

Strategi Komunikasi PT Jasa Raharja Riau Dalam Sosialisasi Program JR Mengajar Di Stikes Tengku Maharatu

Sonya Marunjung Putri Hsb¹, Tantri Puspita Yazid²

^{1,2} Universitas Riau, Pekanbaru/Indonesia

sonya.marunjung6257@student.unri.ac.id, tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

The high rate of traffic accidents among young people, especially university students, encouraged PT Jasa Raharja, a state-owned enterprise, to implement the educational program “JR Mengajar” as part of its Corporate Social and Environmental Responsibility (TJSL). The program aims to increase traffic safety awareness while also supporting students’ soft skills development. This study analyzes the communication strategy of PT Jasa Raharja Riau in promoting the JR Mengajar program at STIKes Tengku Maharatu. A qualitative approach was employed, with data collected through in-depth interviews involving six purposively selected informants. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, and data validity was ensured through triangulation. The findings show that the communication strategy includes selecting communicators who are credible, appealing, authoritative, and relevant to the material delivered. The target audience was determined through institutional collaboration with the university. Messages were tailored to the needs and characteristics of students, while the main communication channel used was face-to-face interaction supported by interactive methods. Audience responses were managed through open discussion sessions. The study concludes that a structured communication strategy aligned with audience context significantly enhances message effectiveness. It is recommended that similar programs consider communicator suitability and delivery methods to achieve optimal outcomes.

Keywords: Communication Strategy, JR Mengajar, PT Jasa Raharja, TJSL

ABSTRAK

Tingginya angka kecelakaan lalu lintas di kalangan anak muda, terutama mahasiswa, mendorong PT Jasa Raharja, sebuah badan usaha milik negara, untuk melaksanakan program edukasi “JR Mengajar” sebagai bagian dari Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSL). Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran keselamatan lalu lintas sekaligus mendukung pengembangan soft skills mahasiswa. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi PT Jasa Raharja Riau dalam mempromosikan program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu. Pendekatan kualitatif digunakan, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang melibatkan enam informan yang dipilih secara purposif. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, dan validitas data dipastikan melalui triangulasi. Temuan menunjukkan bahwa strategi komunikasi tersebut meliputi pemilihan komunikator yang kredibel, menarik, berwibawa, dan relevan dengan materi yang disampaikan. Target audiens ditentukan melalui kerja sama institusi dengan universitas. Pesan disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik mahasiswa, sementara saluran komunikasi utama yang digunakan adalah interaksi tatap muka yang didukung oleh metode interaktif. Tanggapan audiens dikelola melalui sesi diskusi terbuka. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi terstruktur yang selaras dengan konteks audiens secara signifikan meningkatkan efektivitas pesan. Disarankan agar program serupa mempertimbangkan kesesuaian komunikator dan metode penyampaian untuk mencapai hasil yang optimal.

Kata kunci: JR Mengajar, PT Jasa Raharja, Strategi komunikasi, TJSL

PENDAHULUAN

Keselamatan lalu lintas merupakan isu yang terus menjadi perhatian penting, terutama di kalangan generasi muda seperti pelajar dan mahasiswa yang menjadi kelompok paling rentan terhadap kecelakaan di jalan raya. Berdasarkan data dari Korlantas Polri yang dikutip Kementerian Perhubungan tahun 2023 (Publik, 2023), tercatat bahwa setiap jam sekitar tiga hingga empat orang meninggal dunia akibat kecelakaan lalu lintas, dengan rentang usia 15–24 tahun sebagai kelompok korban terbanyak. Dari sisi jenis kendaraan, sepeda motor mendominasi insiden kecelakaan sebesar 74,35 persen. Faktor-faktor seperti kurangnya kewaspadaan, pelanggaran lalu lintas, dan rendahnya kesadaran keselamatan menjadi penyebab utama.

Sebagai upaya untuk menekan angka kecelakaan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keselamatan berlalu lintas, Perseroan Terbatas (PT) Jasa Raharja sebagai bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki peran penting dan mandat khusus terkait asuransi kecelakaan lalu lintas dalam memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, salah satunya melalui program JR Mengajar.

