

**STRATEGI KOMUNIKASI PT IAA DALAM  
MENSOSIALISASIKAN DUNIA INDUSTRI  
MELALUI IAA GOES TO SCHOOL  
DI BATU BARA**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh:**

**DINDA ROMAITO RITONGA**  
**2203110169**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
202**

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama : Dinda Romaito Ritonga  
NPM : 2203110169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Sabtu, 18 April 2026  
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom (.....)  
PENGUJI II : Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom (.....)  
PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP (.....)

### PANITIA PENGUJI

Ketua



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom

## BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan Tugas Akhir sehingga naskah Tugas Akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian Tugas Akhir, oleh :

Nama : Dinda Romaito Ritonga  
NPM : 2203110169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT IAA Dalam Mensosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes to School di Batu Bara

Medan, 14 Maret 2026

**Pembimbing**

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

NIDN : 0030017402

Disetujui Oleh

**Ketua Program Studi**

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401



Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

NIDN : 0030017402

# PERNYATAAN

## *Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan ini saya, Dinda Romaito Ritonga, NPM 2203110169, menyatakan dengan sungguh – sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang undang – undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang – undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai – nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah serjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 18 Mei 2026

Yang Menyatakan,



Dinda Romaito Ritonga

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

***Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Alhamdulillah Rabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta ilmu pengetahuan yang diberikan-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul "***Strategi Komunikasi PT IAA Dalam Mensosialisasikan IAA Goes To School Di Batu Bara.***" Sholawat beriring salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir Zaman. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada semua umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah tercinta, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, kerja keras, dan pengorbanan yang tiada henti diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi kekuatan terbesar penulis dalam setiap langkah perjalanan ini. Dan untuk Almarhum Mama tercinta, meskipun engkau telah lebih dulu pergi menghadap Allah Subhanahu Wa Ta'ala,

kasih sayang dan doa yang pernah engkau curahkan akan selalu hidup di dalam hati penulis. Tiada yang bisa penulis perbuat selain terus mendoakan, semoga Allah SWT memuliakan Mama di sisi-Nya. *Al-Fatihah untuk Mama...* dan Almarhum Kakak Puput, yang meskipun kini tidak lagi dapat menemani dan menyaksikan perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, kehadiran dan kenangan bersama selalu menjadi pengingat bagi penulis \*untuk terus berjuang. Semoga di sana Kak Puput dapat tersenyum bangga melihat penulis telah sampai di titik ini. Semoga Allah SWT menempatkanmu di tempat yang paling mulia di sisi-Nya. *Al-Fatihah untuk Kak Puput...*

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
8. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
9. Seluruh jajaran pimpinan dan staf PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) yang telah bersedia memberikan izin penelitian khususnya kepada Bapak M. Fajar Dzil Ikram, Ibu Merry Chritina Silaen, Ibu Sania Dita Widyasari, serta Ibu Rahmawani yang telah meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini, sehingga penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan.
10. Kakak Pipin dan Kakak Ade, terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi salah satu sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat-sahabat terkasih, Devi, Dila, dan Jua, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, dan semangat yang kalian berikan selama ini. Perjalanan ini terasa jauh lebih ringan karena ada kalian.
12. Seseorang yang selama ini telah menemani, mendampingi dan memberikan semangat kepada penulis di setiap proses pengerjaan skripsi ini. Kehadirannya yang selalu ada saat penulis merasa lelah dan kehilangan arah menjadi salah satu alasan penulis terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Terima kasih atas perhatian, kesabaran dan dukungan yang diberikan dengan tulus.
13. LANY, sebuah grup musik yang lagu-lagunya telah menjadi teman setia penulis sepanjang proses pengerjaan skripsi ini. Di tengah kejenuhan dan rasa lelah yang kerap datang, alunan musik LANY selalu berhasil memberikan ketenangan dan semangat baru bagi penulis untuk kembali melanjutkan tulisan ini selesai.
14. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih telah bertahan, tidak menyerah meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah, dan terus bangkit di setiap kali merasa ingin berhenti. Terima kasih telah memilih untuk tetap berjuang dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Ini adalah bukti kemampuan dan dedikasi diri sendiri yang patut dibanggakan.
15. Terakhir, seluruh teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah menemani penulis selama menempuh pendidikan di Kota Medan. Terima kasih telah mau meluangkan waktu untuk sekadar duduk

bersama, berbagi cerita, dan tertawa bersama di sela-sela kesibukan. Kebersamaan yang sederhana itu ternyata menjadi salah satu hal yang membuat penulis tidak terlalu merasa jenuh dan tetap waras dalam menjalani proses panjang ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, serta dapat menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu komunikasi.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Medan, April 2026

Penulis

Dinda Romaito Ritonga

# STRATEGI KOMUNIKASI PT IAA DALAM MENSOSIALISASIKAN DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA

Dinda Romaito Ritonga  
2203110169

## ABSTRAK

Kesenjangan informasi antara dunia pendidikan dan dunia industri masih menjadi tantangan bagi generasi muda, khususnya siswa SMK yang belum memiliki pemahaman memadai tentang dunia kerja. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) menyelenggarakan program *IAA Goes To School* pada November 2025 di SMKS Budi Dharma dan SMKS Karya Bhakti, Kabupaten Batu Bara, melibatkan 187 siswa kelas sebelas. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri melalui *IAA Goes To School* di Kabupaten Batu Bara. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi tersebut menggunakan teori unsur-unsur komunikasi Effendy dan Middleton yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada empat narasumber secara *purposive sampling*, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup perencanaan sistematis, pelaksanaan komunikasi dua arah melalui presentasi, diskusi, dan *storytelling*, penggunaan media terintegrasi meliputi *PowerPoint*, Instagram, *website*, brosur, media lokal, dan *merchandise*, serta penyampaian pesan pengenalan dunia logistik, industri aluminium, dan materi *growth mindset* secara informatif, edukatif, dan persuasif. Program ini berhasil menciptakan perubahan pemahaman siswa terhadap dunia industri, memperkuat citra perusahaan, dan membangun hubungan relasional yang berkelanjutan. Simpulannya, strategi komunikasi PT IAA dalam program *IAA Goes To School* telah terlaksana secara terencana dan memenuhi seluruh unsur komunikasi Effendy dan Middleton sehingga efektif dalam mensosialisasikan dunia industri kepada siswa SMK di Kabupaten Batu Bara.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Dunia Industri, Program IAA Goes To School*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penulisan .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II URAIAN TEORITIS</b> .....	<b>9</b>
2.1. Strategi Komunikasi.....	9
2.2. Unsur-Unsur Strategi Komunikasi.....	9
2.3. Sosialisasi sebagai Proses Komunikasi.....	12
2.4. Dunia Industri .....	13
2.5. Strategi Komunikasi Perusahaan dalam Program Sosialisasi .....	14
2.6. Anggapan Dasar .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Kerangka Konsep .....	18
3.3. Definisi Konsep.....	19
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	20
3.5. Narasumber Penelitian .....	26
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	27

3.7. Teknik Analisis Data .....	28
3.7.1 Pengumpulan Data .....	29
3.7.2 Reduksi Data .....	29
3.7.3 Penarikan Kesimpulan .....	30
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.9. Deskripsi Ringkas Lokasi Penelitian .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	34
4.1.1 Straregi Komunikasi PT IAA Dalam Mensosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes To School.....	38
4.2. Pembahasan.....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
5.1. Simpulan .....	67
5.2. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian.....	20
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Kerangka Konsep .....	18
Gambar 4.1. Wawancara Bersama Bapak M. Fajar Dzil Ikram .....	35
Gambar 4.2. Wawancara Bersama Ibu Merry Christina Silaen .....	36
Gambar 4.3. Wawancara Bersama Ibu Sania Dita Widyasari .....	37
Gambar 4.4. Wawancara Bersama Ibu Rahmawani .....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK 1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir
2. SK 2. Surat Penetapan Judul dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. SK 3. Surat Permohonan Seminar Proposal Tugas Akhir
4. SK 4. Undangan Seminar Proposal Tugas Akhir
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Balasan Izin Penelitian
7. Daftar Pertanyaan Penelitian Tugas Akhir
8. SK 5. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir Mahasiswa
9. SK 10. Undangan Panggilan Ujian Akhir Sidang Meja Hijau
10. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Strategi didefinisikan sebagai rencana menyeluruh yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu melalui alokasi dan penggunaan sumber daya yang tersedia secara optimal. Strategi tidak hanya berfokus pada tujuan akhir, tetapi juga pada pemahaman keadaan internal perusahaan, seperti kekuatan dan karakteristik sumber daya yang tersedia, serta keadaan eksternal, termasuk peluang, tantangan, dan potensi perubahan lingkungan. Dengan demikian, strategi berfungsi sebagai panduan penting untuk menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Lebih lanjut, strategi bersifat fleksibel dan bergantung pada konteks. Ini berarti bahwa perusahaan atau lembaga, bahkan yang memiliki tujuan yang sama, dapat berbeda dalam metode dan strateginya. Perbedaan ini dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan, sumber dayanya, dan lingkungannya. Oleh karena itu, strategi adalah rencana yang diprioritaskan dan disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan setiap organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Ginting & Hidayati, 2016).

Strategi komunikasi merupakan penggabungan perencanaan dan manajemen komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Ini termasuk mendefinisikan tujuan komunikasi, mengembangkan pesan inti, memilih media, dan mengevaluasi dampak komunikasi. Strategi komunikasi berfungsi

membangun pemahaman, membentuk sikap, serta mendorong partisipasi publik terhadap program yang dijalankan. (Amaliya dkk., 2024)

Perkembangan industri yang semakin pesat membutuhkan pekerja terampil yang tidak hanya memiliki kualifikasi akademis tetapi juga memahami realitas dan kebutuhan dunia kerja. Salah satu tantangan bagi generasi muda, khususnya siswa sekolah menengah, adalah kurangnya informasi dan pemahaman tentang industri, berbagai bidang karir, dan keterampilan yang dibutuhkan di masa depan. Hal ini menyebabkan kesenjangan antara pendidikan dan ekonomi serta menghambat persiapan lulusan untuk memasuki dunia kerja.

Sebagai bagian integral dari masyarakat, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). CSR bukan hanya bentuk keterlibatan sosial, tetapi juga sarana untuk membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat setempat serta mempromosikan keberlanjutan. Untuk mengimplementasikan program CSR secara efektif dan mencapai hasil yang nyata, penting untuk memiliki strategi komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. (Syahriani & Siwi, 2018)

Dalam konteks tersebut, perusahaan memiliki peran penting tidak hanya sebagai pelaku industri tetapi juga sebagai aktor sosial yang turut berkontribusi pada pengembangan pendidikan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di sektor pendidikan adalah contoh dari kontribusi ini. Keberhasilan program sosial ini tidak hanya bergantung pada isi kegiatan, tetapi juga pada metode komunikasi yang digunakan untuk

menyampaikan pesan kepada audiens target. Rencana ini penting untuk memastikan bahwa publik memahami pesan, tujuan, dan kebutuhan program yang benar.

PT Indonesia Aluminium Alloy (PT IAA) adalah perusahaan industri aluminium yang didirikan pada tanggal 22 Mei 2020. Sebagai anak perusahaan PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM), PT IAA secara bertahap akan memproduksi aluminium daur ulang dengan kapasitas produksi 30.000 ton per tahun.

Pembentukan PT IAA merupakan bagian dari strategi PT INALUM untuk meningkatkan kapasitas produksi melalui pembangunan smelter di Kuala Tanjung, sebagaimana diamanatkan oleh Keputusan Presiden No. 3 Tahun 2016 tentang percepatan proyek-proyek strategis nasional. Lebih lanjut, PT INALUM berkewajiban, berdasarkan mandat yang diberikan oleh pemegang saham kepada PT Mineral Industri Indonesia (Persero) (PT MII (Persero)) atau MIND ID, untuk melaksanakan strategi produksinya melalui PT IAA guna meningkatkan pendapatan dan EBITDA. PT IAA didirikan melalui akuisisi aset PT INALUM dari PT Asahan Aluminium Alloys (PT AAA) pada tanggal 9 Oktober 2019 (PT Indonesia Aluminium Alloy, 2022).

Untuk memenuhi mandat pemegang saham dan tujuan pendirian perusahaan, PT IAA menargetkan agar pabrik produksi aluminium daur ulangnya beroperasi penuh pada tahun 2023, melayani pasar domestik dan internasional. Beberapa proyek modernisasi telah diselesaikan untuk memungkinkan produksi aluminium daur ulang.

Program IAA *Goes To School* merupakan bagian dari program CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan yang kemudian dikembangkan dan disesuaikan oleh PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) menjadi program TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). Melalui program IAA *Goes To School*, PT IAA melaksanakan kegiatan edukasi yang berlangsung selama dua hari dan diselenggarakan di dua sekolah yang telah ditetapkan, sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi berkelanjutan di bidang pendidikan serta pengembangan sumber daya manusia di wilayah sekitar.

Kegiatan ini merupakan program edukasi pertama dari TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) di bidang pendidikan. Program ini diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelajar SMK di wilayah Batu Bara mengenai dunia industri. Pada tahun 2025, PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) melaksanakan program IAA *Goes To School 2025* di dua sekolah, yaitu SMKS Budi Dharma dan SMKS Karya Bhakti. Kegiatan ini dilaksanakan secara terpisah di masing-masing sekolah dan melibatkan total 187 siswa kelas sebelas sebagai peserta.

Dalam kegiatan edukatif ini, tim IAA memberikan gambaran umum tentang industri aluminium dan peran perusahaan dalam rantai nilai nasional, serta memberikan pengetahuan dasar yang dibutuhkan siswa sekolah kejuruan untuk memahami dinamika dunia industri. Isi kursus disajikan dalam format dialogis, memungkinkan siswa untuk secara langsung mendiskusikan proses bisnis di sektor aluminium dan perkembangan di industri secara keseluruhan (Desir.id, 2025).

