



STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA BARKA TRAINING DAN CONSULTING INDONESIA DALAM PELAKSANAAN PELATIHAN



Luzian Pratama¹

*Korespondensi :

Email :
luzianpratamauinib@gmail.com

Afiliasi Penulis :

¹UIN Imam Boniol Padang,
Indonesia

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 21 Juni 2023
Revisi : 27 Juli 2023
Diterima : 14 Juli 2023
Diterbitkan : 30 Juli 2023

Kata Kunci :

Strategi Komunikasi, Barka
Training & Consulting

Keyword :

Communication Strategy,
Barka Training & Consulting

Abstrak

Kajian ini untuk melihat bagaimana strategi komunikasi lembaga BARKA Training & Consulting dalam pelaksanaan pelatihan. Kajian ini menggunakan pendekatan penelitian metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan tiga tahapan analisis data model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi lembaga BARKA menerapkan konsep strategi komunikasi model Philip Lesly dengan tahapan riset, perencanaan program, pelaksanaan komunikasi, umpan balik, dan evaluasi program pelatihan. Komunikasi yang dibangun lembaga BARKA dalam pelatihan mengedepankan prinsip komunikasi dua arah dengan model partisipatif antara trainer dan peserta pelatihan.

This study is to see how the communication strategy of the BARKA Training & Consulting institution is in implementing the training. This study uses a descriptive qualitative research method approach. Data collection was carried out by observation, interviews and documentation which were then analyzed using the three stages of data analysis by Miles and Huberman's model. The results of the study show that the communication strategy of the BARKA institution applies the Philip Lesly model communication strategy concept with the stages of research, program planning, communication implementation, feedback, and training program evaluation. The communication built by the BARKA institution in training puts forward the principle of two-way communication with a participatory model between trainers and training participants.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah lembaga Training yang menyelenggarakan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat untuk mewujudkan hal tersebut maka sebuah lembaga training perlu sebuah perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sebagai penuntun usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program dilaksanakan, ia menjadi dokumen kerja yang selalu diperbaharui secara periodik sesuai dengan perubahan kebutuhan khalayak. Perencanaan komunikasi menjelaskan bagaimana cara menyebarluaskan pesan yang tepat dari komunikator kepada khalayak yang tepat, melalui saluran yang tepat, dan waktu yang tepat pula. Perencanaan komunikasi membantu bagaimana pesan yang dibawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. (Wijaya 2017) Dalam mencapai kesuksesan itu sangat dibutuhkan sekali kemampuan komunikasi yang baik.

Kemampuan berkomunikasi menempatkan dua posisi, yakni sebagai pemberi dan penerima pesan secara bersamaan. Dengan demikian, secara berimbang, skill menyimak, mendengar, dan menganalisis informasi, harus setara dengan kesiapan untuk berbicara dan menyampaikan pesan. Agar tidak terjadi bias interpretasi, sehingga terjadi miss persepsi atas suatu pesan dalam kerangka komunikasi perlu dimiliki prinsip komunikasi yang tepat. Komunikasi menurut pendapat Haroll D. Laswell dalam Efendy adalah siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa



pengaruhnya. Jika melihat dari apa yang diartikan Laswell ini, maka komunikasi bermakna sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator, kepada komunikan melalui sebuah media dan pesan yang menimbulkan efek (Ibekwe – Sanjuan 2018).

Lain halnya dengan yang dikemukakan Nurudin, justru menurutnya makna komunikasi tersebut lebih luas. Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau yang disebut dengan stimulus dan respon (Artanti and Suddin 2019). Sedangkan dalam pengertian lain para ahli, bahwa komunikasi adalah sebuah proses transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang – orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Rustan and Hakki 2017).