PT Jasa Raharja merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang memiliki mandat khusus untuk menyelenggarakan program perlindungan jaminan sosial, khususnya bagi masyarakat yang menjadi korban kecelakaan lalu lintas jalan maupun penumpang angkutan umum. Operasional perusahaan ini berlandaskan pada dua regulasi utama, yaitu Undang-Undang Nomor 33 Tahun 1964 tentang Jaminan Kecelakaan Penumpang Kendaraan Bermotor dan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. Kedua undang-undang tersebut memberikan tanggung jawab kepada Jasa Raharja untuk menyalurkan santunan dan perlindungan finansial kepada korban kecelakaan, sebagai bentuk nyata dari peran negara dalam menjamin keselamatan dan kesejahteraan warganya di sektor transportasi.

Sebagai lembaga yang menjalankan amanah negara, Jasa Raharja tidak hanya berperan dalam memberikan santunan setelah kecelakaan terjadi, tetapi juga aktif menjalankan program-program preventif yang bertujuan untuk menekan angka kecelakaan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keselamatan berlalu lintas. Pada tahun 2024, dikutip dari media sosial instagram @Pt_jasaraharja, Jasa Raharja berhasil meraih penghargaan sebagai *Best BUMN Awards 2024* kategori *Holding/Social Insurance* dalam ajang *Indonesia BUMN Awards 2024* yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi di Jakarta, Penghargaan ini dianugerahkan atas upaya perusahaan dalam

meningkatkan kepatuhan masyarakat melalui berbagai program inovatif dan layanan yang berkualitas. Jasa raharja hadir bukan hanya dalam pasca kecelakaan yang dialami oleh masyarakat, tapi juga ikut andil untuk mencegah dengan berbagai program edukasi untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya keselamatan berlalu lintas salah satunya program JR Mengajar.

Program JR Mengajar merupakan bagian dari kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Jasa Raharja yang menyasar mahasiswa sebagai sasaran utama. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran keselamatan berlalu lintas serta membekali mahasiswa dengan *soft skill* yang relevan untuk menghadapi dunia kerja. Program ini secara khusus menargetkan mahasiswa sebagai audiens utama karena mereka dianggap memiliki kematangan, kemandirian, dan sikap yang lebih independen. Hal ini selaras dengan misi Tridarma Perguruan Tinggi, yang mendorong kontribusi aktif dalam bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Supit et al., 2023) yang menekankan pentingnya *soft skill* seperti komunikasi, kepemimpinan, dan kerja sama dalam menunjang kesiapan karier. Selain itu, menurut (Purwoastuti, 2015)), rendahnya penguasaan *soft skill* menjadi salah satu penyebab utama lulusan perguruan tinggi kesulitan masuk ke dunia kerja. Dengan demikian, edukasi yang berfokus pada keselamatan berkendara sekaligus pengembangan karakter menjadi pendekatan strategis yang diambil oleh Jasa Raharja melalui JR Mengajar.

Pelaksanaan JR Mengajar di Pekanbaru telah dilakukan di tujuh kampus, termasuk Universitas Riau, Universitas Lancang Kuning, Universitas Pahlawan, LP3I, dan STIKes Tengku Maharatu. Di antara semua kampus tersebut, STIKes Tengku Maharatu dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik mahasiswa vokasional dan berbasis praktik. Hal ini menjadi pertimbangan penting dalam merancang strategi komunikasi yang lebih kontekstual dan aplikatif. Berdasarkan observasi, pendekatan yang digunakan di STIKes menekankan metode penyampaian yang lebih interaktif, seperti sesi diskusi, studi kasus, dan tips wawancara kerja yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa tingkat akhir. Tidak hanya itu, gaya komunikasi komunikator pun dirancang agar lebih santai dan komunikatif untuk menciptakan suasana yang tidak kaku, namun tetap substantif.

Program JR Mengajar tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan tentang keselamatan berlalu lintas, tetapi juga berfungsi sebagai media strategis dalam

membangun citra positif Jasa Raharja sebagai institusi yang peduli terhadap generasi muda. Dalam konteks strategi komunikasi, pemilihan komunikator yang kredibel, penyusunan pesan yang sesuai dengan audiens, pemilihan saluran komunikasi yang efektif seperti tatap muka interaktif, serta pengelolaan respon audiens menjadi aspek-aspek krusial yang menentukan keberhasilan program. Menurut (Iriantara, 2004) keberhasilan komunikasi strategis ditentukan oleh keterpaduan unsur komunikator, pesan, saluran, khalayak, dan respon dalam suatu sistem yang berlangsung dalam konteks budaya tertentu.