Dengan adanya kegiatan program IAA *Goes To School*, PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) memerlukan penerapan strategi komunikasi yang terencana, sistematis, dan tepat sasaran agar tujuan program dapat tercapai secara efektif. Strategi komunikasi tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa pesan mengenai dunia industri, peluang kerja, serta kompetensi yang dibutuhkan dapat disampaikan secara jelas dan mudah dipahami oleh pelajar SMK sebagai khalayak sasaran. Selain itu, strategi komunikasi juga berfungsi untuk membangun interaksi yang positif antara perusahaan dan pihak sekolah, menciptakan pemahaman yang sama terkait maksud dan manfaat program, serta meningkatkan partisipasi dan antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, strategi komunikasi menjadi aspek penting dalam mendukung keberhasilan sosialisasi dunia industri melalui program IAA *Goes To School* sehingga mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan pengetahuan dan kesiapan pelajar SMK dalam menghadapi dunia kerja di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang: **“Strategi Komunikasi PT IAA Dalam Mensosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes To School di Batu Bara.”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri melalui IAA *Goes To School* di Kabupaten Batu Bara?

### **1.3. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri melalui program IAA *Goes To School* di Kabupaten Batu Bara.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Pengembangan Ilmu Komunikasi: Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada studi strategi komunikasi organisasi dan hubungan masyarakat dalam konteks program sosialisasi perusahaan.
- b. Peningkatan Pemahaman Strategi Komunikasi Sosialisasi: Penelitian ini dapat memperdalam pemahaman kita tentang bagaimana perusahaan menggunakan strategi komunikasi untuk memberikan informasi industri kepada siswa melalui kegiatan program IAA *Goes To School*.
- c. Referensi Model Komunikasi Perusahaan: Hasil penelitian ini diharapkan sebagai gambaran atau model strategi komunikasi yang efektif untuk program sosialisasi di dunia industri dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Peningkatan Pemahaman Dunia Industri: Program IAA *Goes To School*, melalui strategi komunikasinya, dapat membantu siswa meningkatkan

pemahaman mereka tentang dunia industri, berbagai bidang karir, dan keterampilan yang dibutuhkan di tempat kerja.

- b. Efektivitas Pelaksanaan Program Sosialisasi: Diharapkan bahwa teknik komunikasi yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi industri akan meningkatkan efektivitas penyebaran informasi di kalangan mahasiswa, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan dipahami.
- c. Bahan Evaluasi dan Pengembangan Program: Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengevaluasi desain dan implementasi program sosialisasi industri yang lebih terarah, sistematis, dan berkelanjutan di masa mendatang.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Bab ini berisi uraian teori-teori yang terdiri dari Strategi Komunikasi, Unsur-unsur Strategi Komunikasi, Sosialisasi sebagai Proses Komunikasi, Dunia Industri, Strategi Komunikasi Perusahaan dalam Program.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang uraian jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber penelitian,

teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang uraian simpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Strategi Komunikasi**

Strategi Komunikasi merupakan suatu upaya terencana yang disusun secara sistematis untuk menyampaikan pesan kepada khalayak tertentu guna mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini mencakup tidak hanya penyampaian pesan tetapi juga perencanaan, pengelolaan, dan pemilihan elemen atau unsur-unsur komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, penerima, dan efek yang diharapkan.

Strategi komunikasi adalah upaya kolaboratif antara pengirim dan penerima untuk menyepakati makna pesan, memastikan bahwa pemahamannya konsisten dengan tujuan komunikasi yang diinginkan. Strategi komunikasi yang sukses membutuhkan pengirim untuk mengenali karakteristik audiens, menentukan tujuan komunikasi, merumuskan pesan dengan tepat, dan memilih metode dan media yang sesuai untuk komunikasi yang efektif.

#### **2.2. Unsur-Unsur Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi dalam pelaksanaannya terdiri dari beberapa unsur yang saling terkait dan tidak terpisahkan. Unsur-unsur ini menentukan apakah suatu proses komunikasi mencapai tujuannya. Menurut Effendy dan Middleton, unsur-unsur strategi komunikasi meliputi komunikator, pesan, media, komunikan,

dan efek. Unsur-unsur ini juga relevan untuk implementasi strategi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Saleh & Sihite, 2020).

#### 1) Komunikator

Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai sumber dan pengirim pesan dalam suatu proses komunikasi. Ini bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau lembaga yang memulai transfer informasi kepada pihak lain untuk tujuan tertentu. Kehadiran komunikator sangat penting karena menentukan arah, isi, dan tujuan komunikasi. Komunikator mengirimkan rangsangan berupa simbol atau pesan kepada penerima untuk memengaruhi pemahaman, sikap, dan perilaku mereka. Keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan sangat bergantung pada karakteristiknya, khususnya kredibilitasnya, yang meliputi kompetensi (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*) (Hasmawati, 2020).

#### 2) Pesan

Pesan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Pesan mewakili isi atau informasi yang disampaikan dari satu mitra komunikasi ke mitra komunikasi lainnya dan berfungsi untuk menyampaikan ide, pengetahuan, dan informasi dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, memengaruhi sikap, dan merangsang perubahan perilaku. Pesan adalah elemen fundamental yang menentukan efektivitas komunikasi. Oleh karena itu, pesan harus terstruktur secara sistematis, menarik perhatian mitra komunikasi, dan mudah dipahami agar menghasilkan umpan balik yang selaras dengan tujuan komunikasi. Lebih lanjut, pesan harus disesuaikan dengan karakteristik mitra komunikasi, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, dan kebutuhan

informasi mereka, karena pesan yang tidak relevan atau sulit dipahami dapat menyebabkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang jelas, logis, dan mudah dipahami merupakan faktor penting untuk komunikasi yang efektif (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

### 3) Media

Dalam konteks komunikasi, media didefinisikan sebagai sarana atau saluran yang digunakan komunikator untuk mengirimkan pesan kepada komunikator lain sehingga pesan-pesan tersebut diterima, dipahami, dan mencapai efek yang diinginkan sesuai dengan tujuan komunikasi. Media memainkan peran strategis karena bertindak sebagai penghubung antara pengirim dan penerima. Oleh karena itu, pemilihan media yang tepat menentukan efektivitas proses komunikasi. Media komunikasi, terutama media berbasis teknologi dan interaktif, memungkinkan penyebaran informasi yang lebih efektif dan cepat serta menciptakan peluang interaksi antar komunikator. Media tidak hanya berfungsi untuk mengirimkan pesan tetapi juga untuk membangun hubungan, meningkatkan pemahaman, dan melibatkan audiens dalam proses komunikasi (Widiastuti & Indriastuti, 2022).

### 4) Komunikator

Komunikator adalah orang yang menerima pesan yang ia sampaikan dalam proses komunikasi. Kehadirannya sangat penting, karena keberhasilan komunikasi bergantung pada sejauh mana pesan tersebut dipahami, diterima, dan memberikan efek yang diinginkan. Oleh karena itu, komunikator tidak dianggap sebagai individu pasif, melainkan individu aktif yang latar belakang, kebutuhan,

dan karakteristiknya memengaruhi proses penerimaan pesan. Efektivitas komunikasi akan meningkat ketika komunikator mampu memahami karakteristik audiens atau komunikan, seperti usia, latar belakang pendidikan, pengalaman, kebutuhan informasi, serta kondisi psikologisnya. Pendekatan komunikasi yang berpusat pada audiens (*audience-centered*) menempatkan komunikan sebagai fokus utama dalam penyusunan dan penyampaian pesan, sehingga pesan menjadi lebih relevan, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan komunikan (Siti Fatima & Mad Sa'i, 2025).

#### 5) Efek

Dalam teori komunikasi, setiap aktivitas komunikasi antara perantara dan audiens tidak hanya mencakup penyampaian pesan tetapi juga pengaruhnya terhadap penerima. Pengaruh ini disebut sebagai efek komunikasi dan mencerminkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens (Prasetia dkk., 2024).

### **2.3. Sosialisasi sebagai Proses Komunikasi**

Sosialisasi adalah proses penyampaian informasi, nilai, pengetahuan, dan pemahaman antara dua pihak dengan tujuan memastikan bahwa pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens sasaran. Dalam teori komunikasi, sosialisasi terkait erat dengan proses komunikasi, karena mencakup pengirim, pesan, media, penerima, dan efek yang diinginkan (Handaru, 2017).

Sebagai proses komunikasi sosialisasi yang melibatkan interaksi antara komunikator dan komunikan yang berlangsung secara terstruktur dan

berkelanjutan. Tujuan sosialisasi bukan hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk pemahaman, opini, dan kesadaran penerima tentang topik tertentu. Oleh karena itu, keberhasilan sosialisasi sangat bergantung pada metode komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens target.

Dalam dunia industri, penyebaran informasi memainkan peran penting dalam menjembatani kesenjangan informasi antara pendidikan dan dunia kerja. Tujuan penyebaran informasi dalam dunia industri adalah untuk memperkenalkan realitas industri, lowongan pekerjaan yang tersedia, budaya kerja, dan keterampilan yang dibutuhkan, serta untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dunia kerja kepada para peserta sosialisasi. Proses ini membutuhkan metode komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran, khususnya pelajar.

#### **2.4. Dunia Industri**

Industri adalah aktivitas ekonomi yang menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Seiring perkembangannya, industri tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas produktif, tetapi juga sebagai sistem yang mencakup modal manusia, teknologi, manajemen, dan proses kerja yang terstruktur. Masyarakat industri kini telah memasuki era Industri 4.0, yang ditandai dengan penggunaan teknologi digital, otomatisasi, dan jaringan di berbagai sektor produksi dan jasa (Ghufron, 2018).

Dunia Industri merupakan bagian integral dari pasar tenaga kerja dan memainkan peran kunci dalam memanfaatkan tenaga kerja terampil yang dilatih oleh lembaga pendidikan. Dunia industri ini memandang dirinya tidak hanya sebagai tempat produksi barang dan jasa, tetapi juga sebagai lingkungan kerja dengan standar kompetensi, budaya kerja, keterampilan teknis, sikap profesional, dan persyaratan kualifikasi khusus yang harus dipenuhi oleh calon pekerja. Oleh karena itu, dunia industri berfungsi sebagai titik acuan penting untuk pelatihan spesialis yang praktis dan kompetitif. Kebutuhan keterampilan dunia industri terus berubah seiring dengan perubahan teknologi dan permintaan pasar. Ketidaksesuaian antara pendidikan dan industri dapat mengakibatkan lulusan tidak cukup siap untuk pasar tenaga kerja, yang pada gilirannya menyebabkan tingginya angka pengangguran. Oleh karena itu, dunia industri terkait erat dengan peran pendidikannya, khususnya dalam menyampaikan gambaran realistis tentang kondisi kerja, keterampilan yang dibutuhkan, dan standar profesional yang relevan (Munthe & Mataputun, 2021).

## **2.5. Strategi Komunikasi Perusahaan dalam Program Sosialisasi**

Strategi Komunikasi dalam program sosialisasi merupakan serangkaian proses perencanaan, manajemen, dan implementasi sistematis yang digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan spesifik bagi audiens targetnya. Strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup pemilihan penyampai pesan, pendefinisian pesan, pemilihan media, dan pemahaman karakteristik audiens target agar pesan dapat diterima dan dipahami secara efektif.

Keberhasilan program sosialisasi sangat bergantung pada strategi komunikasi yang dipilih. Perusahaan harus memahami target audiens mereka, pesan inti mereka, dan metode serta media yang paling sesuai untuk menjangkau audiens tersebut. Strategi komunikasi berfungsi sebagai alat untuk memengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku target audiens, sehingga memastikan pencapaian tujuan program secara optimal (Hamzah Lubis, 2023; Wardhana, 2020).

Dalam konteks perusahaan, strategi komunikasi yang efektif merupakan alat penting untuk membangun hubungan antara perusahaan dan publik. Perusahaan tidak hanya bertindak sebagai penyedia informasi tetapi juga sebagai komunikator yang harus menyesuaikan bahasa, pendekatan, dan metode komunikasi mereka dengan latar belakang dan kebutuhan audiens target mereka. Untuk program peningkatan kesadaran, komunikasi harus informatif, edukatif, dan persuasif untuk mendorong pemahaman dan keterlibatan di antara audiens target,

Program sosialisasi didefinisikan sebagai upaya sistematis suatu perusahaan untuk menyajikan, menjelaskan, dan membuat suatu program dapat dipahami oleh audiens targetnya. Keberhasilan hubungan masyarakat sosial sangat bergantung pada ketepatan strategi komunikasi, khususnya pada pemahaman karakteristik kelompok sasaran, perumusan pesan yang mudah dipahami, dan pemilihan alat komunikasi yang relevan dan efektif. Strategi komunikasi dalam program tersebut harus mampu menyampaikan informasi secara jelas, persuasif, dan berkelanjutan sehingga pesan tersebut tidak hanya diterima oleh kelompok sasaran tetapi juga dipahami dan diterima. Oleh karena

itu, strategi komunikasi perusahaan dalam program tersebut tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi tetapi juga untuk menginformasikan publik dan meningkatkan kesadaran akan isu tersebut (Wardhana, 2020).

## **2.6. Anggapan Dasar**

Adapun anggapan dasar pada penelitian ini adalah untuk mensosialisasikan dunia industri PT Indonesia Aluminium Alloy (IAA), salah satunya melalui penerapan strategi komunikasi yang diwujudkan dalam program *IAA Goes To School* di Kabupaten Batu Bara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan topik penelitian secara objektif dan realistis, menyajikan fakta-fakta yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti secara sistematis, faktual, dan tepat. Tujuannya bukan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk memberikan uraian rinci tentang suatu peristiwa, situasi, atau proses sosial yang sedang berlangsung. Pendekatan kualitatif dalam penelitian deskriptif memungkinkan pemahaman holistik tentang fenomena tersebut, menekankan makna, proses, dan konteks sosial dari topik penelitian. Data yang dikumpulkan mencakup kata-kata, tindakan, dan dokumen yang relevan, memungkinkan peneliti untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi yang digunakan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Menurut Danin (2002), penelitian kualitatif berasumsi bahwa kebenaran bersifat dinamis dan hanya dapat ditemukan dengan mempelajari orang-orang dalam interaksi mereka dengan lingkungan sosial mereka. Penelitian kualitatif mengeksplorasi perspektif partisipan menggunakan strategi interaktif dan fleksibel. Tujuannya adalah untuk memahami fenomena sosial (Wekke, 2019).

