tubaba Cerdas, yaitu mengajak sebanyak-banyaknya peserta untuk turut membantu program Tubaba Cerdas.

Penyampaian materi atau pesan selama roadshow dilakukan oleh pihak internal tim Tubaba Cerdas, khususnya tim *local champion*, selain pembicara dari pihak PM angkatan IX yang membawakan materi tentang tugas dan kegiatan akan dilakukan selama menjadi guru di daerah Tulang Bawang Barat dan tentang demografis daerah Tulang Bawang.

Hasil sosialisasi informasi program Tubaba Cerdas terlihat dari seberapa banyak peserta sosialisasi yang hadir bergabung ataupun mendaftar mengikuti program Tubaba Cerdas, akan tetapi setelah sosialisasi informasi program selesai tidak ada peserta yang mendaftar, hal ini menunjukkan adanya masalah dalam proses sosialisasi informasi program Tubaba Cerdas.

Fenomena sosialisasi informasi yang dilakukan oleh organisasi Tubaba Cerdas dengan persiapan yang matang, tetapi tidak memperoleh hasil seperti yang diharapkan menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut terkait bagaimana proses sosialisasi yang dilakukannya.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana proses sosialisasi informasi Program Tubaba Cerdas Oleh Organisasi Tulang Bawang Barat Cerdas yang disampaikan melalui kegiatan *roadshow* sebagai upaya pemerataan kualitas pendidikan di Daerah Tulang Bawang Barat?

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan pada sosialisasi program Tubaba Cerdas oleh Organisasi Tulang Bawang Barat Cerdas?
2. Bagaimana *feedback* yang disampaikan komunikan kepada komunikator pada sosialisasi program Tubaba Cerdas oleh Organisasi Tulang Bawang Barat Cerdas?

1.4. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian deskriptif diperlukan kerangka pemikiran sebagai dasar pemikiran dalam melakukan sebuah penelitian. Pada penelitian deskriptif jenis data kualitatif kerangka pemikiran digunakan bukan untuk menguji sebuah teori tetapi hanya sebagai panduan dalam penelitian agar tetap fokus pada masalah yang akan diteliti.

Sosialisasi informasi dalam perspektif komunikasi dapat ditinjau dari berbagai segi, namun kerangka pemikiran dibatasi sesuai dengan posisi studi peneliti pada bidang komunikasi, yaitu pertama, Sosialisasi dalam pandangan komunikasi menurut Anderson, Riddle, dan Martin untuk konsep sosialisasi; kedua, Model Komunikasi Westley dan MacLean untuk konsep proses komunikasi publik dalam penelitian ini.

1.5. Metode dan Tehnik Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis data kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif hanya memaparkan situasi atau suatu peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. (Nazir, 2009:54).

Subjek yang menjadi informan pada penelitian ini berjumlah delapan orang yang dipilih secara purposive, artinya dipilih sesuai kriteria yang ditentukan peneliti dengan pertimbangan tertentu. Tujuh informan tersebut terdiri dari lima orang team Tubaba Cerdas dan tiga orang triangulator yaitu Staff divisi public engagement Indonesia Mengajar, serta officer dari Gerakan Bima Mengajar dan Pemuda Penggerak Desa. Objek penelitian ini merupakan Kegiatan Sosialisasi Program Tubaba Cerdas yang dilakukan oleh Organisasi Tubaba Cerdas yang diteliti menggunakan studi deskriptif.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1. Sosialisasi

Sosialisasi dalam pengertian luas dimaksudkan sebagai proses penyebaran informasi atau konsep baru kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui dan memahami terhadap informasi atau konsep baru tersebut. Sosialisasi tidak bisa dipisahkan dengan komunikasi, karena komunikasi sebagai alat kegiatan sosialisasi, yaitu sebagai jembatan dalam proses penyebarluasan informasi atau program atau konsep-konsep baru yang disosialisasikan terhadap masyarakat. Komunikasi merupakan instrumen penting dalam sosialisasi norma-

norma dan nilai-nilai baru (Nasution, 2007: 100-101).