Melalui pelaksanaan program ini, PT Jasa Raharja tidak hanya menjalankan mandatnya sebagai penyedia perlindungan kecelakaan lalu lintas, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan manusia yang berkelanjutan. Program ini juga selaras dengan prioritas TJSL BUMN dan *Sustainable Development Goals* (SDGs) bidang pendidikan. Dengan kata lain, JR Mengajar adalah bukti bahwa komunikasi yang strategis dapat menjadi jembatan antara misi sosial perusahaan dan kebutuhan nyata masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk meneliti secara lebih mendalam bagaimana strategi komunikasi dijalankan oleh PT Jasa Raharja dalam menyosialisasikan program ini, terutama di STIKes Tengku Maharatu, agar dapat menjadi model bagi pelaksanaan program serupa di masa depan.

Sebagai landasan dan referensi penelitian ini, ada beberapa yang menjadi acuan dalam penelitian ini, yaitu epenelitian yang berjudul Strategi Komunikasi PT Jasa Raharja Cabang D.I. Yogyakarta dalam Program Millennial Road Safety oleh Devin Airlangga dan Pratiwi Wahyu Widiarti/ Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2022 memiliki persamaan dengan penelitian ini, sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, membahas program dari instansi yang sama yaitu PT Jasa Raharja kemudian sama-sama membahas sebuah strategi komunikasi program.

Kedua, penelitian dengan judul Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (Csr) PT Jasa Raharja Cabang Riau Dalam Membina Kemitraan Umkm Kota Pekanbaru oleh Elisa Roza pada tahun 2020 memiliki kesamaan dengan peneliti yaitu membahas strategi komunikasi program Tanggung jawab sosial dan lingkungan dari instansi yang sama yaitu PT Jasa Raharja Cabang Riau, kemudian sama – sama menggunakan model komunikasi strategis untuk landasan teori dalam penelitian.

Ketiga dengan judul Strategi Promosi Dan Komunikasi “Uin Suska Mengajar” Dalam Meningkatkan Kesadaran Publik Mengenai Pendidikan oleh Marda Al Hayyuni

dan Genny Gustina Sari pada tahun 2020 memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu bagian topik penelitian tentang program “mengajar” yaitu kegiatan untuk merubah perilaku, kemudian sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Kemudian secara keseluruhan Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sejenis terdahulu secara keseluruhan perbedaannya ialah penelitian mengkaji program JR Mengajar, yang merupakan inisiatif TJSL bidang pendidikan yang belum pernah diteliti sebelumnya dalam konteks PT Jasa Raharja. Ini mengisi kesenjangan penelitian dalam memahami bagaimana perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial di bidang pendidikan karena sebagian besar penelitian yang dirujuk mengkaji jenis program TJSL lain (kemitraan UMKM, program lingkungan, dll), sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji inisiatif pendidikan, menangani area yang belum banyak dieksplorasi dalam upaya tanggung jawab sosial PT Jasa Raharja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT Jasa Raharja Riau dalam sosialisasi program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses, strategi, dan dinamika komunikasi yang terjadi dalam konteks program tanggung jawab sosial perusahaan. Subjek dalam penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan program, termasuk perwakilan dari PT Jasa Raharja Riau dan pihak STIKes Tengku Maharatu, sedangkan objek penelitian adalah strategi komunikasi yang digunakan dalam program JR Mengajar.

Penelitian dilaksanakan di Kota Pekanbaru, dengan lokasi utama di kantor PT Jasa Raharja Cabang Riau dan STIKes Tengku Maharatu sebagai institusi tempat program dilaksanakan. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Agustus hingga Desember 2024. Teknik pengambilan informan dilakukan secara *purposive*, Pendekatan ini melibatkan pemilihan individu berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006). Teknik *purposive* ini menjamin bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan yang relevan dengan fokus penelitian, sehingga dapat memberikan data yang kaya dan bermakna yang berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut maka total informan berjumlah enam orang,

dengan kriteria, pertama, Penanggung jawab bagian TSJL karena program JR mengajar merupakan bagian dari TJSL bidang pendidikan serta terlibat langsung dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi ketika program JR mengajar dilaksanakan. Kedua, Staff yang pernah menjadi pembicara atau komunikator pada pelaksanaan program JR mengajar. Ketiga, Penanggung jawab program JR mengajar dari kampus yang bekerja sama dengan PT Jasa Raharja Riau. Keempat, Mahasiswa STIKes Tengku maharatu yang mengikuti dan berpartisipasi dalam program JR Mengajar