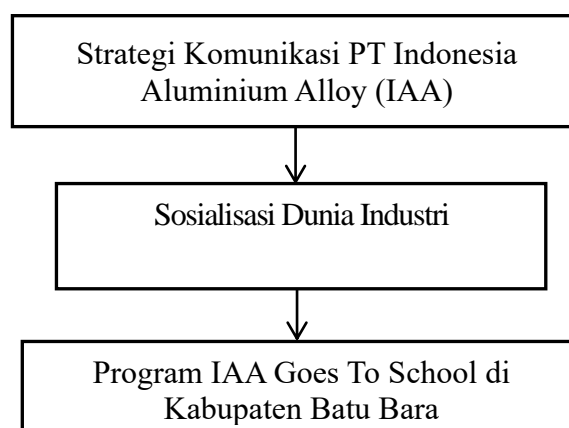
Penelitian kualitatif deskriptif mengembangkan konsep berdasarkan temuan dari kerja lapangan. Data dikumpulkan menggunakan teknik seperti

wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pandangan komprehensif tentang topik penelitian dari perspektif informan yang terlibat langsung. Dalam pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti bertindak sebagai instrumen utama dan berinteraksi langsung dengan informan untuk mengumpulkan informasi terperinci. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara sistematis untuk mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara objektif dan kontekstual. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan dan memahami strategi komunikasi PT IAA, yang digunakan untuk mempromosikan sektor tersebut sebagai bagian dari program "IAA Goes to School" di Kabupaten Batu Bara. Strategi ini didasarkan pada pengalaman, perspektif, dan informasi yang dikumpulkan langsung dari pemangku kepentingan terkait.

### 3.2. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 3.2. Kerangka Konsep**



Sumber: Data Olahan 2026

### **3.3. Definisi Konsep**

Adapun definisi konsep yang perlu didefinisikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan rencana sistematis yang mengintegrasikan semua unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada menciptakan pemahaman, mendorong penerimaan, dan mendorong perubahan perilaku dan sikap.

#### **2. Sosialisasi**

Sosialisasi merupakan proses memperoleh norma, nilai, peran, dan persyaratan lain yang diperlukan untuk partisipasi efektif dalam kehidupan sosial. Sosialisasi juga didefinisikan sebagai proses pembelajaran dalam berinteraksi dengan orang lain, dalam bertindak, berpikir, dan merasakan adalah aspek mendasar dari partisipasi sosial yang efektif.

#### **3. Dunia Industri**

Dunia industri merupakan lingkungan kerja yang mencakup beragam aktivitas manufaktur dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan yang memanfaatkan sumber daya manusia, teknologi, dan metode kerja khusus untuk menghasilkan barang atau jasa yang bernilai ekonomi. Dunia industri juga dipandang sebagai tempat di mana keterampilan, disiplin, etika kerja, dan standar profesional yang dibutuhkan dari tenaga kerja diterapkan untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan perkembangan industri.

#### 4. Program IAA Goes To School

Program IAA *Goes to School* adalah program sosialisasi pengembangan industri dari PT Indonesia Aluminium Alloy (IAA), yang diimplementasikan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk pendidikan. PT Indonesia Aluminium Alloy (IAA) bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang industri aluminium, perannya dalam rantai nilai nasional, dan pengetahuan dasar yang dibutuhkan untuk menghadapi dinamika dunia industri, khususnya di bidang teknik mesin dan logistik kepada pelajar.

#### 3.4. Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian**

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Strategi Komunikasi PT IAA Mensosialisasikan Dunia Industri	a) Perencanaan Komunikasi b) Pelaksanaan Komunikasi c) Media Komunikasi yang digunakan d) Tujuan Komunikasi e) Pesan yang disampaikan
2.	Program IAA <i>Goes To School</i>	a) Pengenalan dunia industri b) Pemberian Merchandise sebagai faktor pendukung

Sumber: Hasil Olahan, 2026

Dari tabel di atas, pembagian dari konsep teoritis Strategi Komunikasi PT IAA dalam Mensosialisasikan Program IAA *Goes To School* sebagai berikut:

1) Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi dalam penelitian ini merupakan tahap awal yang dilakukan oleh PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) dalam merancang kegiatan sosialisasi dunia industri melalui program IAA *Goes To School* di Kabupaten Batu Bara. Perencanaan komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh proses penyampaian pesan berjalan secara terarah, efektif, dan sesuai dengan tujuan program. Pada tahap perencanaan, PT IAA terlebih dahulu menentukan tujuan komunikasi, yaitu memberikan pemahaman kepada siswa mengenai dunia industri, peluang kerja, serta kompetensi yang dibutuhkan di dunia kerja. Selanjutnya, perusahaan menetapkan sasaran komunikasi, yaitu siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai target audiens, dengan mempertimbangkan karakteristik audiens seperti usia, latar belakang pendidikan, dan kebutuhan informasi. Perencanaan komunikasi juga mencakup penentuan materi dan pesan yang akan disampaikan, pemilihan media komunikasi yang sesuai, serta penjadwalan kegiatan sosialisasi di sekolah. Selain itu, PT IAA mempersiapkan narasumber yang kompeten dan memahami materi industri agar pesan dapat disampaikan secara jelas dan kredibel. Dengan adanya perencanaan komunikasi yang matang, program IAA *Goes To School* diharapkan dapat dilaksanakan secara optimal dan mencapai tujuan sosialisasi dunia industri secara efektif.

## 2) Pelaksanaan Komunikasi

Pelaksanaan komunikasi dalam penelitian ini mengacu pada implementasi strategi komunikasi PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) sebagai bagian dari kegiatan sosialisasi industri melalui program *IAA Goes To School* di Kabupaten Batu Bara. Komunikasi direncanakan dan diimplementasikan sesuai dengan tujuan program, target audiens, dan metode penyampaian informasi untuk memastikan pemahaman penuh siswa. Secara spesifik, komunikasi dilakukan melalui acara tatap muka di sekolah-sekolah, seperti presentasi PT IAA, penyebaran informasi industri, dan pengenalan profil perusahaan serta peluang karir. Implementasi komunikasi juga mencakup dialog antara perwakilan PT IAA dan siswa, dalam bentuk diskusi dan sesi tanya jawab. Hal ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada siswa untuk menggali lebih dalam dan lebih memahami materi yang disampaikan.

## 3) Media Komunikasi yang digunakan

Media komunikasi yang digunakan dalam strategi komunikasi PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) pada program *IAA Goes To School* merupakan sarana pendukung dalam menyampaikan informasi mengenai dunia industri kepada siswa sebagai khalayak sasaran. Media komunikasi berfungsi untuk membantu memperjelas pesan, menarik perhatian peserta, serta mempermudah proses pemahaman materi yang disampaikan. Dalam pelaksanaan program *IAA Goes To School* di Kabupaten Batu Bara, PT IAA memanfaatkan berbagai media komunikasi, baik secara langsung

maupun tidak langsung. Media tersebut meliputi media tatap muka melalui kegiatan sosialisasi dan pemaparan materi secara langsung di lingkungan sekolah, media visual seperti presentasi *slide (PowerPoint)*, video profil perusahaan, serta gambar atau infografis yang menggambarkan proses kerja dan lingkungan industri. Selain itu, digunakan pula media cetak berupa brosur, modul, atau materi pendukung lainnya yang berisi informasi mengenai dunia industri dan profil PT IAA.

#### 4) Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam program *IAA Goes To School* merupakan arah utama yang ingin dicapai oleh PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) dalam mensosialisasikan dunia industri kepada siswa SMK di Kabupaten Batu Bara. Melalui kegiatan komunikasi yang dirancang secara terencana, PT IAA bertujuan untuk menyampaikan informasi dan edukasi mengenai dunia industri modern, termasuk gambaran umum lingkungan kerja industri, proses kerja, budaya kerja, serta standar kompetensi yang dibutuhkan oleh tenaga kerja di sektor industri. Selain itu, tujuan komunikasi dalam program ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman siswa mengenai hubungan antara pendidikan kejuruan dengan kebutuhan dunia kerja. PT IAA berupaya membangun kesadaran siswa bahwa kesiapan menghadapi dunia industri tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kemampuan non-teknis seperti kedisiplinan, tanggung jawab, komunikasi, dan sikap profesional. Dengan adanya komunikasi yang efektif, siswa diharapkan mampu memahami

pentingnya persiapan diri sejak dini agar lebih siap bersaing setelah lulus sekolah. Tujuan komunikasi berikutnya adalah untuk menciptakan interaksi yang positif antara pihak perusahaan dan sekolah sebagai mitra dalam mendukung pengembangan sumber daya manusia. Melalui program ini, PT IAA juga ingin memperkuat hubungan dengan lingkungan sekitar serta menunjukkan kontribusi perusahaan melalui TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) di bidang pendidikan. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan dalam program IAA *Goes To School* tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga bertujuan membangun pemahaman, menumbuhkan motivasi, serta menghasilkan dampak berupa perubahan pengetahuan dan sikap siswa terhadap dunia industri.

5) Pesan yang disampaikan

Pesan yang disampaikan dalam program IAA *Goes To School* merupakan materi utama yang digunakan PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) untuk mensosialisasikan dunia industri kepada siswa SMK di Kabupaten Batu Bara. Secara umum, pesan yang disampaikan mencakup pengenalan dunia industri modern, seperti gambaran lingkungan kerja industri, proses produksi, standar keselamatan kerja, serta budaya kerja yang berlaku di perusahaan. Selain itu, PT IAA juga menyampaikan informasi mengenai profil perusahaan, bidang usaha yang dijalankan, serta peran PT IAA sebagai bagian dari sektor industri. Pesan ini bertujuan agar siswa mengetahui bentuk nyata dunia industri dan memahami bagaimana

industri beroperasi secara profesional. Dengan demikian, pesan yang disampaikan dalam program *IAA Goes To School* tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan edukatif, karena diarahkan untuk membentuk pemahaman, meningkatkan pengetahuan, serta mendorong siswa agar lebih siap dan percaya diri menghadapi dunia industri di masa depan.

#### 6) Pengenalan Dunia Industri

Pengenalan dunia industri merupakan fase pertama dari program tanggung jawab sosial dan lingkungan bidang pendidikan PT IAA dan memberikan gambaran umum tentang industri kepada siswa. Pengenalan ini mencakup pemahaman tentang berbagai sektor, proses kerja di lingkungan industri, budaya kerja, dan peran industri dalam pembangunan ekonomi. Melalui pengenalan ini, siswa diharapkan memperoleh wawasan tentang dunia industri dan menghindari kesalahpahaman atau pandangan sepihak tentang pasar tenaga kerja industri.

#### 7) Pemberian Merchandise sebagai faktor pendukung

Pemberian *merchandise* dalam program *IAA Goes To School* merupakan salah satu faktor pendukung yang digunakan PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) untuk memperkuat pelaksanaan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan dunia industri kepada siswa di Kabupaten Batu Bara. *Merchandise* diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada peserta kegiatan, sekaligus menjadi sarana untuk meningkatkan perhatian dan antusiasme siswa selama mengikuti sosialisasi. Selain itu, pemberian *merchandise*

juga berfungsi sebagai media pendukung komunikasi yang dapat membantu memperkuat ingatan siswa terhadap program yang dilaksanakan. Melalui *merchandise* yang memuat identitas perusahaan, siswa diharapkan lebih mudah mengenal PT IAA serta memahami bahwa kegiatan sosialisasi tersebut merupakan bagian dari kontribusi perusahaan melalui program TJSL. Dengan demikian, pemberian *merchandise* tidak hanya bersifat simbolis, tetapi juga mendukung efektivitas komunikasi dengan menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan berkesan bagi siswa sebagai komunikan.

### **3.5. Narasumber Penelitian**

Narasumber adalah individu berperan sebagai sumber informasi utama dalam suatu penelitian dan memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dengan topik penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, narasumber dipilih secara khusus karena diharapkan dapat memberikan data yang mendalam, relevan, dan akurat tentang fenomena yang sedang dipelajari. Narasumber memainkan peran penting dalam memberikan informasi untuk perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi komunikasi dalam suatu program. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari lima orang, mereka adalah pihak yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program *IAA Goes To School*, yaitu:

- a. Junior Manager Divisi AOB PT IAA, terdiri dari 1 orang.
- b. Sekretaris Divisi AOB PT IAA, terdiri dari 1 orang.
- c. Staf Divisi Pemasaran & Logistik (Pemateri Dunia Industri & Logistik), terdiri dari 1 orang.

- d. Staf Divisi SDM (Pemateri Growth Mindset), terdiri dari 1 orang.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif, data biasanya dikumpulkan menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini digunakan secara bersamaan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan detail tentang fenomena yang sedang diteliti

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data di mana objek atau fenomena yang sedang dipelajari diamati secara langsung dalam keadaan alaminya. Melalui observasi, peneliti mengumpulkan data tentang perilaku, aktivitas, dan proses komunikasi yang sedang berlangsung, sehingga memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang situasi sosial yang sedang dipelajari. Dalam penelitian kualitatif, tujuan observasi adalah untuk menggambarkan peristiwa secara objektif dan sistematis, tanpa memanipulasi keadaan yang diamati.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang paling luas digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi langsung dari responden atau narasumber melalui proses tanya jawab secara tatap muka. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam sikap, keyakinan, pengalaman, serta pemahaman partisipan terhadap

fenomena sosial yang diteliti, sehingga data yang diperoleh bersifat kontekstual dan kaya akan makna. Dalam pelaksanaannya, wawancara kualitatif bersifat fleksibel dan interaktif, karena peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respon yang diberikan oleh narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan autentik. (Basiroen dkk., 2024)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis berbagai dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen ini dapat mencakup catatan tertulis, laporan, foto, video, catatan aktivitas, atau materi lain yang relevan dengan penelitian. Teknik dokumentasi berfungsi sebagai data tambahan untuk mendukung temuan wawancara dan observasi, membantu peneliti memperoleh data yang autentik dan dapat dipertanggungjawabkan.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif umumnya menggunakan analisis data induktif. Analisis data adalah proses pencarian dan pengorganisasian data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk menarik kesimpulan yang mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, analisis data dimulai dengan memahami hasil wawancara dengan informan. Setelah pengumpulan data, data dipecah menjadi satuan analisis. Hal ini dilakukan dengan mengkategorikan data, membaginya

menjadi unit, mensintesisnya, mengidentifikasi pola, memilih aspek dan objek studi yang relevan, dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami baik oleh peneliti maupun pihak lain. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah:

### **3.7.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah pertama dalam analisis data. Peneliti mengumpulkan data di lapangan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Data yang dikumpulkan berkaitan dengan strategi komunikasi PT IAA untuk mempromosikan lanskap industri melalui program *IAA Goes To School* di Batu Bara. Ini termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan hasil kegiatan sosialisasi yang dilakukan.