Anderson, Riddle, dan Martin (dalam Myers; 2007:29) mendefinisikan sosialisasi dari sudut pandang komunikasi, Mereka menyatakan bahwa: "Sosialisasi adalah proses saling mempengaruhi yang berlangsung dua arah (saya mengatakan kepada anda agar anda menyukai ide saya, dan anda mengatakan kepada saya agar saya mengembangkan ide tersebut) dan mengubah sikap kelompok agar dapat menggunakan pesan verbal dan non verbal untuk menciptakan budaya kelompok yang baru dan unik.

Menurut Syam (2012:79) dalam hubungannya dengan komunikasi identik dengan interaksi komunikasi, sosiologi pun memiliki istilah, yakni interaksi sosial dimana manusia dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya, baik secara individu maupun kelompok. Menurut Narwoko dan Suryanto (2011:16) secara teoritis, sekurang-kurangnya ada 2 (dua) syarat bagi terjadinya suatu interaksi sosial, yaitu terjadinya kontak sosial dan komunikasi. Terjadinya suatu kontak sosial tidaklah semata-mata tergantung dari tindakan, tetapi juga bergantung pada adanya tanggapan terhadap tindakan tersebut. Sementara aspek terpenting dari komunikasi adalah bila seseorang memberikan tafsiran pada sesuatu yang disampaikan kepadanya.

MacBride (dalam Effendy, 2009: 31) menjelaskan tentang komunikasi dipandang dalam arti yang lebih luas bukan hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar fakta dan ide, maka fungsinya dalam sosialisasi adalah:

"Sosialisasi (permasayarakatan) : Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar

akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.”

Menurut David A. Goslin (dalam Ihromi, 2004:30) menjelaskan bahwa “Sosialisasi adalah proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.

Dari pernyataan David A. Goslin tersebut dapat disimpulkan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami, menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif didalam kelompok masyarakat.

2.2. Komunikasi Publik

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Komunikasi public (*Public Communication*) adalah salah satu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar (Cangara, 2012:38). Komunikasi public biasanya berlangsung secara formal atau lebih sulit dari pada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok karena komunikasi public menuntut pesan persiapan pesan yang cermat. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, *public speaking*, ceramah atau kuliah umum.

2.3. Model Komunikasi Westley dan MacLean

Untuk menjelaskan proses komunikasi dalam sosialisasi program Tubaba Cerdas, penelitian ini menggunakan model komunikasi Westley dan MacLean. Model Westley dan MacLean merumuskan model yang mencakup komunikasi antarpribadi dan

komunikasi massa, dan memasukkan umpan balik sebagai bagian dari integral dari proses komunikasi.

Model ini dipengaruhi model Newcomb, model Lasswell dan model Shannon dan Weaver. Dalam model ini mereka menambahkan jumlah peristiwa, gagasan, objek dan orang yang tidak terbatas yang semuanya merupakan objek orientasi, menempatkan suatu peran (C) di antara (A) dan (B) dan menyediakan umpan balik. Perbedaan dalam umpan balik yang akan membedakan komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa. Umpan balik dari penerima bersifat segera dalam komunikasi antarpribadi, sementara dalam komunikasi massa bersifat minimal/tertunda.

Dalam model ini terdapat lima unsur, yaitu: objek orientasi, pesan, sumber, penerima, dan umpan balik. Sumber (A) menyoroti suatu objek atau peristiwa tertentu dalam lingkungannya (X) dan menciptakan pesan mengenai hal itu (X') yang ia kirimkan kepada penerima (B). Pada gilirannya, penerima mengirimkan umpan balik (fBA) mengenai pesan kepada sumber.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Penyampaian Pesan dari Komunikator ke Komunikan dalam Roadshow Tubaba Cerdas

Proses penyampaian pesan pesan dari komunikator ke komunikan dalam *roadshow* sosialisasi Tubaba Cerdas dilakukan secara tatap muka atau disampaikan langsung dari Komunikator ke komunikan hal ini disampaikan oleh Conang:

“Untuk cara penyampaian materi dilakukan secara langsung, dengan cara pemaparan materi langsung dari pembicara ke peserta. Kita berikan pemaparan materi dari *slide show* atau bahan yang telah

kita siapkan lalu kita jelaskan kepada peserta yang hadir”¹

Dalam menyampaikan pesan pada Roadshow Tubaba Cerdas, Para Komunikator melakukan dengan cara mempresentasikan data atau materi presentasi yang telah disiapkan sebelumnya secara langsung kepada peserta yang hadir, hal ini bertujuan agar peserta yang hadir dapat mengetahui secara langsung apa itu Tubaba cerdas dan bagaimana kondisi lapangan di daerah Tulang Bawang Barat. Selanjutnya dijelaskan oleh Andreyas mengenai proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan:

“Proses penyampaian pesan dilakukan lebih berbicara dua arah, kami saling *share* dan saling berbagi. Kami menyampaikan keadaan yang ada dilapangan saat ini dengan cara mempresentasikan kepada peserta, kemudian diakhir kami buka sesi tanya jawab untuk mendengar tanggapan atau respon dari mereka mengenai apa yang kami sampaikan aatau kami paparkan sebelumnya.”²

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa proses penyampain pesan lebih berupa presentasi dari pembicara kepada peserta berupa pemaparan materi melalui presentasi dan juga saling berbagi informasi dari komunikator ke komunikan. Setelah menyampaikan materi kemudian, dibuka sesi tanya jawab kepada peserta untuk mengetahui sejauh mana peserta mengetahui tentang materi yang disampaikan atau dalam hal ini informasi tentang Tubaba Cerdas dan memberikan

kesempatan kepada peserta yang kurang mendapat informasi agar lebih paham dan dapat mendapat informasi secara lebih mendalam.

Selain menyampaikan pesan dengan menpresentasikan materi atau slide show tentang Tubaba Cerdas, Kemis juga menambahkan:

“Selain adanya sesi cerama atau pemaparan materi melalui slide show, kami juga tampilkan kata-kata bijak dari para penggerak pendidikan, kami juga menayangkan video-video testimonial dari pejabat seperti bapak Bupati dan Juga Menteri Pendidikan Pak Anies Baswedan mengenai Program Tubaba Cerdas, selain itu juga kami tampilkan beberapa foto-foto mengenai wilayah Tulang Bawang Barat lalu terakhir ada sesi tanya jawab”³

Penyampain pesan dari komunikator ke komunikan atau dalam hal ini dari pembicara kepada peserta lenih menggunakan presentasi langsung atau tatap muka dimana materi disampaikan dari *slide show* yang telah disiapkan yang berisi data-data, fakta dari Tubaba Cerdas dan juga gambar-gambar dan video testimoni dari pejabat setempat mengenai program Tubaba Cerdas dan juga, roto-foto dan video-video kegiatan dari para PM selama masih mengajar di daerah Tulang Bawang Barat dan juga orasi-orasi mengenai nilai-nilai sosial berupa peduli pendidikan, relawan dan pengabdian.

Tujuan dari seluruh penyampaian pesan ini guna untuk menginformasi peserta tentang adanya organisasi Tubaba Cerdas dan juga program Tubaba Cerdas yang mengajak para masyarakat untuk

¹ Wawancara dengan Conang, 16 Agustus 2016

² Wawancara dengan Andreyas, 15 Agustus 2016

³ Wawancara dengan Kemis, 15 Agustus 2016

meratakan kualitas pendidikan di daerah Tulang Bawang Barat dengan cara ikut dan menjadi bagian dari Program Pengajar Cerdas, Tubaba Cerdas.