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung saat pelaksanaan kegiatan, serta dokumentasi berupa foto, video, dan bahan presentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali data secara lebih fleksibel sesuai dengan respons informan. Untuk menjamin keabsahan data, teknik triangulasi digunakan dengan membandingkan data hasil wawancara, hasil observasi lapangan, dan dokumen pendukung. Seluruh data dianalisis menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana strategi komunikasi dirancang, dijalankan, serta dinilai efektivitasnya dalam menyampaikan pesan program edukatif kepada khalayak mahasiswa sebagai target utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Jasa Raharja Riau menerapkan strategi komunikasi yang cukup terstruktur dalam menyosialisasikan program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu. Proses penyusunan strategi diawali dengan penentuan komunikator yang dipilih secara langsung oleh kantor pusat PT Jasa Raharja. Penunjukan tersebut didasarkan pada kriteria kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan komunikator. Kredibilitas terlihat dari pengalaman dan penguasaan materi, sedangkan daya tarik dilihat dari kemampuan komunikator dalam membangun interaksi yang komunikatif dengan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pendapat (Brent D. Ruben & Lea P. Stewart, 2013) bahwa efektivitas komunikator sangat bergantung pada tingkat kesamaan, pengalaman, dan cara penyampaian pesan yang relevan bagi audiens.

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dalam hal ini, STIKes Tengku Mahartu

sebagai lokasi pengamatan penelitian, pemilihan komunikator yang dilakukan dengan mempertimbangkan daya tarik sumber yang dimiliki, pelaksanaan program ini pada tahun 2024 berubah drastis dalam hal pemilihan komunikator. pemilihan komunikator dalam program *JR Mengajar* mengalami pergeseran strategi antara tahun 2023 dan 2024. Pada tahun 2023, pemilihan pemateri lebih bersifat sukarela dan berdasarkan kolaborasi program lain, di mana tidak terdapat sistem penilaian formal terhadap individu yang terlibat. Komunikator dipilih berdasarkan ketersediaan waktu, pengalaman pribadi yang relevan dengan tema, serta kesediaan untuk berbagi di hadapan mahasiswa. Hal ini mencerminkan pendekatan awal yang masih bersifat uji coba dan eksploratif sebelum program diperluas ke seluruh kabupaten/kota di Provinsi Riau.

Namun, pada tahun 2024, telah terjadi perubahan kebijakan dari kantor pusat Jasa Raharja, di mana keterlibatan pegawai sebagai komunikator dalam program ini mulai diintegrasikan ke dalam sistem penilaian kinerja individu atau *Career Success Score (CSS)*. Komunikator yang terlibat tidak hanya memperoleh sertifikat sebagai bentuk apresiasi, tetapi juga poin tambahan dalam rekam jejak karir yang disimpan di *Human Capital (HC)* kantor pusat. Perubahan ini menunjukkan bahwa pemilihan komunikator tidak lagi semata-mata berdasarkan kesukarelaan atau kedekatan informal, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pengembangan karir pegawai dan penguatan peran aktif dalam program *Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)*. Strategi ini secara tidak langsung juga berdampak pada peningkatan kualitas komunikator, karena mereka kini lebih termotivasi untuk tampil maksimal dan profesional dalam menyampaikan materi, demi mendapatkan pengakuan formal dari institusi.

Pelaksanaan program JR Mengajar di Stikes Tengku Maharatu pada tahun 2024, yang menjadi komunikator nya adalah Imelda Kusumastuti selaku Staff TJSL sekaligus penanggung jawab program JR Mengajar, ia dipilih langsung oleh kantor pusat Jasa Raharja untuk menjadi pemateri. Kantor pusat melalui surat perintah Kepala Cabang Riau, memberikan penugasan langsung. Pemilihan komunikator untuk program *JR Mengajar* di STIKes Tengku Maharatu tidak dilakukan secara acak. Sebaliknya, pemilihan tersebut dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan daya tarik personal seperti memiliki kesamaan atau kedekatan dengan komunikan, baik dari segi usia, latar belakang, cara berbicara, maupun pendekatan personal.

Kemudian, Pentingnya kredibilitas dalam pemilihan komunikator sangat menentukan keberhasilan proses komunikasi. Dalam komunikasi edukatif seperti program

JR Mengajar, kredibilitas bukan hanya soal status jabatan, tetapi mencakup unsur kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika seorang komunikator (McCroskey dalam Cangara, 2014). Komunikator yang kredibel akan lebih mudah mendapatkan perhatian, membangun kepercayaan, dan mempengaruhi sikap serta pemahaman audiens.