### **3.7.2 Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan data lapangan. Pada fase ini, peneliti memilih data yang relevan dengan tujuan penelitian dan mengelompokkannya menurut kategori penelitian, seperti strategi komunikasi, bentuk sosialisasi, dan pengaruh terhadap pemahaman siswa, untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar mendukung tujuan penelitian.

#### **3.7.1. Penyajian Data**

Penyajian data adalah fase di mana data yang telah direduksi disajikan dengan cara yang mudah dipahami, menggunakan deskripsi, tabel, atau diagram. Tujuan penyajian data adalah untuk mengilustrasikan pola, hubungan, dan proses

strategi komunikasi yang digunakan oleh PT IAA dalam program "IAA Goes To School", sehingga memfasilitasi analisis lebih lanjut oleh para peneliti.

### **3.7.3 Penarikan Kesimpulan**

Penarikan Kesimpulan merupakan tahap akhir analisis data. Ini mencakup interpretasi data yang disajikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan ini ditarik langkah demi langkah dan terus diverifikasi menggunakan data lapangan untuk memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan situasi sebenarnya dan dapat dibuktikan secara ilmiah.

### **3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung dimulai dari bulan Januari hingga April 2026. Penelitian ini dilaksanakan di PT Indonesia Aluminium Alloy (IAA) yang berlokasi di Jalan Access Road, Kuala Tanjung, Kecamatan Sei Suka, Kabupaten Batubara, Sumatera Utara, Indonesia 21657. Pemilihan lokasi didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji bagaimana Strategi Komunikasi PT IAA dalam menjalankan program *IAA Goes To School* untuk memperkenalkan siswa pada dunia kerja dan dunia Industri.

### **3.9. Deskripsi Ringkas Lokasi Penelitian**

Perjalanan berdirinya PT Indonesia Aluminium Alloy tidak terlepas dari perkembangan industri aluminium Indonesia yang telah berlangsung sejak beberapa dekade lalu. Industri aluminium di Indonesia diawali oleh kehadiran PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) yang merupakan salah satu perusahaan aluminium terintegrasi pertama di Asia Tenggara. INALUM didirikan

berdasarkan perjanjian antara Pemerintah Indonesia dengan konsorsium perusahaan Jepang pada tahun 1976 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982 di Kuala Tanjung, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara.

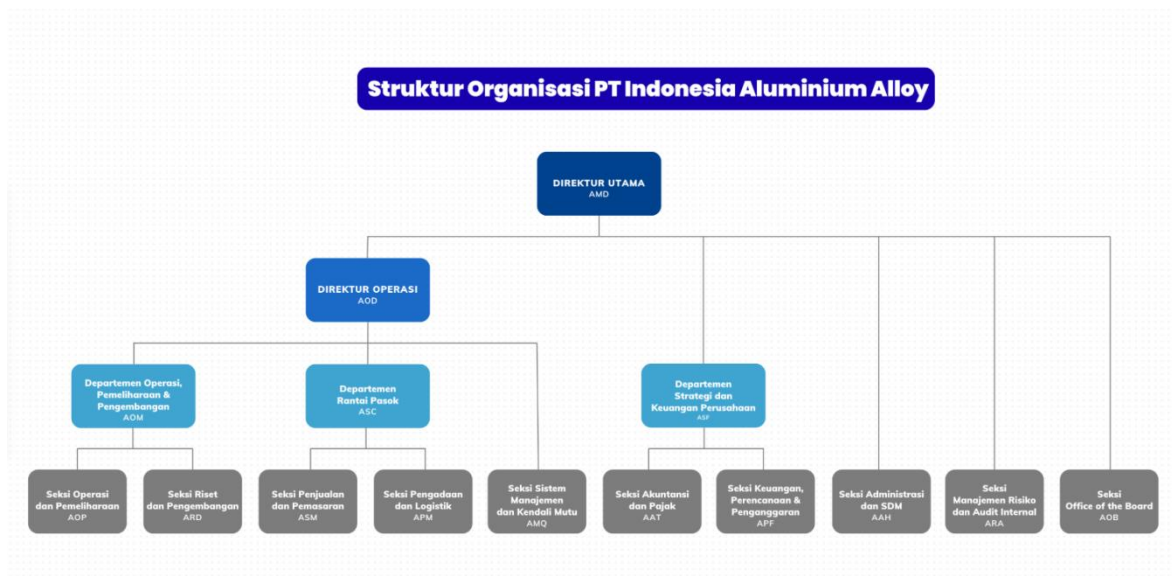
Dalam rangka pengembangan kapasitas produksi aluminium nasional dan sebagai respons terhadap Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 2016 tentang Percepatan Proyek Strategis Nasional, PT INALUM kemudian merancang strategi perluasan usaha melalui pembangunan smelter baru di Kawasan Industri Kuala Tanjung. Langkah konkret dari strategi ini adalah pengambilalihan atau akuisisi aset aluminium alloy yang sebelumnya dikelola oleh PT Asahan Aluminum Alloys (PT AAA). Proses akuisisi tersebut resmi diselesaikan pada tanggal 9 Oktober 2019, yang kemudian menjadi fondasi berdirinya entitas baru bernama PT Indonesia Aluminum Alloy. PT IAA secara resmi didirikan pada tanggal 22 Mei 2020 sebagai anak perusahaan PT INALUM yang bertugas menjalankan produksi aluminium daur ulang. Sejak berdiri, PT IAA terus melakukan modernisasi fasilitas produksi dan peningkatan kapasitas pabrik agar dapat beroperasi secara penuh sesuai target. Pada tahun 2023, PT IAA menargetkan seluruh lini produksinya dapat beroperasi penuh dengan kapasitas 30.000 ton per tahun untuk melayani kebutuhan industri manufaktur domestik maupun ekspor. Hingga saat ini, PT IAA terus berkembang sebagai salah satu produsen billet aluminium daur ulang terkemuka di Indonesia yang mendukung program hilirisasi mineral nasional.

Adapun visi & misi PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) adalah sebagai berikut:

- Menjadi Perusahaan aluminium yang unggul dalam kualitas, berdaya saing serta menciptakan nilai bagi seluruh Pemangku Kepentingan.
- Menjalankan operasi Perusahaan dengan mengutamakan keselamatan dan kesehatan kerja bagi seluruh karyawan.
- Memproduksi Aluminium yang berkualitas dan dapat diandalkan serta tepat waktu dalam pengiriman.
- Membangun dan membina hubungan yang harmonis dengan seluruh Pemangku Kepentingan.
- Memberdayakan SDM secara berkesinambungan untuk berinovasi guna menciptakan nilai tambah bagi seluruh Pemangku Kepentingan.

Struktur organisasi PT Indonesia Aluminium Alloy (PT IAA) disusun secara hierarkis guna memastikan efektivitas pengelolaan operasional perusahaan. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

**Gambar 3.9. Struktur Organisasi PT Indonesia Aluminium Alloy**



Sumber: Website Resmi PT Indonesia Aluminium Alloy, 2026

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui metode kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara. Studi ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh PT IAA untuk mensosialisasikan dunia industri di kalangan siswa melalui program *IAA Goes To School* di Batu Bara, berdasarkan perspektif informan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program tersebut. Data wawancara kemudian dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data yang dikumpulkan melalui wawancara dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini disajikan secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan narasumber. Setiap hasil penelitian didukung oleh kutipan langsung dari narasumber untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh PT IAA untuk mensosialisasikan dunia industri di kalangan siswa melalui program *IAA Goes to School* di Batu Bara.

Isu yang dibahas dalam bab ini berkaitan dengan strategi komunikasi PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri di kalangan siswa melalui program *IAA Goes To School* di Batu Bara. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini

dilakukan setelah pelaksanaan program *IAA Goes To School*, dengan fokus pada perencanaan, pelaksanaan, dan distribusi materi kepada siswa.

Narasumber untuk penelitian ini adalah individu yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan program *IAA Goes To School*. Mereka dipilih menggunakan teknik purposive sampling, sesuai dengan persyaratan penelitian kualitatif. Oleh karena itu, diharapkan narasumber yang terpilih akan memberikan informasi rinci yang relevan dengan tujuan penelitian. Keempat narasumber ini adalah individu yang terlibat dalam perencanaan program dan pembicara yang mendistribusikan materi kepada siswa selama kegiatan tersebut. Keempat narasumber tersebut adalah:

Narasumber pertama bernama Bapak M. Fajar Dzil Ikram adalah Manajer Junior Divisi AOB PT IAA di Kabupaten Batu Bara. Bapak Fajar berusia 30 tahun. Penulis memilih Bapak Fajar karena beliau terlibat langsung dalam perencanaan dan pengelolaan program *IAA Goes To School* dan oleh karena itu memiliki pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh PT IAA untuk menghubungkan dunia industri dengan siswa.

#### **Gambar 4.1. Wawancara Bersama Bapak M. Fajar Dzil Ikram**



(Sumber: Hasil Penelitian 2026)

Narasumber kedua bernama Ibu Merry Christina Silaen yang merupakan Sekretaris Divisi AOB PT IAA di Kabupaten Batu Bara. Ibu Merry memiliki peran dalam membantu proses koordinasi serta pelaksanaan program *IAA Goes To School*. Penulis memilih Ibu Merry sebagai narasumber karena beliau terlibat langsung dalam proses administrasi, koordinasi kegiatan, serta komunikasi dengan pihak sekolah yang menjadi lokasi pelaksanaan program *IAA Goes To School*. Dengan perannya tersebut, Ibu Merry memiliki pemahaman mengenai proses pelaksanaan kegiatan serta bentuk komunikasi yang dilakukan oleh PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri kepada siswa.

#### **Gambar 4.2. Wawancara Bersama Ibu Merry Christina Silaen**



(Sumber: Hasil Penelitian 2026)

Narasumber ketiga bernama Ibu Sania Dita Widyasari yang merupakan pemateri dari salah satu staf divisi Pemasaran & Logistik yang menyampaikan materi mengenai pengenalan dunia industri kepada siswa dalam kegiatan *IAA Goes To School*. Penulis memilih narasumber ini karena terlibat langsung dalam proses penyampaian materi yang berkaitan dengan gambaran dunia kerja serta

pengalaman di lingkungan industri. Sebagai pemateri, narasumber ini memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai dunia industri kepada siswa serta membangun pemahaman siswa mengenai kesiapan menghadapi dunia kerja.

#### **Gambar 4.3. Wawancara Bersama Ibu Sania Dita Widayari**



(Sumber: Hasil Penelitian 2026)

Narasumber keempat bernama Ibu Rahmawani yang merupakan pemateri dari Divisi Sumber Daya Manusia (SDM) PT IAA yang bertugas menyampaikan materi mengenai growth mindset kepada para siswa dalam kegiatan IAA *Goes To School*. Penulis memilih narasumber ini karena memiliki peran sebagai komunikator yang secara langsung berinteraksi dengan siswa dalam kegiatan sosialisasi tersebut. Melalui penyampaian materi tentang pengembangan pola pikir dan motivasi dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja, narasumber ini memiliki pengalaman langsung dalam proses penyampaian pesan kepada siswa serta mengetahui respon siswa terhadap materi yang disampaikan.

**Gambar 4.4. Wawancara Bersama Ibu Rahmawani**



(Sumber: Hasil Penelitian 2026)

#### **4.1.1 Straregi Komunikasi PT IAA Dalam Mensosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes To School**

Wawancara yang dilakukan peneliti berfokus pada strategi komunikasi PT IAA dalam mensosialisasikan dunia industri melalui program IAA Goes To School di Kabupaten Batu Bara. Pertanyaan yang diajukan kepada para narasumber disusun berdasarkan kategorisasi penelitian yang meliputi perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, media komunikasi yang digunakan, tujuan komunikasi, dan pesan yang disampaikan. Hasil wawancara dari keempat narasumber disajikan secara sistematis berdasarkan kategorisasi tersebut sebagai berikut:

##### **4.1.1.1 Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan komunikasi mencakup seluruh tahapan persiapan yang dilakukan sebelum program *IAA Goes To School* diselenggarakan, mulai dari latar

belakang program, analisis audiens, penentuan materi, koordinasi dengan sekolah, pemilihan pemateri, hingga rencana pengembangan ke depan.

Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai latar belakang diselenggarakannya program ini kepada Bapak M. Fajar Dzil Ikram selaku Junior Manager Divisi AOB. Bapak Fajar menjelaskan bahwa program ini lahir dari keresahan perusahaan atas kurangnya pendekatan antara PT IAA dengan siswa-siswi yang berada di wilayah sekitar operasional perusahaan, khususnya di Ring 1 Kuala Tanjung dan Indrapura. Melalui program tersebut, perusahaan berupaya memperdekat diri dengan generasi muda sekaligus memperkenalkan identitas dan industri yang dijalankan oleh perusahaan. Hal tersebut disampaikan langsung oleh narasumber 1 sebagai berikut:

“Latar belakang terciptanya IAA *Goes To School* adalah keresahan perusahaan terkait pendekatan perusahaan dengan siswa siswi di Indrapura atau spesifiknya di Ring 1 Kuala Tanjung dan Indrapura, jadi melalui program tersebut IAA dapat memperdekat diri kepada siswa siswi dan memperkenalkan ke generasi yang lebih muda terkait industrinya dan kemudian identitasnya.”

Selanjutnya peneliti menanyakan kepada Bapak Fajar apakah dilakukan analisis kebutuhan atau karakteristik audiens sebelum kegiatan diselenggarakan. Ia menjelaskan bahwa perusahaan telah melakukan riset terlebih dahulu untuk menentukan sekolah-sekolah yang akan menjadi sasaran program. Riset tersebut didasarkan pada pengalaman kerja sama yang pernah terjalin sebelumnya, dan apabila belum pernah bekerja sama, perusahaan menelusuri sekolah yang

memiliki potensi terbesar dengan jurusan yang paling relevan dengan bidang industri IAA. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak Fajar sebagai berikut:

“Sudah dilakukan riset terlebih dahulu sekolah-sekolah mana saja yang ingin dituju berdasarkan dari *experience* yang pernah bekerja sama dengan kita. Kalaupun belum ada bekerja sama dengan kita, kita meriset sekolah yang potensinya paling besar, yang jurusannya paling relevan dengan IAA.”