Mengacu kepada pendapat tersebut, maka untuk mewujudkan komunikasi sebagai sebuah proses simbolik yang menghendaki mengatur dan merubah perilaku seseorang diperlukan adanya sebuah strategi. Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *stratos* yang berarti tentara dan *agein* yang berarti pemimpin. Maka makna luasnya adalah sebuah konsep memimpin militer yang disebut dengan seni kemiliteran (Wijaya 2015). Menurut Karl Von Clausewitz seorang pensiunan tentara berpangkat jenderal asal Rusia dalam bukunya *On War* merumuskan sebuah strategi sebagai suatu seni yang menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai uapaya kemenangan (Wijaya 2015). Hal senada juga diutarakan oleh Martin – Anderson, bahwa strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi untuk membawa semua sumber daya guna mencapai sebuah tujuan yang menguntungkan (Wijaya 2015).

Sedangkan strategi komunikasi menurut Onong Uchjana, panduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang dikonsepsi demi tercapainya tujuan komunikasi yang dilakukan (Yusuf 2021). Lain halnya dengan Anwar Arifin, berpendapat strategi komunikasi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Berdasarkan pendapat Anwar ini, maka strategi komunikasi berarti memperhatikan ruang dan waktu serta situasi yang berlangsung dalam proses komunikasi (Karyaningsih 2009). Sejalan dengan itu, keberhasilan komunikasi ditentukan oleh banyak hal seperti situasi, semantik, media, teknis, organisasi, psikologi komunikator dan komunikan, lingkungan, waktu dan citra (Nurdianti 2014).

Adapun pendekatan dalam strategi komunikasi terdapat banyak model pendekatan dari klasik hingga kontemporer. Di antaranya pendekatan yang dikemukakan Philip Lesly. Pendekatan Philip Lesly menilai organisasilah yang menggerakkan kegiatan dan publik menjadi sasaran kegiatan. Dalam rangkuman model yang dikemukakan Lesly, organisasi melakukan riset, perumusan kebijakan, perencanaan, program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Sedangkan publik menjadi organisme kedua dalam model lesly, akan memberikan umpan balik dan dilakukan evaluasi dari komunikasi yang berjalan (Rosita and Pratiwi 2018).

Analisis dan riset menurut Philip Lesly adalah mendiagnosis permasalahan yang terjadi. Perumusan kebijakan mencakup strategi apa yang akan dipakai. Tahap perencanaan menurut Philip Lesly adalah menentukan sumber daya yang akan digunakan saat proses komunikasi (Rosita and Pratiwi 2018). Tindakan komunikasi yakni pelaksanaan komunikasi yang dilakukan. Sedangkan tahap umpan balik dan evaluasi merupakan proses komunikasi yang berlangsung setelah tindakan komunikasi dilakukan. Sedangkan pendekatan model lima langkah meliputi beberapa aspek yakni penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan laporan dari aktivitas komunikasi. Model lima langkah menjelaskan, suatu organisasi harus mengetahui permasalahan suatu lembaga melalui

penelitian, kemudian mengambil tindakan dari hasil penelitian, melakukan komunikasi, setelah itu dilakukan evaluasi hasil dan kemudian dilakukan pelaporan terhadap semua unsur yang telah dijalankan (Rosita and Pratiwi 2018).

Sehubungan dengan lembaga training dan konsultasi, adalah salah satu tempat dan cara yang tepat untuk memberikan solusi dari berbagai persoalan, termasuk masalah komunikasi. Keunggulan lembaga training dan konsultasi tersebut turut disadari oleh sejumlah pihak. Seperti halnya Kementerian Ketenagakerjaan yang meminta untuk mengoptimalkan Training Center. Pemanfaatan lembaga training tersebut seiring dengan dikeluarkannya kartu Prakerja oleh pemerintah pusat. Menteri Ketenagakerjaan mengakui pentingnya lembaga training center untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia para pelaku usaha, para generasi muda dari segi skill, kreatifitas dan memperbaiki karakter (MA 2020).