Dalam pelaksanaan program *JR Mengajar* di STIKes Tengku Maharatu Imelda selaku komunikator menunjukkan kompetensi yang tinggi melalui penguasaan materi yang dibawakan dan pengalaman langsung dalam pelaksanaan program sejak tahun 2023. Meskipun secara struktural hanya staf, ia diberi tanggung jawab penuh untuk menangani program TJSJ bidang pendidikan, yang menandakan adanya kepercayaan institusi terhadap kemampuan profesionalnya. Kompetensinya juga tercermin dari keterlibatannya dalam seluruh tahapan pelaksanaan program, dari perencanaan hingga eksekusi. Pemilihan komunikator berdasarkan kompetensi dari relevansi pengalaman komunikator terhadap tema yang diangkat. dalam kegiatan di STIKes Tengku Maharatu, Imel sendiri ditunjuk sebagai pemateri untuk membawakan materi terkait *tips dan trik wawancara kerja*. Penunjukan ini bukan hanya karena perannya sebagai koordinator program saja, tetapi juga karena penguasaannya terhadap materi serta pengalamannya dalam dunia kerja, yang dianggap relevan dan bermanfaat langsung bagi mahasiswa tingkat akhir.

. Kemudian untuk Kekuasaan dari seorang komunikator adalah yang memiliki atau mempunyai jabatan atau kedudukan yang dimiliki seseorang. Sehingga memberikan pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi komunikan atau masyarakat. Selain itu, kekuatan seorang komunikator juga harus mampu dalam mengendalikan emosi pendengarnya. Itu berarti komunikator tidak boleh terbawa suasana dan emosi ketika menanggapi komunikannya agar tujuan program ini dapat tercapai. Kemudian yang menjadi kekuatan adalah bagaimana pesan yang disampaikan oleh komunikator sampai dan target kegiatannya tercapai.

Pemilihan komunikator dalam program *JR Mengajar* tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui mekanisme struktural berdasarkan kekuasaan organisasi, seperti Status Kepegawaian sebagai salah satu syarat utama untuk menjadi pemateri dalam program ini adalah bahwa komunikator harus merupakan pegawai tetap dan aktif di PT Jasa Raharja khususnya Cabang Riau. Ketiga aspek ini saling melengkapi dan berperan penting dalam membentuk persepsi positif, mengubah sikap, serta mendorong partisipasi aktif dari audiens.

Penentuan khalayak dalam program JR Mengajar juga dilakukan secara strategis, yaitu melalui kerja sama formal dengan institusi pendidikan tinggi yang ditandai dengan adanya *Memorandum of Understanding* (MoU). STIKes Tengku Maharatu dipilih karena dianggap relevan dengan tema yang akan disampaikan, yakni tips dan trik wawancara kerja bagi mahasiswa vokasi di bidang kesehatan. Pendekatan komunikasi ini sejalan dengan model komunikasi strategis menurut (Iriantara, 2004) yang menekankan pentingnya memahami karakteristik khalayak sebagai dasar penyusunan pesan. Berdasarkan observasi peneliti, pendekatan yang digunakan di kampus ini dirancang lebih aplikatif dibandingkan pelaksanaan di kampus lain, yang sebelumnya menggunakan pendekatan ceramah satu arah dan mendapat respons yang kurang antusias dari mahasiswa. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi PT Jasa Raharja Riau dalam menentukan khalayak sasaran pada program JR Mengajar dilakukan secara struktural dan kontekstual. Secara struktural, kantor pusat menetapkan bahwa mahasiswa merupakan target utama program karena dinilai memiliki kapasitas berpikir kritis dan potensial dalam menyebarluaskan pesan. Secara kontekstual, pemilihan perguruan tinggi dan materi disesuaikan dengan latar belakang dan kebutuhan mahasiswa, sehingga pesan yang disampaikan menjadi relevan, tepat sasaran, dan berdampak.

Pesan dalam program ini disusun dengan menyesuaikan gaya bahasa komunikator dan kebutuhan audiens, menghindari pendekatan yang terlalu teoritis, serta lebih menekankan pada praktik dan pengalaman nyata. Sebuah pesan yang efektif harus jelas, meyakinkan, serta disesuaikan dengan kebiasaan dan gaya hidup audiens. Dalam pelaksanaan di STIKes Tengku Maharatu, materi wawancara kerja yang dibawakan dikaitkan langsung dengan dunia kesehatan, sehingga lebih kontekstual dan mudah diterima mahasiswa. penyusunan pesan dalam program JR Mengajar telah dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan nyata dari khalayak, yaitu mahasiswa. Baik dari sudut pandang pemateri maupun penerima pesan, materi yang disampaikan dirasakan relevan, bermanfaat, dan sesuai dengan tantangan yang dihadapi mahasiswa seperti persiapan memasuki dunia kerja dan pengelolaan stres. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi dalam program ini terletak pada kemampuan komunikator dan tim penyusun materi untuk menyesuaikan isi pesan dengan konteks audiens, sehingga tercipta komunikasi yang lebih efektif, aplikatif, dan bermakna.