3.2. Proses Komunikasi dalam Roadshow Program Tubaba Cerdas

Aktivitas komunikasi dalam Sosialisasi Program Tulang Bawang Barat Cerdas melalui *roadshow* Tulang Bawang Barat Cerdas tergolong komunikasi primer, Dimana proses penyampaian pesan dilakukan tatap muka antara komunikator dan komunikan. Untuk menjelaskan proses komunikasi yang berlangsung dalam pelaksanaan *roadshow* ini, peneliti menggunakan Model Westley dan MacLean. Model ini mencakup komunikasi antar pribadi dalam menggunakan komunikasi massa yang menggunakan *feedback* dalam prosesnya, terdapat lima unsur dalam Model Westley dan MacLean, yaitu objek orientasi, pesan, sumber, penerima dan umpan balik.

3.2.1. Objek Orientasi dalam Roadshow Program Tubaba Cerdas

Objek orientasi yang di maksud dalam *roadshow* program Tubaba Cerdas sesuai dengan yang di maksudkan oleh Westley dan MacLean adalah peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi di daerah sekitar komunikan dan komunikator, serta latar belakang dari komunikator dan komunikan dalam membuat dan menerima pesan yang akan disampaikan saat sosialisasi.

Objek orientasi yang ada dalam *roadshow* Tubaba Cerdas adalah keadaan pendidikan di daerah Tulang Bawang Barat sebelum dan setelah adanya PM dari IM dan juga dampak adanya gerakan IM di daerah Indonesia serta adanya program Tubaba Cerdas sebagai gerakan yang hadir setelah adanya PM di daerah Tulang Bawang Barat.

3.2.2. Pesan dalam Roadshow Program Tubaba Cerdas

Pesan dalam komunikasi merupakan hal yang penting sebab ini menjadi materi atau bahan yang akan disampaikan dari komunikator ke komunikan. Dalam kegiatan sosialisasi ini, pesan-pesan yang disampaikan kepada komunikan mengenai apa itu organisasi Tubaba Cerdas dan Program Tubaba Cerdas. Mulai dari sejarah berdiri, visi dan misi, arah gerakan, struktur organisasi, program Tubaba Cerdas hingga cara pendaftaran dari Program Tubaba Cerdas sendiri.

Pesan-pesan yang disampaikan ini menjadi tujuan diadakannya sosialisasi dari Program Tubaba Cerdas, yakni, agar masyarakat wilayah Lampung menjadi tahu tentang adanya Program Tubaba Cerdas dengan harapan masyarakat mau menjadi bagian dari program ini. Penyampaian pesan ini bertujuan untuk untuk mengajak komunikan agar turut bekerja dan turun menjadi bagian dari program ini untuk itu diselipkan beberapa nilai-nilai sosial agar komunikan lebih tergugah dan mau memajukan pendidikan di daerah Tulang Bawang Barat.

Pesan-pesan yang disampaikan dalam sosialisasi ini dibagi menjadi tiga bagian, dari sejarah Tubaba Cerdas, gambaran tentang Organisasi Tubaba Cerdas dan Program Tubaba Cerdas. Selain itu juga disampaikan nilai-nilai tentang peduli pendidikan, kerelawanan, dan juga pengabdian, dimana diharapkan ini akan menggugah peserta yang hadir agar lebih peduli dan mau bergabung dalam program Tubaba Cerdas ini.

3.2.3. Sumber dalam Roadshow Program Tubaba Cerdas

Sumber atau pembicara dalam istilah komunikasi disebut sebagai

“Komunikator”. Dalam *roadshow* program Tubaba Cerdas, pihak yang menjadi komunikator adalah Pengelola dari Tubaba Cerdas dan PM angkatan IX sebagai komunikator tamu. Penentuan komunikator-komunikator yang akan menjadi pembicara berdasarkan diskusi dan telah ditentukan sebelumnya bersama-sama oleh team Tubaba Cerdas.

Dalam menentukan komunikator baik dari pihak dari team Tubaba Cerdas maupun dari pihak Pengajar Muda tidak memiliki kriteria-kriteria khusus. Walaupun memang penentuan komunikator dipilih berdasarkan dari hasil diskusi, tetapi tetap ada beberapa kriteria-kriteria tertentu walaupun tidak ada yang khusus. Hal ini agar nanti komunikasi lebih mudah menjelaskan materi kalau ia sudah sesuai dengan kriteria yang kita tentukan. Walaupun tidak memiliki kriteria khusus, namun para komunikator harus mengetahui secara jelas dan pasti mengenai materi apa yang akan mereka sampaikan.