Selain itu, lembaga pelatihan dan konsultasi berguna untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan, memberikan solusi yang tepat, melakukan pendampingan berbagai aktifitas, dan fokusnya tentu untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Kata training berasal dari Bahasa Inggris yang berarti latihan (Kamus Lengkap, n.d.). Begitu juga dengan kata consulting yang berarti konsultasi (Kamus Lengkap, n.d.). Salah satu dari banyak lembaga training & consulting adalah lembaga BARKA. Nama BARKA merupakan sebuah singkatan dari Bangun Asah Rangkaian Karakter. Lembaga BARKA sudah berdiri selama 15 tahun, berawal dari gagasan beberapa orang Trainer Bina Insan Mulia Jakarta (BARKA 2013).

Lembaga BARKA aktif mengisi beberapa kegiatan seperti seminar, ceramah motivasi, pelatihan di dalam ruangan dan luar ruangan, konsultasi manajemen program organisasi, dan pendampingan organizer. Sebagian besar dari berbagai kegiatan tersebut, bertujuan untuk dapat menerapkan komunikasi yang baik dalam perusahaan dan sekolah. Lembaga BARKA Training & Consulting telah menjalin kerjasama lebih dari 150 perusahaan dan sekolah secara intens. Tahun 2022 lembaga BARKA sudah melakukan kegiatan training di berbagai instansi sebanyak 200 kali. Kegiatan tersebut termasuk kegiatan terbanyak yang pernah dilakukan BARKA Training & Consulting. Oleh karena itu kajian ini berupaya mengungkap bagaimana strategi komunikasi lembaga BARKA Training dan Consulting dalam melakukan pelatihan sehingga menjadi sebuah lembaga yang diminati dan tetap eksis pascapandemi ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif yakni data yang diperoleh berupa kata – kata, gambaran, perilaku yang tidak dituangkan dalam bentuk angka atau statistik. Menurut Creswell penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif dan perspektif partisipatori (Suyitno 2018). Creswell menjelaskan lebih rinci bahwa dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun dari berbagai sumber dan dari beragam data yang dikumpulkan peneliti (Suyitno 2018). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berlangsung dengan tiga tahapan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi (Rijali 2018). Sedangkan analisis data menggunakan tiga model analisis yang dikemukakan Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Suyitno 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Lembaga BARKA Training & Consulting berada di bawah naungan Yayasan Berkah Serambi Makkah Sumatera Barat yang berorientasi di bidang pendidikan, sosial, kemasyarakatan dan agama. Yayasan Berkah Serambi Makkah sendiri tercatat dalam Surat Keputusan Menkumham Republik Indonesia Nomor AHU – 2005.AH.04. Tahun 2012. Yayasan Berkah Serambi Makkah Sumatera Barat beralamat di JL. Bagindo Aziz Chan No. 80 Tanah Hitam, Padang Panjang, Sumatera Barat, 27114. Pada tahun 2012 setelah dibentuknya Yayasan Berkah Serambi Makkah ini, kemudian didirikanlah lembaga BARKA Training & Consulting dengan tujuan untuk meningkatkan pendidikan berkarakter (BARKA 2013).

Yayasan Berkah Serambi Makkah didirikan Oleh Masrizal Munaf, Mulastri dan Mahendra. Sedangkan BARKA Training & Consulting didirikan oleh Maisar Setiawan Munaf, Rahmi Bakhtiar, dan Abdul Halim (BARKA 2013). Lembaga BARKA Training memiliki struktur sebagai berikut:

- Direktur : Maisar Setiawan Munaf
- Konsorsium & SOP : Abdul Halim Alfarisi dan Bambang Satria
- Direktur Keputerian : Rahmi Bakhtiar, Siti Masliana, Siti Nurhafia dan Thasa Amelia
- Operasional/GA : Ilhamdi Putra, Farhan M Aziz dan Irfandi Yuli Marshal

Lembaga BARKA Training & Consulting memiliki visi Taat, Kuat, Hebat, Bermanfaat. Sedangkan misi dari lembaga BARKA yakni dari singkatan BARKA sendiri Bangun Asah Rangkaian Karakter. Empat Visi Lembaga BARKA tersebut berorientasi kepada pembangunan sumber daya manusia yang mumpuni. Dimana kata taat, merupakan betujuan untuk meningkatkan dan mengokohkan pribadi manusia menjadi pribadi yang benar – benar dekat kepada sang penciptanya. Kata kuat, orientasinya untuk membangun fisik atau jasmani manusia yang sehat (BARKA 2013).