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai bagaimana penentuan materi yang akan disampaikan kepada siswa. Bapak Fajar menjelaskan bahwa penentuan materi terbagi dalam dua kategori, yaitu materi general yang disampaikan berdasarkan potensi siswa secara umum tanpa merujuk pada industri IAA secara khusus, serta materi spesifik yang berkaitan langsung dengan industri aluminium dan disesuaikan dengan jurusan dari masing-masing sekolah sasaran. Hal ini dipertegas oleh Bapak Fajar sebagai berikut:

“Penentuan materi kepada siswa itu tergolong dari dua hal, yang pertama secara general, secara *general* itu adalah materi yang disampaikan berdasarkan potensi siswa dan siswi yang tidak merujuk pada industri IAA. Yang kedua adalah materi spesifik terkait industri IAA yang disesuaikan dengan jurusan dari masing masing sekolah”.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada Ibu Merry Christina Silaen selaku Sekretaris Divisi AOB mengenai proses perencanaan kegiatan sebelum program dilaksanakan. Ia menjelaskan bahwa perencanaan dilakukan berdasarkan kebutuhan pemenuhan pilar TJSL perusahaan di bidang pendidikan, yang merupakan program TJSL pertama yang digagas secara mandiri oleh PT

IAA pada tahun 2025. Tahapan perencanaan dimulai dari penyusunan kajian program, pengajuan permohonan biaya melalui mekanisme *Request For Approval* (RFA), pencairan dana, pelaksanaan kegiatan, hingga penutupan dengan laporan pertanggungjawaban dan settlement biaya. Ia menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Untuk persiapannya itu pertama kita buat kajian programnya dulu, dilihat dari latar belakangnya kebutuhan dan tanggung jawab apa di masyarakat, setelah dibuatkan kajian program kita melakukan skema permohonan biaya melalui RFA dulu pertama, Request For Approval, baru setelah dari situ dana di cairkan baru program dijalankan kemudian di tutup dengan laporan pertanggung jawaban sekaligus settlement biaya”.

Peneliti selanjutnya menanyakan kepada Ibu Merry mengenai bagaimana koordinasi antara PT IAA dengan pihak sekolah dilakukan. Ia menjelaskan bahwa koordinasi diawali dengan menghubungi kepala sekolah melalui kontak yang diperoleh dari guru maupun kenalan perusahaan. Sebelum menghubungi pihak sekolah, perusahaan terlebih dahulu menjaring dan menyeleksi sekolah-sekolah yang dinilai potensial berdasarkan dua pertimbangan utama, yaitu kedekatan lokasi sekolah dengan perusahaan serta kesesuaian jurusan dengan bidang industri aluminium. Dari tiga sekolah yang awalnya direncanakan, hanya dua yang akhirnya dikunjungi karena pertimbangan biaya dan keterbatasan jumlah tim. Ibu Merry menyatakan bahwa:

“Jadi kalau koordinasinya itu kita ngubungi kepekenya, dapat kontak kepekenya dari guru-guru atau kenalan. Di nilai itu dari pertama adalah lokasinya, jadi semakin dekat dengan perusahaan maka dia semakin kuat *engange*-nya dengan perusahaan.”

Terkait proses pemilihan narasumber atau pemateri dalam kegiatan, peneliti mengajukan pertanyaan kepada Ibu Merry. Ia menjelaskan bahwa pemilihan pemateri dilakukan dengan mempertimbangkan latar belakang jurusan sekolah sasaran. Untuk SMKS Karya Bhakti, dipilih pemateri yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang relevan di bidang logistik. Sementara untuk SMKS Budi Dharma yang memiliki cakupan siswa lebih banyak, perusahaan turut mengundang alumni yang pernah bekerja di IAA sebagai narasumber tambahan. Ia menyampaikan bahwa:

“Si mbak Dita nya dia kan juga udah ada pengalaman di kuliah satu lagi sama pengalaman kerjanya juga relevan di dunia logistik, jadi berdasarkan itu. Kalo dari Budhi Dharma, mbak Ama *scope* nya kan lebih besar karena siswa siswinya banyak, abis itu kan alumninya banyak, kita ngundang alumni juga sebagai narasumber.”

Peneliti kemudian menanyakan kepada Bapak Fajar mengenai apa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program ini. Ia menjelaskan bahwa secara teknis tidak ada kendala yang berarti karena persiapan telah dilakukan secara menyeluruh dan matang. Namun kendala yang dikhawatirkan adalah faktor-faktor di luar kuasa seperti kondisi cuaca yang tidak dapat diprediksi, serta reaksi atau feedback dari siswa yang mungkin saja ada yang tidak tertarik terhadap kegiatan. Ia menyatakan bahwa:

“Kalau kendala secara teknis tidak ada karena persiapan secara menyeluruh sudah dipersiapkan secara matang tetapi kendala yang ditakutkan adalah kendala-

kendala yang diluar kuasa atau teknis seperti cuaca. Kemudian yang kedua adalah reaksi atau *feedback* dari siswa siswi yang mungkin saja ada yang tidak tertarik.”

Mengenai upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut, Bapak Fajar menjelaskan bahwa cuaca merupakan sesuatu yang di luar kendali perusahaan sehingga tidak dapat diprediksi. Adapun sikap dan minat siswa yang beragam diatasi secara kondisional, yaitu dengan menyesuaikan dan menggiring suasana selama kegiatan berlangsung, karena sikap maupun kebiasaan siswa tidak dapat dipilih atau dikontrol sepenuhnya oleh penyelenggara. Pernyataan tersebut dipertegas oleh Bapak Fajar sebagai berikut:

“Berdasarkan yang saya sampaikan tadi, diluar kuasa kita cuaca itu tidak bisa kita prediksi yang pertama. Dan kedua *habit* atau *attitude* dari siswa siswi juga tidak bisa kita pilih atau kontrol, ya itu kondisional bagaimana kita menyikapi atau menggiring suasana ketika acara itu berlangsung.”

Mengenai apakah program ini akan terus dilaksanakan secara berkelanjutan, Bapak Fajar menjelaskan bahwa berdasarkan prototipe yang telah dilaksanakan pada November 2025, program ini berpotensi besar untuk dilaksanakan satu tahun sekali secara rutin setiap akhir tahun. Pelaksanaannya akan dilakukan di sekolah-sekolah berbeda yang tetap berada di wilayah Ring 1 hingga Ring 2 selama masih memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Ia menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Berdasarkan dari prototipe yang dilaksanakan pada November 2025 potensi besar program ini akan dilaksanakan satu tahun sekali di akhir tahun secara

berkelanjutan di SMA-SMA berbeda selama masih berada di wilayah Ring 1 hingga Ring 2.”

Selanjutnya peneliti menanyakan kepada Bapak Fajar mengenai rencana pengembangan program *IAA Goes To School* untuk ke depannya. Ia menjelaskan bahwa secara garis besar perusahaan berencana untuk lebih mematangkan materi yang akan disampaikan serta lebih spesifik dalam menentukan sekolah sasaran, dengan fokus pada sekolah-sekolah yang memiliki jurusan yang benar-benar bersinggungan atau berhubungan langsung dengan industri aluminium. Bapak Fajar menyampaikan bahwa:

“Rencana pengembangannya mungkin secara garis besarnya lebih dimatangkan lagi materi apa dan tujuan sekolah-sekolahnya tuh lebih spesifik lagi yang betul-betul masuk jurusannya ke kita tidak secara umum.”

#### **4.1.1.1. Pelaksanaan Komunikasi**

Pelaksanaan komunikasi mencakup bagaimana seluruh strategi yang telah direncanakan diimplementasikan selama program *IAA Goes To School* berlangsung di lapangan. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada narasumber Bapak Fajar mengenai strategi komunikasi apa yang digunakan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh siswa. Beliau menjelaskan bahwa meskipun pihak perusahaan tidak mengacu pada pendekatan teoritis secara khusus, strategi yang diharapkan adalah komunikasi dua arah yang membuka ruang untuk adanya umpan balik dari peserta, sehingga penyampaian pesan tidak bersifat satu arah semata. Ia menyatakan bahwa:

“Dalam penentuannya ini tidak menggunakan teoritis tapi yang kita harapkan adalah komunikasi dua arah dan komunikasi yang memiliki *feedback*.”

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kepada Ibu Sania Dita Widayari mengenai metode apa saja yang digunakan dalam menyampaikan materi. Ia menjelaskan bahwa seluruh metode digunakan secara bersamaan, mulai dari presentasi, pengenalan materi, tanya jawab, diskusi, hingga berbagi informasi. Pemateri juga tidak hanya berdiri di satu tempat, tetapi bergerak ke berbagai sisi ruangan untuk mendekati siswa yang duduk di bagian belakang dan memastikan sesi tanya jawab dapat menjangkau seluruh peserta. Ibu Dita menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Iya kebetulan kemarin itu, kita memang semua kita lakukan ya mulai dari presentasi, pengenalan terus tanya jawab, diskusi dan ya berbagi informasi itu yang juga kita lakukan. Coba untuk kita presentasi tapi tidak bergerak di satu tempat. Jadi kita lebih ke berbagai sisi, bisa ke kanan, ke kiri, ke tengah, ke depan atau kita mendekatkan diri biar terjangkau sama anak-anak yang duduk di belakang. Dan itu juga ketika tanya jawab juga kita lempar ke berbagai sudut jadi baik kanan ke kiri itu mereka semua kebagian lokasi tanya jawab.”

Terkait cara menarik perhatian siswa agar tetap fokus selama kegiatan berlangsung, Ibu Dita menjelaskan bahwa pendekatan yang dilakukan adalah dengan tidak terpaku di satu titik penyampaian. Dengan bergerak mendekati siswa dan meratakan distribusi tanya jawab ke seluruh penjuru ruangan, seluruh peserta merasa dilibatkan secara aktif sehingga konsentrasi siswa tetap terjaga sepanjang kegiatan.

Peneliti kemudian menanyakan kepada Ibu Dita apakah penyampaian materi dalam program ini sudah efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa tentang dunia industri. Ia menjelaskan bahwa sebelum memulai kegiatan, ia

terlebih dahulu meminta siswa untuk menunjukkan daftar mata pelajaran dari rapor mereka sebagai acuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman awal yang dimiliki siswa. Materi kemudian dikembangkan dan disesuaikan berdasarkan apa yang sudah mereka pelajari, sehingga penyampaiannya terasa lebih relevan. Ibu Dita menilai penyampaian materi cukup efektif sebagaimana disampaikan berikut:

“Kalo saya lihat iya, saya sebelumnya sudah liat pertama pas anak-anak masuk saya minta memberikan list raport. Jadi raport itu keliatan apa saja sih yang sudah mereka pelajari, dari situ anak kelas 12 nya memberikan beberapa list mata pelajaran yang kejuruan mereka sebetulnya tidak begitu jauh sama SKS kita di kampus. Informasi yang sudah mereka dapatkan kita tambahkan. Ya jadi menurut saya efektif ya, ya saya menyesuaikan lah.”

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Dita bagaimana respon dan antusiasme siswa saat kegiatan berlangsung. Ia menjelaskan bahwa antusiasme siswa di SMKS Karya Bhakti cukup tinggi mengingat logistik merupakan jurusan yang masih baru di sekolah tersebut. Adanya diskusi dan sesi tanya jawab dua arah menjadi indikator bahwa siswa mampu mencerna dan merespons informasi yang disampaikan. Ibu Dita menyampaikan bahwa:

“Dengan adanya informasi tambahan dari mata pelajaran yang sudah mereka pelajari itu mereka terlihat antusiasnya, jadi dengan adanya diskusi tanya jawab itu dua arah maksudnya ketika kita buka sisi pertanyaan ada pertanyaan lalu saya menjawab itu mereka bisa memberikan respon.”

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada Ibu Rahmawani mengenai metode komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan materi growth mindset. Ibu Rahmawani menjelaskan bahwa metode yang digunakannya adalah storytelling dan sharing pengalaman pribadi. Sebelum memulai presentasi,

narasumber terlebih dahulu menceritakan perjalanan hidupnya dari masa sekolah hingga menempati posisi saat ini, untuk membangun kepercayaan dari audiens sebelum mulai menyampaikan substansi materi. Ia menyampaikan bahwa:

“Metode komunikasi yang saya sampaikan sebenarnya lebih ke *story telling*, ya. Saya harus bangun dulu kaya kepercayaan dari audiensnya berdasarkan *experience* yang saya punya. Jadi saya mulai dengan saya sampaikan pencapaian saya dari saya sekolah sampai bekerja, gitu. Kenapa saya bisa di titik sekarang, dengan posisi yang sekarang di usia saya yang masih muda itu saya kasih tau dulu apasih yang saya biasanya pegang teguh. Salah satunya ya itu *growth mindset*. Jadi metodenya *story telling* dan lebih ke *sharing* sih sebenarnya.”

Terkait bagaimana cara Ibu Rahmawani membangun interaksi dengan siswa selama kegiatan berlangsung, ia menjelaskan bahwa interaksi dibangun melalui pemberian *assessment* kecil di awal sebelum materi dimulai. *Assessment* tersebut berupa formulir untuk mengukur apakah siswa cenderung memiliki *growth mindset* atau *fixed mindset*. Dari hasil pengisian formulir tersebut, Ibu Rahmawani dapat memperoleh gambaran statistik kondisi pola pikir siswa dan menggunakannya sebagai titik awal penyampaian materi. Ia menyampaikan bahwa:

“Pertama waktu itu saya buat tes kecil-kecilan, terkait dengan semacam *assessment* kecil apakah si siswa tersebut memiliki *mindset* bertumbuh atau *mindset* tetap. Jadi sebelum memulai presentasi saya, saya memberikan formulir untuk mereka isi jadi disitu saya bisa mendapat statistik apakah *mostly* anak-anak siswa yang di sekolah tersebut itu memiliki *growth mindset* atau *fixed mindset*, nah setelah dari situ saya sampaikan sebenarnya apa sih yang dimaksud dengan *growth mindset*, *fixed mindset*, dan ciri-ciri orang yang memilikinya serta apa yang harus mereka *equip* untuk bisa mencapai *goals* mereka.”

Mengenai apakah materi yang diberikan efektif dalam meningkatkan motivasi dan kesiapan mental siswa, Ibu Rahmawani menjelaskan bahwa efektivitasnya dapat terlihat dari proses *assessment* awal yang memungkinkan siswa mengenali kondisi pola pikir mereka sendiri. Selain mengedukasi siswa,

beliau juga turut mengedukasi guru-guru yang hadir mengenai peran lingkungan eksternal dalam membentuk mentalitas siswa, karena pembentukan karakter tidak hanya berasal dari faktor intrinsik tetapi juga dari dukungan orang tua, guru, dan sekolah.