Saluran komunikasi yang dipilih adalah metode tatap muka langsung dengan pendekatan interaktif. Diskusi dua arah menjadi metode utama dalam penyampaian

materi, yang memungkinkan mahasiswa untuk berpartisipasi aktif melalui sesi tanya jawab dan studi kasus. Gaya ini berbeda dari model komunikasi massal yang bersifat satu arah, dan lebih mendekati komunikasi kelompok yang dianggap lebih efektif dalam membentuk sikap seperti dikemukakan (Effendy & Onong, 2007). Keberhasilan penggunaan saluran ini juga terlihat dari dokumentasi kegiatan yang menunjukkan partisipasi aktif mahasiswa, seperti dalam sesi tanya jawab dan simulasi wawancara.



Sumber: Tiktok PT Jasa Raharja Riau, 2024
Gambar 2 Sesi Tanya Jawab JR Mengajar

Selain komunikasi langsung, strategi komunikasi program ini juga dilengkapi dengan saluran tidak langsung, seperti dokumentasi kegiatan yang dipublikasikan melalui media sosial resmi PT Jasa Raharja Riau, seperti Instagram, Tiktok, Youtube, dan Media Partner online. Strategi ini memperlihatkan bahwa saluran komunikasi tidak hanya digunakan untuk menjangkau audiens utama (mahasiswa), tetapi juga audiens sekunder seperti masyarakat umum, mitra kampus, dan internal perusahaan, guna membangun reputasi dan akuntabilitas program TJSL.



Sumber: Youtube @Jasa Raharja Riau, 2024
Gambar 2 Dokumentasi Pelaksanaan JR Mengajar

Dalam pelaksanaan program JR Mengajar, PT Jasa Raharja Cabang Riau menggunakan pendekatan komunikasi strategis untuk mengelola respon khalayak, khususnya mahasiswa sebagai peserta kegiatan. Strategi ini tidak hanya berorientasi pada keberhasilan penyampaian materi, tetapi juga bertujuan menciptakan hubungan komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan antara perusahaan dan lingkungan akademik. Berdasarkan teori komunikasi dari Wilbur Schramm, pengelolaan respons khalayak dalam komunikasi sangat berkaitan erat dengan proses *feedback* atau umpan balik. Dalam konteks program JR Mengajar oleh PT Jasa Raharja Riau, konsep ini dijadikan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana strategi komunikasi diterapkan guna memastikan pesan edukatif perusahaan tersampaikan secara efektif kepada mahasiswa sebagai khalayak utama.

Salah satu tantangan utama dalam program edukasi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan benar oleh audiens. Dalam hal ini, strategi mengelola respons sangat penting, karena reaksi atau umpan balik dari mahasiswa akan memberikan indikasi apakah pesan telah diterima dengan baik atau masih perlu penyesuaian. Mengelola respons membantu pihak penyelenggara untuk segera mengetahui jika ada kebingungan atau kesalahan pemahaman, sehingga mereka bisa mengoreksi dan memberikan klarifikasi.

Strategi pengelolaan respons dalam program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu melibatkan penyesuaian suasana dengan menggunakan *ice breaking games* saat audiens mulai kehilangan perhatian, serta memberikan insentif berupa hadiah *doorprize* untuk meningkatkan partisipasi mahasiswa. Imelda juga memastikan audiens merasakan manfaat dari sosialisasi yang diberikan, dengan tujuan agar mahasiswa tetap terlibat aktif dan respons terhadap acara lebih positif. Strategi ini menunjukkan pentingnya menyesuaikan pendekatan komunikasi berdasarkan respons audiens untuk menjaga efektivitas acara. Berdasarkan observasi penulis, Imelda selaku komunikator memang melakukan *ice breaking* untuk mengkonduksifkan kembali suasana dalam ruangan, ia selaku pemateri memberikan pertanyaan kepada audiens yang kemudian dikasih hadiah *doorprize* di akhir sesi.