Visi ketiga yaitu hebat, BARKA sebagaisebuah lembaga yang beerkecimpung dalam pendidikan karakter memposisikan kata hebat dalam artian intelektual manusia. Bukan hanya itu, kata hebat sebagai visi BARKA untuk menjadikan manusia yang mempunyai daya saing seiring kemajuan zaman. Sedangkan kata bermanfaat, Lembaga BARKA bercita – cita menjadikan manusia pada zaman sekarang tidak hanya taat secara pribadi, kuat fisik, cerdas namun juga bisa menjadi manusia yang peka terhadap persoalan sosial yang ada di tengah masyarakat (BARKA 2013).

Adapun misi BARKA adalah Bangun Asah Rangkaian Karakter. Yaitu BARKA sebagai lembaga training & consulting untuk mewujudkan visinya itu dengan melakukan pembinaan secara intens serta menjadikan konsumen atau peserta training sebagai teman dan sahabat. Hal ini sejalan dengan slogan BARKA itu sendiri yakni we are the partner (BARKA 2013).

Untuk menwujukan visi misi tersebut, lembaga BARKA memiliki beberapa program yang dilaksanakan di berbagai instansi, di antaranya:

- a. Latihan Dasar Kepemimpinan (LDK OSIS)
- b. Modul terbaru literasi organisasi
- c. Pembekalan Masa Orientasi (MPLS/MOS)
- d. Motivasi dan sugesti prestasi
- e. Motivasi dan outbond siswa dan tenaga pendidikan

- f. Public Speaking
- g. Bina iman dan taqwa
- h. Pembinaan Imtaq dan pesantren ramadhan
- i. Motivasi pada lokakarya
- j. Studi Tour
- k. Event organizer (EO) bedah buku, konser amal, seminar dan family gathering (BARKA 2013).

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi secara umum berarti panduan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi yang dilakukan.

a. Riset

Riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mendiagnosis permasalahan dan menentukan komunikasi seperti apa yang akan disampaikan (Rosita and Pratiwi 2018). "Sebelum melakukan training, kami di BARKA terlebih dahulu mempelajari peserta atau audiensnya dan seperti apa pelatihan yang diberikan. Hal itu dilakukan beberapa hari dilakukannya pelatihan pada instansi tersebut," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022)

Berdasarkan wawancara tersebut, lembaga BARKA melakukan analisis audiens untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang hendak dilakukan ketika melakukan pelatihan. Riset dilakukan beberapa hari sebelum dilakukannya kegiatan menggambarkan keseriusan dari lembaga BARKA dalam mengelola kegiatan. Pengetahuan terhadap kondisi audiens tentu untuk mencapai komunikasi yang efektif saat dilakukannya kegiatan. Agar audiens atau peserta kegiatan lembaga BARKA dapat memahami pesan – pesan yang disampaikan trainer BARKA.

"Analisis dan riset itu kami lakukan setiap kali pelatihan. Hal ini dilakukan karena kami BARKA menyadari setiap lembaga atau instansi memiliki persoalan yang berbeda – beda. Tanpa adanya riset dan analisis tentu pelatihan yang diberikan tidak akan memberikan hasil yang baik," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lembaga BARKA menyadari pentingnya riset dan analisis peserta pelatihan untuk memaksimalkan hasil pelatihan yang dilakukan. "melakukan riset setiap kali pelatihan yang dilakukan" menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan BARKA selalu berdasarkan kondisi peserta pelatihan. Hal ini juga dapat diartikan bahwa lembaga BARKA memiliki persiapan yang matang untuk menghadapi peserta pelatihan.

b. Rumusan kebijakan

Perumusan kebijakan dalam teori strategi komunikasi Philip Lesly berarti membuat keputusan dan langkah seperti apa yang akan diambil ketika berhadapan dengan public atau audiens (Rosita and Pratiwi 2018). "BARKA menerapkan konsep discovery learning, dimana audiens di ajak untuk menemukan konsep yang ada pada dirinya. Artinya memposisikan audiens atau khalayak berperan aktif," ("Wawancara Bidang Konsorsium Dan SOP BARKA Abdul Halim AL Farisi" 2022).