Peneliti kemudian menanyakan kepada Ibu Rahmawani bagaimana respon siswa setelah mengikuti sesi tersebut. Ia menjelaskan bahwa respon siswa bersifat relatif, sebagian besar terlihat *excited* dan aktif mengajukan pertanyaan, meskipun ada pula yang sekadar penasaran. Hal ini dinilai wajar dalam kegiatan sosialisasi yang melibatkan banyak peserta dengan latar belakang yang berbeda. Ibu Rahmawani menyampaikan bahwa:

“Relatif ya sebenarnya kalau misalnya berbicara tentang respon. Ada yang dia *excited* dan saya bisa lihat dengan pertanyaan-pertanyaan yang mereka berikan ya *mostly excited*.”

Peneliti selanjutnya menanyakan kepada Ibu Merry apakah PT IAA melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program. Beliau menjelaskan bahwa evaluasi pasti dilakukan sebagai bagian dari proses pertanggungjawaban dan sebagai dasar perbaikan untuk program selanjutnya, termasuk melalui proses *settlement* biaya yang dilakukan setelah kegiatan selesai. Hal tersebut dipertegas oleh Ibu Merry sebagai berikut:

“Pasti lah, ngga mungkin ngga dilaksanakan termasuk *settlement* itu kan evaluasi. Pastinya kita melakukan evaluasi lah untuk bisa melaksanakan program selanjutnya.”

Terkait bagaimana cara mengetahui efektivitas kegiatan program IAA *Goes To School*, Ibu Merry menjelaskan bahwa efektivitas diukur bukan dengan menyebarkan angket penilaian, melainkan dengan memberikan pilihan opsi kepada siswa mengenai rencana mereka setelah lulus, apakah akan melanjutkan kuliah atau langsung bekerja. Dari data tersebut, perusahaan dapat mengukur potensi tingkat serapan tenaga kerja dari putra daerah. Ia menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Jadi efektif nya adalah pastinya dilihat dari setelah programnya itu selesai. Kita memang ngga sebar kaya semacam angket gitu untuk ngasih pendapat. Tapi kita ada sebar yang waktu itu kita kegiatan kan, jadi dari situ ada semacam yang kita dapat dari IAA bahwasanya kita ada kasih opsi-opsi pilihan kira kira berapa orang lanjut kuliah dan berapa orang yang lanjut bekerja. Dari situ juga kita bisa tau bahwa tingkat serapan tenaga kerja untuk putra daerah itu kira kira berapa dibutuhkan karena kan diambil dari *sample* dua sekolah itu tadi kan apakah mereka lanjut dunia perkuliahan atau dunia kerja.”

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Merry bagaimana respon siswa dan pihak sekolah terhadap program secara keseluruhan. Beliau menjelaskan bahwa pihak sekolah merasa puas dan bahkan meminta agar program dilaksanakan kembali. Kepala sekolah yang dihubungi secara langsung menyatakan bahwa program ini bermanfaat dan berharap agar pelaksanaan berikutnya dapat diselenggarakan dalam skala yang lebih besar. Ia menyampaikan bahwa:

“Jadi, kalau yang kakak pernah dengar atau langsung obrolin ke kepek-kepek nya mereka bilang kalau bagus sih program ini dilaksanakan kalau bisa berikut berikutnya diadakan lagi dengan acara yang lebih besar karena mereka merasa program ini bermanfaat.”

#### 4.1.1.2 Media Komunikasi Digunakan

Media komunikasi yang digunakan mencakup seluruh sarana yang dimanfaatkan PT IAA dalam mendukung penyampaian pesan kepada siswa selama program IAA *Goes To School* berlangsung. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada Ibu Merry mengenai media komunikasi apa saja yang disiapkan dalam program ini. Beliau menjelaskan bahwa perusahaan memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempromosikan program kepada masyarakat luas sebelum kegiatan dilaksanakan. Instagram dipilih karena sifatnya yang gratis dan efektif menjangkau segmen generasi muda, khususnya siswa sekolah. Selain itu, saat pelaksanaan kegiatan juga ditampilkan video profil perusahaan. Setelah kegiatan selesai, informasi disebarluaskan melalui website resmi perusahaan dan brosur yang dibagikan kepada peserta. Ia menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Kalo kita sih, kemarin sempet juga kita kan woro woro tuh di media sosial, di Instagram ya. Pertimbangan nya kenapa di IG tuh karena satu dia tuh gratis, kedua karena publisitasnya lebih banyak mengambil segmen anak-anak muda khususnya anak-anak sekolah. Terus yang lainnya tidak hanya video profil yang kita tampilkan saat pelaksanaan kegiatan tapi juga kaya seperti tampilan kita juga menggunakan website, tapi setelah kita selesai programnya. Terus ada brosur yang kita juga yang kita bagi bagikan.”

Peneliti kemudian menanyakan kepada Ibu Merry bagaimana peran media dalam mendukung efektivitas penyampaian pesan. Beliau menjelaskan bahwa PT IAA juga menjalin kerja sama dengan dua media lokal yang berada di bawah naungan PWI dan SMSI. Setelah kegiatan selesai, pihak perusahaan memberikan siaran pers kepada kedua media tersebut agar kegiatan program dapat dipublikasikan secara luas. Ke depannya, perusahaan berencana untuk melibatkan

media secara lebih aktif dan langsung agar liputan dapat dilakukan di lapangan, mengingat media saat ini sudah lebih banyak bersifat *online* sehingga jangkauannya lebih luas. Ia menyampaikan bahwa:

“Jadi kemarin kita ada semacam kerja sama juga lah sama media setempat yang sudah punya jangkauan luas dan sudah diakui juga secara legal. Jadi waktu itu di bawah naungan PWI sama SMSI juga kita ambil 2 media, mereka menyiarkan program setelah kegiatannya selesai kita kasih semacam pers rilis bahwasanya kita sudah selesai melakukan kegiatan TJSL.”

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kepada Ibu Dita mengenai media apa saja yang digunakan dalam mendukung penyampaian materi. Beliau menjelaskan bahwa media utama yang digunakan adalah presentasi *PowerPoint* karena keterbatasan waktu persiapan yang hanya sekitar satu minggu dari informasi penunjukan hingga hari pelaksanaan. Ia menyampaikan bahwa apabila waktu persiapan lebih panjang, media bisa dilengkapi dengan video-video terkait freight forwarding dan transportasi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Dita sebagai berikut:

“Kalo media kebetulan karena saya dipilih dadakan juga ya, persiapan dari informasi ke hari H itu sekitar seminggu, jadi media yang digunakan itu lebih ke media visual aja dari presentasi dari PPT itu yang kita sounding. Dan itu juga mungkin kalo di kasih waktu lebih lanjut mungkin kita bisa memperlihatkan video video freight forwarder atau transportasi lainnya cuma karena keterbatasan waktu jadi media yang kita gunakan hanya berupa presentasi.”

Peneliti kemudian menanyakan kepada Ibu Rahmawani pertanyaan yang sama mengenai media yang digunakan dalam mendukung penyampaian materi growth mindset. Beliau menjelaskan bahwa media yang digunakan adalah presentasi *PowerPoint* dengan tampilan yang dirancang lebih informal agar sesuai dengan

karakteristik dan usia audiens siswa sekolah menengah. Tampilan yang tidak terlalu formal ini dipilih agar siswa merasa lebih nyaman dan tidak jenuh dalam menerima materi.

#### **4.1.1.2. Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi mencakup seluruh arah yang ingin dicapai oleh PT IAA melalui pelaksanaan program IAA *Goes To School*. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada Bapak Fajar mengenai tujuan utama komunikasi yang ingin dicapai dari program ini. Beliau menjelaskan bahwa tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan siapa itu IAA, apa itu industri IAA, dan apa *output* yang diharapkan setelah program dilaksanakan, dengan memperhatikan keselarasan antara kebutuhan perusahaan dan kepentingan sekolah-sekolah yang terkait. Ia menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Tujuan utama komunikasi yang ingin dicapai dari program ini adalah untuk menyampaikan siapa itu IAA, apa itu industri IAA, dan apa *output* yang ingin ia peroleh setelah dilaksanakannya program ini, parallel antara kebutuhan perusahaan dan kepentingan dari sekolah-sekolah yang terkait.”

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada Ibu Merry mengenai bagaimana cara menentukan sasaran program, khususnya siswa SMK. Beliau menjelaskan bahwa terdapat tiga tujuan utama yang menjadi dasar pemilihan sasaran, yaitu pemenuhan kewajiban pilar TJSL pendidikan yang belum pernah dilakukan sebelumnya, peningkatan pemahaman masyarakat tentang PT IAA sebagai entitas yang berbeda dari PT INALUM, serta penguatan branding perusahaan di kalangan generasi muda. Ia menyampaikan bahwa:

“Tujuannya itu adalah pertama TJSL di IAA itu belum pernah dilakukan, yang kedua untuk memenuhi pilar TJSL pendidikan, yang ketiga itu untuk meningkatkan *engagement* di masyarakat mengenai apa itu PT IAA.”

Peneliti selanjutnya menanyakan kepada Bapak Fajar perubahan apa yang diharapkan terjadi pada siswa setelah mengikuti program ini. Beliau menjelaskan bahwa perubahan yang paling rasional adalah perubahan sudut pandang siswa terhadap PT IAA, di mana siswa yang sebelumnya tidak mengenal perusahaan diharapkan menjadi mengenal, yang sudah mengenal menjadi lebih mengenal, dan yang sebelumnya tidak mengetahui industri aluminium menjadi lebih tertarik. Hal tersebut dipertegas oleh Bapak Fajar sebagai berikut:

“Yang paling rasional perubahan yang diperoleh siswa siswi setelah diadakannya program itu adalah perubahan sudut pandang terhadap PT Indonesia Aluminum Alloy yang dimana siswa siswi yang sebelumnya ada yang tidak mengenal jadi mengenal, yang sudah mengenal jadi lebih mengenal dan yang sebelumnya tidak tahu industri aluminium menjadi lebih tertarik.”

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Merry apa dampak program terhadap citra perusahaan atau hubungan dengan masyarakat. Beliau menjelaskan bahwa program ini berhasil membentuk citra PT IAA sebagai perusahaan yang *friendly* dan terbuka dalam menyampaikan kebutuhan dunia kerja kepada masyarakat. Selain itu, komunikasi antara perusahaan dan kepala sekolah terus berlanjut meskipun program telah selesai, menunjukkan bahwa hubungan relasional jangka panjang berhasil terbangun.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada Ibu Rahmawani mengenai tujuan utama dari penyampaian materi *growth mindset* dalam program *IAA Goes To School*. Beliau menjelaskan bahwa materi *growth mindset* sangat penting untuk ditanamkan kepada generasi muda sebelum mereka memasuki dunia perkuliahan maupun dunia kerja, karena pola pikir yang berkembang berkorelasi langsung dengan cara seseorang menyikapi tantangan dan mengembangkan dirinya di masa depan. Ibu Rahmawani menyampaikan bahwa: “Karena menurut saya materi ini tuh sangat penting, kenapa saya sampaikan *growth mindset* itu sangat penting karena memang *growth mindset* itu dia berkorelasi atau *in line* dengan bagaimana cara kita berpikir ke depannya dan juga termasuk menyikapi sesuatu, dan itu penting untuk dimiliki. Itu sebenarnya *soft skill* sih yang harus dimiliki apalagi saat dunia kerja.”

Terkait apakah materi yang disampaikan Ibu Rahmawani dikaitkan dengan kesiapan memasuki dunia kerja, beliau menyampaikan bahwa materi tersebut secara langsung dikaitkan dengan konteks profesional, karena dalam dunia kerja seseorang tidak hanya membutuhkan *hard skill* tetapi juga *soft skill* berupa *growth mindset* agar mampu bekerja sama, menjalankan tanggung jawab, dan terus berkembang bersama tim.

#### **4.1.1.3. Pesan yang Disampaikan**

Pesan yang disampaikan mencakup seluruh isi materi dan informasi yang diberikan kepada siswa selama program *IAA Goes To School* berlangsung. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada Bapak Fajar mengenai pesan utama yang ingin disampaikan kepada siswa terkait dunia industri. Beliau menjelaskan bahwa

pesan difokuskan pada pengenalan industri aluminium secara spesifik, yaitu memperkenalkan apa itu aluminium, bagaimana prosesnya, darimana bahan bakunya, apa outputnya, serta bagaimana siswa dapat berkontribusi atau kelak bekerja di industri tersebut. Bapak Fajar menyampaikan hal tersebut sebagai berikut:

“Spesifiknya itu tentang industri aluminium yang berkaitan dengan IAA, tujuan utamanya itu adalah memperkenalkan apa itu aluminium, bagaimana prosesnya, darimana bahan bakunya, outputnya apa, dan bagaimana mereka bisa berkontribusi di dalam industri tersebut ataupun kelak berpartisipasi bekerja di industri tersebut.”

Terkait apakah pesan yang disampaikan juga mencakup budaya kerja dan kompetensi yang dibutuhkan di industri, Bapak Fajar menjelaskan bahwa kompetensi yang dibutuhkan di industri memang disampaikan kepada siswa. Namun budaya kerja tidak disampaikan karena sifatnya yang *confidential* dan hanya dapat benar-benar dipahami melalui pengalaman langsung, bukan melalui penjelasan lisan. Ia menyampaikan bahwa:

“Kompetensi yang dibutuhkan di industri disampaikan tetapi kalau untuk budaya kerja tidak disampaikan karena budaya kerja itu bersifat *confidential* ataupun harus yang mengalami *experience* secara langsung tidak bisa disampaikan secara lisan dan tidak bisa dibayangkan.”

Peneliti kemudian menanyakan kepada Bapak Fajar bagaimana PT IAA memastikan pesan sesuai dengan tingkat pemahaman siswa. Beliau menjelaskan bahwa terdapat tiga hal yang diperhatikan dalam memastikan kesesuaian pesan,

yaitu memastikan redaksi kata yang digunakan tidak berat, tidak menyertakan data yang tidak dapat dipahami oleh siswa, serta menjaga agar durasi penyampaian tetap singkat agar peserta tidak mengantuk atau bosan.