Sumber: Arsip, 2024

Gambar 3 Sesi Pembagian Hadiah Doorprize

Strategi komunikasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (TJSL) menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan program, terutama dalam menjangkau khalayak sasaran secara efektif dan menciptakan keterlibatan yang bermakna. Penelitian ini menemukan bahwa PT Jasa Raharja Riau mengedepankan komunikasi tatap muka interaktif dalam program JR Mengajar, sebagai upaya untuk membangun relasi langsung dan emosional dengan mahasiswa, yang merupakan target utama dari kegiatan ini. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al Sibthi dan Erliyansyah (2025) mengenai Herwit Kopi, yang menekankan bahwa komunikasi interpersonal secara langsung, baik verbal maupun nonverbal, mampu menciptakan pengalaman yang personal bagi konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka. “Herwit Kopi menerapkan pendekatan komunikasi interpersonal yang efektif melalui interaksi langsung dengan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang personal dan menyenangkan” (Raihan et al., n.d.)

Tidak hanya mengandalkan komunikasi langsung, strategi komunikasi modern juga mengharuskan pemanfaatan saluran digital sebagai bagian dari penyebaran pesan yang lebih luas dan inklusif. Hal ini tampak dalam studi yang dilakukan oleh Putriana dkk. (2024) terkait program CSR Pojok Baca milik PT KAI Commuter Indonesia, di mana perusahaan menggunakan media sosial seperti Instagram dan Twitter serta mengundang media untuk melakukan peliputan. Strategi ini dilakukan sebagai bentuk komunikasi yang adaptif dengan kebutuhan masyarakat modern, khususnya generasi muda yang cenderung mengakses informasi melalui platform digital. “Strategi komunikasi humas yang dilakukan PT KAI menggunakan media dan metode komunikasi berbasis online dan rilis di indeks kehumasan” (Putriana et al., 2024).

**STRATEGI KOMUNIKASI JASA RAHARJA DALAM SOSIALISASI
PROGRAM JR MENGAJAR DI STIKES TENGGU MAHARATU
(SONYA MARUNJUNG PUTRI HSB, TANTRI PUSPITA YAZID)**

Melalui pendekatan komunikasi kombinitif antara tatap muka dan saluran digital, PT Jasa Raharja Riau berupaya membentuk komunikasi yang dua arah, interaktif, dan partisipatif, sehingga mahasiswa sebagai audiens dapat lebih mudah memahami pesan keselamatan lalu lintas serta tergerak untuk menerapkannya dalam kehidupan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam program JR Mengajar tidak hanya difokuskan pada transfer informasi, tetapi juga pada penciptaan keterlibatan dan pembentukan persepsi positif terhadap perusahaan sebagai institusi yang peduli pada pendidikan dan keselamatan generasi muda. Pendekatan ini memperkuat peran strategis komunikasi dalam program CSR yang tidak hanya sekadar administratif, tetapi juga transformatif dalam membentuk budaya dan kesadaran sosial.

Salah satu contoh respon mahasiswa yang terekam selama pelaksanaan kegiatan yaitu saat sesi praktik wawancara, banyak mahasiswa yang menunjukkan antusiasme dan meminta evaluasi langsung terhadap performa mereka. Respon ini menunjukkan adanya keberhasilan dalam membangun komunikasi dua arah. Selain itu, pengelolaan respon tidak hanya dilakukan selama sesi berlangsung, tetapi juga ditindaklanjuti oleh tim pusat Jasa Raharja melalui evaluasi kegiatan. Temuan ini mendukung teori Schramm tentang pentingnya umpan balik sebagai salah satu indikator efektivitas komunikasi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan program JR Mengajar tidak hanya terletak pada konten yang disampaikan, tetapi juga pada cara penyampaian, relevansi materi dengan kebutuhan audiens, dan kemampuan komunikator dalam menciptakan suasana interaktif. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh (Airlangga & Widiarti, 2022) yang meneliti strategi komunikasi PT Jasa Raharja di Yogyakarta dalam program Millennial Road Safety, ditemukan bahwa keberhasilan strategi komunikasi sangat dipengaruhi oleh kelengkapan elemen komunikasi yang digunakan, seperti perencanaan komunikator, media, dan teknik penyampaian pesan. Sementara itu, penelitian (Elisa Roza, 2020) menekankan pentingnya keberlanjutan komunikasi melalui koordinasi pasca kegiatan dengan mitra binaan, yang dalam konteks penelitian ini tercermin melalui evaluasi program oleh pihak pusat Jasa Raharja.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan PT Jasa Raharja Riau dalam program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu dinilai cukup berhasil dalam menjangkau dan memengaruhi audiens sasaran. Namun, beberapa tantangan juga muncul, seperti masih adanya sesi yang cenderung bersifat satu arah, serta perbedaan daya tangkap mahasiswa terhadap pesan yang disampaikan. Tantangan ini mengindikasikan