3.2.4. Penerima dalam *Roadshow* Program Tubaba Cerdas

Komunikasi atau dalam konteks ini adalah para peserta yang hadir saat *roadshow* program Tubaba Cerdas di Unila dan UMM. Dalam merancang pesan dalam komunikasi publik, team Tubaba Cerdas sebagai komunikator harus mengetahui terlebih dahulu siapa saja komunikasi atau peserta yang akan hadir dalam Sosialisasi ini. Komunikasi juga merupakan target utama dalam sosialisasi ini, tujuannya agar mereka tahu tentang adanya program Tubaba Cerdas ini sendiri.

Target sasaran dari *roadshow* Tubaba Cerdas adalah para sarjana-sarjana dari seluruh bidang atau seluruh jurusan di wilayah Lampung tanpa membatasi lingkup pendidikan mereka, tidak mesti dari lulusan FKIP bisa dari seluruh jurusan asalkan mereka memiliki niat untuk dapat

bergabung dengan program Tubaba Cerdas.

Selain dari sarjana-sarjana target peserta juga civitas akademik atau para pemangku kepentingan di kampus, civitas akademika, dan juga masyarakat umum yang tertarik untuk bergabung menjadi bagian dari program Tubaba Cerdas dan juga dapat membantu Tubaba Cerdas dalam menyampaikan kepada khalayak luas tentang program dan organisasi Tubaba Cerdas di wilayah Lampung. Target peserta dalam *roadshow* Tubaba Cerdas selain dari sarjana-sarjana juga para civitas akademika, dari dosen, pegawai kampus, rektor hingga dekan. Hal ini karena tujuan dari sosialisasi sendiri untuk mengenalkan program Tubaba Cerdas kepada masyarakat Lampung khususnya mereka yang memiliki ketertarikan dibidang pendidikan.

3.2.5. *Feedback* yang disampaikan Komunikasi kepada Komunikator

Umpan balik atau *feedback* merupakan tanggapan yang diberikan komunikasi kepada komunikator pada saat penyampaian pesan. Umpan balik dibagi menjadi dua, yaitu umpan balik langsung dan juga umpan balik tidak langsung.

Umpan balik langsung disini, adalah umpan balik yang langsung diberikan komunikasi atau disini peserta kepada komunikator atau pembicara saat terjadi penyampaian materi. Karena penyampaian materi saat *roadshow* disampaikan secara langsung atau *face to face* dari pembicara ke peserta, sehingga *feedback* dapat dirasakan atau dilihat langsung oleh pembicara. Andreyas menyatakan bahwa “Penyampaian pesan itu lebih berbicara dua arah, kami saling share dan saling berbagi” sehingga dengan proses komunikasi dua arah atau langsung komunikasi dapat merasakan langsung *feedback* yang diberikan komunikasi kepada komunikator.

Feedback langsung berupa tanya jawab saat *roadshow* tidak hanya diberikan dari peserta yang datang, tapi juga dari civitas akademik atau dosen yang ada saat itu. Hal ini menggambarkan bawahan materi yang disampaikan menarik sehingga seluruh orang yang hadir dalam *roadshow* ingin bertanya terhadap materi yang disampaikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang organisasi maupun program dari Tubaba Cerdas.

Selain *feedback* langsung, dalam *roadshow* ini juga memiliki *feedback* tidak langsung. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan umpan balik tidak langsung adalah tanggapan yang tertunda dari peserta dalam bentuk mau bergerak dan mau membantu serta ikut serta dalam program Tubaba Cerdas. Umpan balik tertunda bisa seperti tanggapan dari peserta untuk mendaftar menjadi Pengajar Cerdas Tubaba Cerdas atau turut membantu Tubaba Cerdas dalam menyampaikan kepada khalayak luar tentang adanya program Tubaba Cerdas ini.