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kepada Ibu Dita mengenai materi apa saja yang disampaikan dalam program IAA *Goes To School*. Beliau menjelaskan bahwa materi yang disampaikan mencakup tiga pokok bahasan utama dalam dunia logistik yang saling berkaitan, yaitu *supply chain management*, transportasi, dan *freight forwarding*, yang merepresentasikan alur distribusi barang dari hulu ke hilir. Ia menyampaikan bahwa:

“Jadi materi yang disampaikan itu kalo di segi mata kuliah, dunia logistik itu ada 3. Yang pertama itu *supply chain management* lalu di tambah transportasi lalu *freight forward*, jadi berhubunganlah antara dari hulu ke hilir termasuk di tengah tengahnya ada peran transportasi.”

Peneliti kemudian mengajukan dengan pertanyaan yang sama kepada Ibu Rahmawani. Beliau menjelaskan bahwa materi yang disampaikan berfokus pada motivasi dan perbedaan antara *growth mindset* dan *fixed mindset*, yang keduanya merupakan konsep pola pikir yang perlu dikenali oleh siswa sebagai bekal dalam menghadapi tantangan di masa depan.

Peneliti kemudian menanyakan apakah materi ditentukan oleh perusahaan atau dikembangkan sendiri oleh pemateri. Ibu Dita menjelaskan bahwa materi dikembangkan secara mandiri karena jurusan logistik di SMKS Karya Bhakti merupakan jurusan yang baru dan relevan dengan latar belakang pendidikan serta

pengalaman kerja narasumber, sehingga tim AOB memberikan kebebasan penuh untuk mengembangkan materi yang paling sesuai. Ibu Dita menyampaikan:

“Oh kebetulan materi kemarin itu lebih ke kita kembangkan sendiri, jadi tim AOB kebetulan kan ini prokernya departemen AOB jadi ada IAA Goes To School. Sekolah nya ini kebetulan adalah sekolah SMK dengan subjek atau jurusan yang baru dan itu berhubungan dengan pendidikan saya dan pengalaman saya sehingga tim AOB membebaskan untuk mengembangkan materi apa yang mau disampaikan ke sekolah yang masih relate dengan perusahaan.”

Peneliti selanjutnya menanyakan kepada Ibu Dita bagaimana cara menyesuaikan materi dengan karakteristik dan tingkat pemahaman siswa SMK. Beliau menjelaskan bahwa materi yang dipilih adalah materi yang bersifat dasar dan dapat dipahami oleh siapa pun, termasuk oleh orang yang belum memiliki latar belakang logistik sekalipun. Pendekatan ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat mempermudah pemahaman baik bagi siswa yang sudah sedikit banyak mengenal dunia logistik maupun bagi yang benar-benar awam.

Peneliti juga menanyakan pertanyaan yang sama kepada Ibu Rahmawani, beliau menjelaskan bahwa sebelum menyampaikan materi, ia terlebih dahulu mengamati latar belakang audiens, karena meskipun usianya relatif sama, perbedaan latar belakang sekolah dan lingkungan akan memengaruhi cara penerimaan materi. Pemahaman terhadap karakteristik audiens inilah yang kemudian menentukan gaya bahasa, tampilan materi, serta pendekatan penyampaian yang digunakan. Ia menyampaikan bahwa:

“Cara saya adalah biasanya dalam memberikan materi itu saya akan melihat audiensnya dulu ya, bahkan walaupun audiensnya itu dalam rentang usia yang sama kita harus lihat juga mereka itu latar belakangnya seperti apa, sekolahnya, dan lain-lain. Jadi itu juga cara saya untuk menyampaikan dan bagaimana itu juga menentukan gaya bahasa apa yang harus digunakan saat penyampaian dan bagaimana untuk tampilan materinya juga tidak monoton ya. Harus melihat background audiensnya.”

Peneliti kemudian menanyakan apa pesan utama yang ingin disampaikan kepada siswa terkait dunia kerja atau dunia industri. Ibu Dita menjelaskan bahwa pesan utama yang ingin disampaikan adalah perluasan wawasan siswa mengenai bidang logistik yang selama ini sering dipersepsikan secara sempit oleh masyarakat umum. Logistik bukan hanya seputar pengiriman bantuan, melainkan merupakan rangkaian proses yang kompleks dari hulu ke hilir, dan *supply chain management* merupakan rangkaian antar setiap bagian dari proses tersebut. Ia menyampaikan bahwa:

“Pesan utama nya ya, jadi lebih ke mengenalkan bahwa logistik itu luas, logistik itu banyak spesifikasi nya, logistik itu adalah serangkaian bukan satu poin. Karena orang mikirnya logistik itu hanya seputar misalkan bantuan sembako, kalo orang-orang awam kan, padahal yang namanya logistik itu dari hulu ke hilir, dari produsen sampai ke *customer* dimana di tengah tengahnya ada distribusi, itulah yang kita jabarkan. Jadi logistik itu tiap tiap part sedangkan *supply chain management* itu adalah rangkaiannya antar setiap *part*.”

Peneliti kemudian menanyakan pertanyaan yang sama kepada Ibu Rahmawani, beliau menjelaskan bahwa pesan utamanya adalah bahwa untuk maju dan mencapai cita-cita serta target yang ingin diraih, seseorang harus memiliki *growth mindset* atau pola pikir yang terus berkembang. Dengan memiliki pola pikir tersebut, seseorang akan terdorong untuk selalu mengupayakan yang terbaik dan memandang tantangan bukan sebagai hambatan melainkan sebagai sebuah peluang untuk bertumbuh. Ia menyampaikan bahwa:

“Pesan utamanya adalah kalau ingin kita maju dan memperbaiki situasi yang kita hadapi sekarang atau dalam mencapai cita-cita, mencapai impian atau target-target yang kita ingin capai di kemudian hari itu kita harus punya *growth mindset* atau mindset bertumbuh. Jadi ketika kita memiliki *growth mindset* kita akan mengusahakan usaha-usaha terbaik dan kita akan menyukai yang sifatnya tantangan, jadi melihat segala sesuatu itu bukan sebagai hambatan dari perjalanan kita tapi juga sebagai *challenge*.”

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Dita apakah materi yang disampaikan juga mencakup aspek budaya kerja, kedisiplinan, dan sikap profesional di industri. Beliau menjelaskan bahwa aspek-aspek tersebut secara otomatis disampaikan mengingat output pendidikan SMK adalah tenaga kerja yang siap bekerja. Ibu Dita juga menjelaskan bahwa dampak dari tidak menjalankan disiplin kerja tidak hanya berdampak pada satu divisi saja, melainkan menimbulkan efek domino yang berpengaruh pada departemen sebelum dan sesudahnya dalam rantai kerja industri. Hal itu dipertegas oleh Ibu Dita bahwa:

“Iya, itu hal tersebut otomatis diinformasikan ya karena kan pada dasarnya SMK itu outputnya adalah bekerja.”

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan para narasumber, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) dalam program *IAA Goes To School* mencakup beberapa tahapan, mulai dari perencanaan kegiatan, pelaksanaan sosialisasi, pemanfaatan media komunikasi, hingga penyampaian pesan kepada siswa sebagai audiens utama kegiatan. Program tersebut tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan, tetapi juga memberikan wawasan kepada siswa mengenai dunia industri.

Temuan penelitian tersebut kemudian akan dianalisis lebih lanjut pada bagian pembahasan dengan mengaitkan hasil penelitian di lapangan dengan teori serta konsep yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

## 4.2. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti membahas hasil penelitian yang telah diperoleh dari proses wawancara dengan para narasumber. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan di lapangan dengan konsep serta teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai strategi komunikasi dalam kegiatan sosialisasi. Melalui pembahasan ini, peneliti berupaya menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Indonesia Aluminum Alloy (IAA) dalam program *IAA Goes To School*.

Pada aspek perencanaan komunikasi, temuan penelitian menunjukkan bahwa PT IAA telah melaksanakan tahapan perencanaan yang sistematis dan terstruktur sebelum program *IAA Goes To School* diselenggarakan. Perencanaan diawali dengan penyusunan kajian program yang memuat identifikasi latar belakang, tujuan, sasaran, dan bentuk kegiatan, dilanjutkan dengan pengajuan anggaran melalui mekanisme *Request For Approval* (RFA) sebagai bentuk dukungan institusional. Hal ini selaras dengan pendapat Wardhana (2020) yang menyatakan bahwa keberhasilan program sosialisasi sangat bergantung pada strategi komunikasi yang dipilih, mencakup pemahaman terhadap target audiens, perumusan pesan inti, serta pemilihan metode dan media yang paling sesuai untuk menjangkau audiens tersebut.

Proses riset yang dilakukan untuk menentukan sekolah-sekolah sasaran berdasarkan kedekatan lokasi dan kesesuaian jurusan mencerminkan pendekatan audience-centered yang dikemukakan oleh Siti Fatima dan Mad Sa'i (2025), yang

menempatkan komunikasi sebagai fokus utama dalam penyusunan dan penyampaian pesan. Pendekatan ini juga sesuai dengan prinsip Effendy bahwa strategi komunikasi yang sukses membutuhkan komunikator untuk terlebih dahulu mengenali karakteristik audiens sebelum proses komunikasi dilaksanakan. Koordinasi awal dengan pihak sekolah melalui jalur kepala sekolah turut mencerminkan pendapat yang dikemukakan oleh Hamzah Lubis (2023), bahwa strategi komunikasi yang efektif berfungsi sebagai alat penting untuk membangun hubungan antara perusahaan dan publik bahkan sebelum kegiatan utama dimulai.

Pada aspek pelaksanaan komunikasi, program *IAA Goes To School* diimplementasikan melalui kegiatan tatap muka langsung di SMKS Budi Dharma dan SMKS Karya Bhakti, dengan total peserta 187 siswa kelas sebelas. Metode yang digunakan mencakup presentasi, diskusi, tanya jawab, dan berbagi informasi secara interaktif. Pola komunikasi yang diterapkan bersifat dua arah, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi aktif antara pemateri dan peserta. Pola ini sesuai dengan pendapat Handaru (2017) yang menyatakan bahwa sosialisasi sebagai proses komunikasi mencakup interaksi antara komunikator dan komunikasi yang berlangsung secara terstruktur dan berkelanjutan, dengan tujuan bukan sekadar menyampaikan informasi tetapi juga membentuk pemahaman, opini, dan kesadaran penerima.

Pemilihan pemateri yang dilakukan secara selektif berdasarkan kompetensi dan pengalaman kerja yang relevan mencerminkan penerapan unsur komunikator yang kredibel sebagaimana dirumuskan oleh Effendy dan Middleton. Hasmawati (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikator dalam

menyampaikan pesan sangat bergantung pada kredibilitasnya yang meliputi kompetensi (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*). Penggunaan metode *storytelling* oleh pemateri dari Divisi SDM juga mencerminkan prinsip bahwa komunikasi dalam program sosialisasi harus bersifat informatif, edukatif, dan persuasif sebagaimana dikemukakan oleh Wardhana (2020), agar pesan tidak hanya diterima tetapi juga dipahami dan mendorong perubahan sikap pada komunikan. Pendekatan dinamis dalam penyampaian materi dengan pemateri yang bergerak mendekati audiens mencerminkan kesadaran komunikator terhadap pentingnya membangun kedekatan dengan komunikan, selaras dengan prinsip *audience-centered* yang menekankan bahwa efektivitas komunikasi meningkat ketika komunikator mampu memahami dan merespons karakteristik audiens secara langsung.

Pada aspek media komunikasi yang digunakan, temuan penelitian menunjukkan bahwa PT IAA memanfaatkan berbagai jenis media secara terintegrasi, meliputi presentasi PowerPoint dan video profil perusahaan sebagai media visual, brosur sebagai media cetak, Instagram dan website resmi sebagai media digital, kerja sama dengan media lokal di bawah naungan PWI dan SMSI, serta pemberian merchandise kepada peserta sebagai media pendukung. Diversifikasi media ini sesuai dengan pernyataan Widiastuti dan Indriastuti (2022) bahwa media komunikasi yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi dan menciptakan peluang interaksi yang lebih luas, sekaligus berfungsi untuk membangun hubungan dan melibatkan audiens dalam proses komunikasi.

Pemilihan Instagram sebagai media promosi sebelum kegiatan mencerminkan pemahaman PT IAA terhadap karakteristik demografis audiens sasaran, yakni generasi muda yang akrab dengan platform media sosial berbasis visual. Sementara itu, perancangan tampilan media presentasi yang non-formal mencerminkan prinsip Nurhadi dan Kurniawan (2017) bahwa pesan yang efektif harus disesuaikan dengan karakteristik komunikan termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman, dan kebutuhan informasinya. Pemanfaatan media massa melalui kerja sama dengan media lokal juga berfungsi sebagai sarana membangun citra perusahaan di hadapan masyarakat yang lebih luas, sebagaimana dikemukakan oleh Hamzah Lubis (2023) bahwa komunikasi perusahaan tidak hanya ditujukan kepada audiens langsung tetapi juga kepada khalayak yang lebih luas sebagai bagian dari upaya membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

Pada aspek tujuan komunikasi, program IAA *Goes To School* memiliki tujuan yang bersifat multidimensi, mencakup dimensi informatif untuk memperkenalkan identitas PT IAA dan meluruskan persepsi masyarakat yang selama ini menyamakan PT IAA dengan PT INALUM, dimensi persuasif untuk mendorong kesiapan siswa menghadapi dunia kerja, dimensi relasional untuk membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan institusi pendidikan, serta dimensi branding untuk memperkuat citra perusahaan di kalangan generasi muda. Tujuan-tujuan ini selaras dengan kategorisasi tujuan komunikasi dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan PT IAA tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga bertujuan membangun

pemahaman, menumbuhkan motivasi, serta menghasilkan perubahan pengetahuan dan sikap siswa terhadap dunia industri.

Dalam perspektif teori komunikasi, tujuan komunikasi yang bersifat multidimensi ini mencerminkan unsur efek yang dikemukakan oleh Effendy dan Middleton. Prasetia dkk. (2024) menjelaskan bahwa efek komunikasi mencerminkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa program *IAA Goes To School* berhasil menghasilkan efek tersebut, yang ditunjukkan dari perubahan cara pandang siswa terhadap PT IAA dan industri aluminium, terbangunnya citra positif perusahaan sebagai entitas yang ramah dan terbuka, serta terjaganya komunikasi relasional antara perusahaan dan pihak sekolah pascaprogram. Keberhasilan ini juga sesuai dengan pandangan Amaliya dkk. (2024) bahwa strategi komunikasi berfungsi untuk membangun pemahaman, membentuk sikap, serta mendorong partisipasi publik terhadap program yang dijalankan. Dari sudut pandang TJSL, temuan ini juga memperkuat pandangan Syahriani dan Siwi (2018) bahwa program CSR yang disertai strategi komunikasi yang tepat mampu menghasilkan dampak sosial yang lebih bermakna dan membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat setempat.