Wawancara menunjukkan bahwa kebijakan pelatihan yang dilakukan BARKA adalah partisipasi aktif antara trainer dengan peserta. Peserta dilibatkan secara aktif menunjukkan komunikasi saat pelatihan menerapkan komunikasi dua arah. Yang mana komunikasi tidak hanya datang dari komunikator. Namun bersifat interaktif antara komunikator dan komunikan.

Dalam rangka mewujudkan visi misi BARKA, dalam pelaksanaan pelatihan lembaga BARKA memberikan simulasi yang mengandung makna – makna. "Dalam pelaksanaan di lapangan, setiap berjalan 10 menit pelatihan kami di BARKA menyelengi pelatihan dengan hiburan atau simulasi unik seputar materi pelatihan agar tidak membosankan. Selain itu, di BARKA juga ada senam pintar atau senam otak yang dipelopori Bambang Satria agar pelatihan diikuti dengan gembira," ("Wawancara Bidang Konsorsium Dan SOP BARKA Abdul Halim AL Farisi" 2022).

Simulasi yang dilakukan tersebut guna mempermudah peserta memahami pesan – pesan yang disampaikan pada materi pelatihan. Hasil wawancara menjelaskan bahwa kebijakan komunikasi dalam pelatihan BARKA menekankan pada aspek kepuasan, keikutsertaan dan pemahaman peserta pada pelatihan.

c. Perencanaan program

Philip Lesly mengemukakan, pada tahap perencanaan pelaksanaan adalah menetapkan sumber daya, fasilitas, dan anggaran (Rosita and Pratiwi 2018). Informan mengatakan "BARKA memiliki sumber daya yang siap diterjunkan kapanpun itu sebanyak 10 orang. Kalau waktu pelatihannya bersamaan maka BARKA mengambil sumber daya pendukung, biasanya mencapai 30 orang. Ini tidak tetap dan tidak masuk ke dalam struktur lembaga. Kalau ada kegiatan yang bersamaan maka tim BARKA akan dibagi sesuai tempat dan kapasitas tim tersebut," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022).

Wawancara menunjukkan bahwa BARKA memiliki manajemen tim untuk bekerja di tempat kegiatan. Sedangkan fasilitas pelatihan, informan mengatakan, "Kalau fasilitas penunjang pelatihan misalnya seperti infokus, speaker alat simulasi dan alat – alat outbond semuanya disediakan secara mandiri oleh BARKA. Jadi jika ada instansi yang tidak punya alat penunjang maka pelatihan tetap berjalan dengan alat yang sudah kami sediakan di BARKA," ("Wawancara Bidang Operasional Dan GA BARKA Ilhamdi Putra" 2022).

Berdasarkan wawancara tersebut, bahwa lembaga BARKA memiliki fasilitas milik lembaga dalam pelatihan. Namun disamping itu, penggunaan alat – alat tersebut bersifat situasional. Tergantung dengan peralatan yang dimiliki di tempat pelatihan.

d. Pelaksanaan komunikasi

Philip Lesly berpendapat, kegiatan komunikasi adalah tindakan komunikasi yang berarti penyebarluasan informasi kepada penerima (Rosita and Pratiwi 2018). Informan menjelaskan, "Selain mengajak audiens berinteraksi, dalam pelatihan atau training BARKA juga memberi ruang kepada peserta untuk melakukan diskusi grup. Dengan diskusi grup dalam sebuah kelompok yang sama untuk bisa menyamakan tujuan. Yang dilakukan BARKA dalam komunikasi saat pelatihan, menyesuaikan dengan latar belakang audiens," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022).