Delay feedback ini bisa menjadi salah satu nilai ukur keberhasilan dari komunikasi yang dilakukan komunikator ke komunikan dimana mereka mengajak komunikan untuk turut andil dalam membantu gerakan program ini. Selain itu bentuk *delay feedback* juga dapat diukur oleh komunikator melalui komunikan yang mendaftar menjadi Pengajar Cerdas, sebab salah satu tujuan diadakannya sosialisasi ini selain untuk mengenalkan program Tubaba Cerdas juga mengajak para peserta untuk ikut menjadi bagian dalam Tubaba Cerdas. Selanjutnya dijelaskan oleh Bapak Conang:

“Emang belum ada indikator-indikator pasti mengenai keberhasilan atau kesuksesan dari sosialisasi ini, tapi nanti kita bisa lihat diakhir atau saat pendaftaran para calon Pengajar Cerdas. Kalau dari peserta banyak yang berasal

dari sosialisasi, itu tandanya kita berhasil mengajak dan menyakinkan peserta untuk bergabung bersama kita, itu juga artinya pesan yang kita sampaikan sampai ke peserta yang hadir”⁴

Sesuai dengan penjelasan Bapak Conang untuk melihat *delay feedback* dari peserta yang hadir dapat dilihat saat pendaftaran calon Pengajar Cerdas, dengan banyaknya komunikan yang mendaftar menjadi Pengajar Cerdas maka kesuksesan komunikator dalam mengajak dan menyampaikan pesan saat sosialisasi dapat diukur berhasil sebab mampu mengajak dan menggerakkan para peserta yang hadir untuk turut serta dalam memperbaiki masalah pendidikan di Tulang Bawang Barat.

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Simpulan

Kegiatan sosialisasi program Tubaba Cerdas dilaksanakan dalam bentuk *roadshow* di kampus-kampus di Universitas Lampung dengan target peserta alumni serta sarjana-sarjana di kampus tersebut. Tim Tubaba Cerdas dalam sosialisasi Tubaba Cerdas menyampaikan pesan atau materi melalui *talk show* dan presentasi materi dari komunikator, penyampaian materi dilakukan melalui presentasi secara tatap muka dengan peserta. Komunikator dalam sosialisasi ini adalah pengelola Tubaba Cerdas dan Pengajar Muda (PM) Indonesia Mengajar (IM) angkatan IX. Materi pesan yang disampaikan dalam sosialisasi ini mengenai sejarah, visi-misi, tujuan, struktur organisasi, arah gerakan, dan program Tubaba Cerdas. Komunikan atau peserta dari sosialisasi ini adalah mahasiswa di Universitas-universitas di Lampung serta

⁴ Wawancara dengan Conang Hendro Leksono, 16 Agustus 2016

masyarakat umum. Tujuan diadakannya sosialisasi sendiri untuk mengenalkan organisasi Tubaba Cerdas kepada masyarakat Lampung dan membangun *awareness* publik untuk peduli dan memajukan pendidikan di daerah Lampung khususnya Kab. Tulang Bawang Barat, serta untuk mengajak para sarjana-sarjana di Lampung untuk ikut bergabung dan mendaftar program Tubaba Cerdas.

4.2. Saran

Dalam menyiapkan kegiatan sosialisasi, sebaiknya tim Tubaba Cerdas mengetahui terlebih dahulu siapa saja sasaran utama atau target peserta yang menjadi tujuan akhir kegiatan mereka, sehingga dalam menentukan media sosialisasi serta tempat sosialisasi dapat menyesuaikan target peserta yang mereka sasar. Agar hasil yang diinginkan dari kegiatan sosialisasi dapat maksimal dan sesuai dengan hasil yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagong, Suyanto J. Dwi Narwoko. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Creswell, J. W. 2010. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: Sage Publication
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ihromi, 2004. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Myers, Scott A. 2007. *The Fundamental of Small Group Communication*. United Kingdom: SAGE Publication.
- Nasution, Z. 2007. *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nazir, Mohammad. 2009. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia
- Syam, N. W. (2012). *Sosiologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.