pentingnya penguatan dalam aspek pelatihan komunikator serta pengembangan media komunikasi yang lebih inovatif dan adaptif dengan kebutuhan generasi muda.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi PT Jasa Raharja Riau dalam sosialisasi program JR Mengajar di STIKes Tengku Maharatu, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan telah dirancang secara terstruktur dan kontekstual. Pemilihan komunikator dilakukan oleh kantor pusat dengan mempertimbangkan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan komunikator agar sesuai dengan materi yang dibawakan. Penentuan khalayak sasaran dilakukan melalui kerja sama formal dengan institusi pendidikan dan disesuaikan dengan karakteristik mahasiswa sebagai komunikan kelompok. Penyusunan pesan dirancang dengan pendekatan yang aplikatif dan mudah dipahami oleh mahasiswa vokasi, sedangkan saluran komunikasi yang digunakan adalah metode tatap muka interaktif yang memungkinkan adanya diskusi dua arah. Respon audiens dikelola melalui keterlibatan langsung saat kegiatan berlangsung serta evaluasi pascakegiatan oleh pihak penyelenggara. Keseluruhan strategi tersebut menunjukkan efektivitas komunikasi yang mampu meningkatkan pemahaman dan partisipasi aktif mahasiswa terhadap pesan yang disampaikan.

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, disarankan agar PT Jasa Raharja Riau terus mempertahankan pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan audiens serta meningkatkan kapasitas para komunikator melalui pelatihan komunikasi publik yang lebih mendalam. Penggunaan media visual atau digital interaktif juga dapat dipertimbangkan sebagai pelengkap saluran komunikasi tatap muka, guna menjangkau lebih banyak mahasiswa dengan berbagai preferensi belajar. Selain itu, evaluasi lanjutan yang lebih sistematis dan berbasis umpan balik audiens sangat penting dilakukan agar pelaksanaan program JR Mengajar ke depannya semakin adaptif, relevan, dan berdampak nyata terhadap peningkatan kesadaran keselamatan berlalu lintas di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, D., & Widiarti, P. W. (2022). Strategi Komunikasi PT Jasa Raharja Cabang D.I. Yogyakarta dalam Program Millennial Road Safety. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2). <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i2.18526>
- Brent D. Ruben, & Lea P. Stewart. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. PT.Raja Grafindo Persada.

STRATEGI KOMUNIKASI JASA RAHARJA DALAM SOSIALISASI
PROGRAM JR MENGAJAR DI STIKES TENGGU MAHARATU
(SONYA MARUNJUNG PUTRI HSB, TANTRI PUSPITA YAZID)

- Effendy, & Onong, U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Elisa Roza. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSBLITY (CSR) PT. JASA RAHARJA CABANG RIAU DALAM MEMBINA KEMITRAAN UMKM KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP*, 7, 6.
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen strategis public relations* (S. Risman F. (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Publik, B. K. dan I. (2023). *KEMENHUB AJAK GENERASI MUDA BANGUN BUDAYA KESELAMATAN BERTRANSPORTASI JALAN*. <https://dephub.go.id/post/read/kemenhub-ajak-generasi-muda-bangun-budaya-keselamatan-bertransportasi-jalan>
- Purwoastuti, E. S. W. T. E. (2015). *Perilaku dan softskills kesehatan : panduan untuk tenaga kesehatan perawat dan bidan*. Pustaka Baru Press.
- Putriana, M., Sari, W. P., Chandra, G. S., Fauzan, N. R., Sitorus, Y., Budiono, R., Resa Paramita, T., & Kurnia, S. (2024). Strategi Komunikasi Humas PT KCI Dalam Program CSR Pojok Baca di Stasiun Jakarta Kota. In *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan* | (Vol. 7, Issue 2). <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Raihan, M., Sibthi, A., & Erliyansyah, Y. (n.d.). Strategi Komunikasi Herwit Kopi Dalam Menjaga Loyalitas Terhadap Konsumen. In *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan* | (Vol. 8, Issue 1). <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>
- Supit, D., Melianti, M., Lasut, E. M. M., & Tumbel, N. J. (2023). Gaya Belajar Visual, Auditori, Kinestetik terhadap Hasil Belajar Siswa. *Journal on Education*, 5(3), 6994–7003. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1487>