Berdasarkan wawancara tersebut, lembaga menerapkan pola – pola yang dapat diterima oleh peserta dengan baik. Komunikasi yang dibangun merupakan dari bentuk komunikasi partisipatif yang di dalamnya terdapat stimulus dan respon antara trainer dan peserta pelatihan.

Informan menambahkan, "Ketika masa pandemi Covid – 19 kemarin kami di BARKA memanfaatkan media sosial Facebook, Instagram, dan juga Youtube. Ini dilakukan agar pesan yang disampaikan kepada audiens dapat ditangkap dengan mudah, jadi mereka mendengarkan apa yang kami sampaikan melalui apa yang nyamannya menurut peserta. Selain itu juga pelatihan BARKA di masa pandemi ini juga

disebarkan melalui media cetak maupun daring," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022). Wawancara menunjukkan bahwa lembaga BARKA juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan pelatihan. Penggunaan media sosial tersebut karena adanya pandemi Covid – 19, sehingga mengharuskan pelatihan dilaksanakan dengan daring.

e. Umpan balik

Philip Lesly menjelaskan, umpan balik merupakan respon yang diberikan untuk pengambilan keputusan, kebijakan dalam kelangsungan komunikasi (Mubarrak and Rachmawati 2019). Informan mengatakan, "BARKA sebelum dan sesudah melakukan pelatihan selalu meminta tanggapan dan bertanya kepada pihak instansi seperti apa pelatihan yang akan diberikan untuk peserta. Misalnya Osis sebuah sekolah butuh bagaimana meningkatkan produktivitas siswa dalam menulis, maka BARKA tidak menutup diri untuk membawa wartawan senior bersertifikat sekaligus. Sedangkan di internal lembaga sendiri kita selalu melakukan diskusi baik sebelum pelatihan atau sesudah pelatihan. Hal ini dilakukan agar kesalahan yang terjadi pada pelatihan sebelumnya tidak kembali terjadi," ("Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf" 2022).

Hasil wawancara menunjukkan BARKA melakukan kegiatan secara profesional untuk meminimalisir kesalahan dan ketidaksesuaian materi yang dibutuhkan peserta dengan keahlian trainer. Informan juga mengatakan "setelah pelatihan dilakukan, lembaga BARKA memonitoring kegiatan lanjutan peserta ataupun kegiatan peserta berdasarkan materi yang diberikan pada pelatihan" ("Wawancara Bidang Konsorsium Dan SOP BARKA Abdul Halim AL Farisi" 2022). Hasil wawancara ini dapat dijelaskan bahwa lembaga BARKA tidak sekedar melakukan pelatihan, namun juga memfasilitasi kegiatan peserta pelatihan setelah pelatihan dilaksanakan. Aktivitas tersebut tentu sebagai stimulus yang diberikan BARKA untuk memunculkan kesan atau respon baik dari peserta pelatihan.

f. Evaluasi

Philip Lesly mendefinisikan evaluasi sebagai ajang tindak lanjut setelah pelaksanaan kegiatan komunikasi (Mubarrak and Rachmawati 2019). Sejalan dengan hal itu, informan menyebutkan, "Ada dua cara yang kami lakukan dalam pelaksanaan evaluasi yang kami namakan dengan follow up kegiatan training. Yang pertama dengan cara mengunjungi instansi tersebut secara berkala dan juga kami lakukan tindak lanjut secara online yang mana peserta training dibuat grup WhatsApp nya kemudian kami memantau lewat grup tersebut," ("Wawancara Bidang Konsorsium Dan SOP BARKA Abdul Halim AL Farisi" 2022).

Kemudian informan menambahkan, "BARKA dalam kunjungan secara berkala itu melakukan diskusi bersama pimpinan instansi terkait apa saja perubahan pada peserta setelah dilakukan pelatihan. Jika dibutuhkan pelatihan lanjutan maka didiskusikan seperti hasil yang diharapkan dari pelatihan lanjutan itu," ("Wawancara Bidang Operasional Dan GA BARKA Ilhamdi Putra" 2022). Dari dua hasil wawancara tersebut, evaluasi yang dilakukan lembaga BARKA difokuskan kepada evaluasi peserta pelatihan. Evaluasi tersebut untuk mengetahui efek yang ditimbulkan setelah dilakukannya pelatihan pada peserta.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan–temuan penelitian, strategi komunikasi lembaga BARKA Training & Consulting menerapkan beberapa tahapan dalam melaksanakan pelatihan. Tahapan tersebut meliputi tahapan yang dilakukan sebelum pelatihan dilakukan, ketika pelatihan dilakukan dan setelah pelatihan dilakukan. Strategi yang dibangun sebelum pelatihan berupa riset atau analisis terhadap peserta pelatihan dan merumuskan kebijakan. Sedangkan ketika kegiatan berlangsung, strategi yang digunakan bersifat komunikasi parsitipatif, melalui media sosial dan berkolaborasi dengan tenaga ahli. Strategi komunikasi sesudah kegiatan komunikasi dilakukan berupa umpan balik dan evaluasi terhadap peserta dan instansi yang menyelenggarakan pelatihan. Bentuk umpan balik yang dilakukan yakni dengan membangun pertanyaan dan focus group discussion. Adapun pada tahapan evaluasi, lembaga BARKA melakukan kunjungan ke instansi, berdiskusi dengan peserta dan meninjau perubahan pada peserta setelah dilakukan pelatihan.

REFERENSI

- Artanti, Evy Febri, and Alwi Suddin. 2019. "Pengaruh Kompetensi, Komunikasi, Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Dosen Di Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta." *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* 13: 261 – 69.
- BARKA. 2013. "Dokumen Pendirian Lembaga Barka Training & Consulting." Padang Panjang.
- Ibekwe –Sanjuan, Fidelia. 2018. "Combining an Arts –Informed and Textual Approach to Teaching Information and Communication Theories." *Education for Information* 34 (1): 39 – 53. <https://doi.org/10.3233/EFI-189005>.
- Kamus Lengkap. n.d. "Input Kata Consulting." Kamuslengkap.Com.
- kamuslengkap. n.d. "Input Kata Training." Kamuslengkap.Com.
- Karyaningsih, Ponco Dewi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- MA, Nurcholih. 2020. "Ada Kartu Pra – Kerja, Menaker Minta Optimalkan Training Center." Detik.Com. 2020.
- Mubarrak, Zakki, and Indri Rachmawati. 2019. "Strategi Komunikasi Bidang Perlindungan Anak DP2KBP3A Kabupaten Bandung Dalam Mencegah Kasus Kekerasan Anak Communication Strategy of DP2KBP3A for Child Protection in Bandung Regency for Preventing Cases of Child Violence Rights of the Child (1989), Kek." In *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 496 – 502. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Nurdianti, Siti Rahma. 2014. "Analisis Faktor –Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2 (2): 149.
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadrah* 17 (33): 81 – 95.
- Rosita, Diana, and Nunin Indah Pratiwi. 2018. "Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literais Media Di Dinas Komunikasi Dan Informasi (Diskominfo) Bali." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 2 (1): 1 – 12.
- Rustan, Ahmad Sultra, and Nurhakki Hakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Suyitno. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, Dan Operasionalnya*. Akademia Pustaka. 1st ed. Tulung Agung: Akademia Pustaka.
- "Wawancara Bidang Konsorsium Dan SOP BARKA Abdul Halim AL Farisi." 2022. Padang Panjang.
- "Wawancara Bidang Operasional Dan GA BARKA Ilhamdi Putra." 2022. Padang Panjang.
- "Wawancara Direktur BARKA Maisar Setiawan Munaf." 2022. Padang Panjang.
- Wijaya, Ida Suryani. 2015. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan." *Lentera* 18 (1): 53 – 61.
- . 2017. "428 – Article Text – 1096 – 1 – 10 – 20160423." *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan XVIII (VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA)*: 53 – 61.
- Yusuf, Muhammad Fahrudin. 2021. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.