Pada aspek pesan yang disampaikan, materi dalam program *IAA Goes To School* mencakup dua dimensi utama. Dimensi teknis meliputi pengenalan dunia logistik yang mencakup *supply chain management*, transportasi, dan *freight forwarding*, serta pengenalan industri aluminium yang mencakup proses produksi, asal bahan baku, dan peluang kontribusi siswa di industri tersebut. Dimensi

pengembangan karakter disampaikan melalui materi *growth mindset* yang bertujuan menumbuhkan pola pikir positif dan adaptif sebagai bekal menghadapi dunia kerja. Keseluruhan pesan yang disampaikan telah memenuhi kategorisasi pesan dalam penelitian ini, bahwa pesan tidak hanya bersifat informatif tetapi juga persuasif dan edukatif, karena diarahkan untuk membentuk pemahaman, meningkatkan pengetahuan, serta mendorong kesiapan siswa menghadapi dunia industri.

Penyusunan pesan yang mempertimbangkan tingkat pemahaman audiens, menggunakan bahasa yang sederhana, dan disajikan dalam durasi yang proporsional sesuai dengan pernyataan Nurhadi dan Kurniawan (2017) bahwa penggunaan bahasa yang jelas, logis, dan mudah dipahami merupakan faktor penting untuk komunikasi yang efektif. Dalam perspektif unsur pesan yang dirumuskan oleh Effendy dan Middleton, pesan yang baik harus terstruktur secara sistematis, menarik perhatian komunikan, dan mudah dipahami agar menghasilkan umpan balik yang selaras dengan tujuan komunikasi. Penggunaan assessment kecil sebelum penyampaian materi *growth mindset* mencerminkan upaya untuk mengidentifikasi kondisi awal komunikan sehingga pesan dapat disesuaikan secara tepat dengan kebutuhan audiens yang sebenarnya.

Penyampaian aspek kedisiplinan, efek domino dari ketidakdisiplinan kerja, dan sikap profesional mencerminkan pemahaman PT IAA terhadap konsep dunia industri yang dikemukakan oleh Munthe dan Mataputun (2021), bahwa dunia industri merupakan lingkungan kerja dengan standar kompetensi, budaya kerja, keterampilan teknis, dan sikap profesional yang harus dipenuhi oleh calon

pekerja. Dengan memasukkan dimensi ini, PT IAA memberikan gambaran yang realistis dan komprehensif kepada siswa mengenai tuntutan nyata dunia industri, bukan sekadar gambaran yang idealis. Pemberian *merchandise* kepada peserta sebagai bagian dari kategorisasi penelitian ini melengkapi dimensi pesan program secara keseluruhan, karena *merchandise* yang memuat identitas perusahaan berfungsi sebagai pengingat fisik yang memperpanjang retensi pesan di benak peserta setelah kegiatan sosialisasi selesai dilaksanakan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi PT IAA dalam program *IAA Goes To School* telah memenuhi seluruh unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy dan Middleton. Unsur komunikator terpenuhi melalui penunjukan pemateri yang kompeten dan kredibel. Unsur pesan terpenuhi melalui penyusunan materi yang relevan, terstruktur, dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman audiens. Unsur media terpenuhi melalui pemanfaatan berbagai jenis media secara terintegrasi sesuai karakteristik audiens. Unsur komunikasi terpenuhi melalui identifikasi spesifik terhadap karakteristik audiens sasaran dan penerapan pendekatan *audience-centered* dalam seluruh tahapan program. Unsur efek terpenuhi melalui capaian perubahan pengetahuan, sikap, dan hubungan relasional yang dihasilkan dari pelaksanaan program. Dengan demikian, program *IAA Goes To School* merupakan implementasi strategi komunikasi yang terencana, relevan secara teoritis, dan berhasil secara praktis dalam mensosialisasikan dunia industri kepada siswa SMK di Kabupaten Batu Bara.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PT IAA melaksanakan perencanaan komunikasi secara sistematis sebelum program *IAA Goes To School* diselenggarakan. Perencanaan mencakup penyusunan kajian program, riset sekolah sasaran berdasarkan kedekatan lokasi dan relevansi jurusan, pemilihan pemateri yang kompeten, koordinasi dengan pihak kepala sekolah, serta pengajuan anggaran melalui mekanisme *Request For Approval (RFA)* sebagai bagian dari program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bidang pendidikan yang pertama kali digagas secara mandiri oleh PT IAA pada tahun 2025.
2. Pelaksanaan komunikasi dilakukan melalui kegiatan tatap muka langsung di SMKS Budi Dharma dan SMKS Karya Bhakti dengan total 187 siswa kelas sebelas. Komunikasi diterapkan secara dua arah melalui metode presentasi, diskusi, tanya jawab, *storytelling*, dan berbagi informasi, sehingga terbukti efektif dalam membangun keterlibatan dan antusiasme siswa selama kegiatan berlangsung. Pemilihan pemateri berdasarkan kompetensi dan pengalaman kerja yang relevan memperkuat kredibilitas komunikator dalam proses penyampaian pesan.

3. PT IAA memanfaatkan berbagai media komunikasi secara terintegrasi, meliputi presentasi *PowerPoint*, video profil perusahaan, brosur, media sosial berupa Instagram, website resmi perusahaan, kerja sama dengan media lokal di bawah naungan PWI dan SMSI, serta pemberian *merchandise* kepada peserta. Kombinasi media yang beragam ini mencerminkan strategi yang komprehensif dan disesuaikan dengan karakteristik audiens generasi muda.
4. Tujuan komunikasi program IAA Goes To School bersifat multidimensi, mencakup aspek informatif dalam memperkenalkan identitas PT IAA dan meluruskan persepsi masyarakat yang menyamakan PT IAA dengan PT INALUM, aspek persuasif dalam mendorong kesiapan siswa menghadapi dunia kerja, aspek relasional dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan sekolah, serta aspek branding dalam memperkuat citra perusahaan di kalangan generasi muda dan masyarakat sekitar wilayah operasional.
5. Pesan yang disampaikan mencakup dua dimensi utama, yaitu dimensi teknis berupa pengenalan dunia logistik yang meliputi *supply chain management*, transportasi, dan *freight forwarding* serta pengenalan industri aluminium, dan dimensi pengembangan karakter berupa materi *growth mindset*. Keseluruhan pesan disampaikan dengan bahasa yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman siswa SMK secara informatif, edukatif, dan persuasif, sehingga menghasilkan respons positif dari peserta.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik simpulan maka beberapa saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Terkait perencanaan komunikasi, PT IAA disarankan untuk menyusun standar operasional prosedur perencanaan yang lebih terperinci untuk setiap pelaksanaan program IAA *Goes To School* berikutnya, termasuk memperluas jangkauan ke lebih banyak sekolah di wilayah Ring 1 dan Ring 2 dengan tetap mempertimbangkan relevansi jurusan. Selain itu, PT IAA disarankan untuk melibatkan perwakilan sekolah sasaran dalam proses perencanaan sejak awal agar program yang dirancang lebih sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.
- b. Terkait pelaksanaan komunikasi, PT IAA disarankan untuk memberikan waktu persiapan yang lebih panjang kepada pemateri agar materi yang disampaikan dapat dikembangkan secara lebih matang dan mendalam. Program juga disarankan untuk mengembangkan sesi interaktif yang lebih terstruktur, seperti simulasi kerja atau studi kasus industri, sehingga siswa tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi juga mendapatkan pengalaman yang lebih mendekati kondisi dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Terkait media komunikasi yang digunakan, PT IAA disarankan untuk melengkapi media presentasi dengan video simulasi proses industri dan konten visual yang lebih beragam agar pemahaman siswa terhadap materi menjadi lebih konkret. PT IAA juga disarankan untuk melibatkan media lokal secara aktif dan langsung dalam meliput kegiatan sejak hari pelaksanaan,

bukan sekadar melalui siaran pers, sehingga pemberitaan yang dihasilkan lebih autentik dan jangkauannya kepada masyarakat lebih luas.

- d. Terkait tujuan komunikasi, PT IAA disarankan untuk menyusun instrumen evaluasi terstandarisasi berupa kuesioner pra dan pasca kegiatan guna mengukur secara terukur sejauh mana perubahan pengetahuan, sikap, dan persepsi siswa terhadap PT IAA dan dunia industri setelah mengikuti program. Instrumen ini akan menjadi dasar yang lebih objektif dalam menilai efektivitas tujuan komunikasi yang ingin dicapai sekaligus bahan perbaikan untuk program berikutnya.
- e. Terkait pesan yang disampaikan, PT IAA disarankan untuk mengembangkan modul materi yang lebih terstruktur dan dapat diakses oleh siswa setelah kegiatan selesai, misalnya melalui tautan digital atau materi cetak yang dapat dibawa pulang, sehingga pesan yang disampaikan tidak berhenti pada hari pelaksanaan saja melainkan dapat terus dipelajari secara mandiri. Selain itu, materi growth mindset disarankan untuk dikembangkan dalam sesi yang lebih panjang dengan melibatkan guru sebagai mitra edukasi agar dampak pengembangan karakter siswa dapat berlangsung secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, A., Mappincara, A., & Basri, S. (2024). Strategi Humas Dalam Menjalin Kerja Sama Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri Di Sekolah Menengah Kejuruan. *EDUSTUDENT: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(2), 86. <https://doi.org/10.26858/edustudent.v3i2.52809>
- Basiroen, V. J., Hildawati, Wiliyanti, V., Afriyadi, S. H., & Ahsan, J. (2024). Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif. Dalam Efitra (Ed.), *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=iygrEQAQBAJ&pg=PA62&dq=teknik+wawancara+kualitatif&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiU5PONoYiSAxWLyDgGHZTwIQ8Q6AF6BAgJEAM#v=onepage&q=teknik%20wawancara%20kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?id=iygrEQAQBAJ&pg=PA62&dq=teknik+wawancara+kualitatif&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiU5PONoYiSAxWLyDgGHZTwIQ8Q6AF6BAgJEAM#v=onepage&q=teknik%20wawancara%20kualitatif&f=false)
- Desir.id. (2025, November 27). *IAA Resmi Gelar Program Edukasi Pertama untuk Pelajar SMK guna Perkuat Literasi Industri*. Desir Setiap Kata Adalah Informasi. <https://desir.id/iaa-resmi-gelar-program-edukasi-pertama-untuk-pelajar-smk-guna-perkuat-literasi-industri/>
- Ghufron, M. A. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat*,. <https://proceeding.unindra.ac.id/index.php/dispanas2018/article/viewFile/73/45>
- Ginting, R., & Hidayati. (2016). *Prosiding Konferensi Nasional Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Tahun 2016: Indonesia Menuju SDGs*. UMSU PRESS. <http://umsupress.com>
- Hamzah Lubis, F. (2023). Strategi Komunikasi Samsat Medan Utara Dalam Mensosialisasikan Program Mandiri Ketuk Pintu Bagi Masyarakat Penunggal Pajak Kendaraan. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(2), 110–116. <https://jurnal.umsu.ac.id/>
- Handaru, S. (2017). Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM Online oleh Satlantas Polrestabes Surabaya. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 5(1). <https://media.neliti.com/media/publications/185540-ID-efektivitas-komunikasi-humas-dalam-sosia.pdf>

- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator Yang Efektif Dalam Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2). <https://www.youtube.com/watch?v=hWDOXgFbCRI>,
- Munthe, F., & Mataputun, Y. (2021). Analisis kerjasama sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri dalam meningkatkan mutu lulusan sekolah menengah kejuruan. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(2), 312–319. <https://doi.org/10.29210/020211156>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1). <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/253>
- Prasetya, H., Fahmi Syihab, M., & Halwati, U. (2024). The Effects of Mass Communication on Changes of Public Attitudes and Behavior in the Digital Era. *46 Busyro*, 6(1). <https://ejournal.insud.ac.id/index.php/kpi>
- PT Indonesia Aluminium Alloy. (2022, Desember 28). *Profil PT Indonesia Aluminium Alloy*. PT Indonesia Aluminium Alloy. <https://iaa.co.id/>
- PT Indonesia Aluminium Alloy. (2025, November 26). *IAA goes to School (IGTS) 2025 Sukses Digelar di Dua Sekolah*. PT Indonesia Aluminium Alloy. <https://iaa.co.id/iaa-goes-to-school-igts-2025-sukses-digelar-di-dua-sekolah/>
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Siti Fatima, & Mad Sa'i. (2025). Strategi Komunikasi dengan Pendekatan Audience-Centered dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan pada Sharing Session Bingkis Ramadhan di Pamekasan, Madura. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1215–1228. <https://doi.org/10.63822/bmx7ba23>
- Syahrhani, D., & Siwi, M. (2018). *Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan Corporate Social Responsibility Communication Relationship With Company Reputation*. 16(1), 1693–3699. <https://www.semanticscholar.org/paper/Hubungan-Komunikasi-Corporate-Social-Responsibility-Syahrhani/c0bcb47df3459ba4f594f2b851ffc586fff9c01b>
- Wardhana, A. A. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/12013/>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial* (8 ed.). Yogyakarta: Gawe Buku.

- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1). <https://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/representamen/article/view/6331>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi The Type Of Descriptive Research In Communication Study. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90. <https://media.neliti.com/media/publications/278580-tipe-penelitian-deskripsi-dalam-ilmu-kom-a74b7b08.pdf>



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bisa membuat mimpi menjadi kenyataan  
nomor dan lainnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berjaringan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/AK.KPIPTXU/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
@ https://iisip.umhu.ac.id \* iisip@umhu.ac.id i umsumedan @ umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN**  
**JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 07 JANUARI 2026

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama Lengkap : DINDA ROMARTO RITONGA  
NPM : 2203110163  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Tabungan sks : 126 sks, IP Kumulatif 3,77

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diajukan	Persetujuan
1	Strategi Komunitas PT IKA dalam Measosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes To School di Batu Bara.	 7 Jan 2026
2	Makna Pola Perilaku Komunitas Siswa SMA Swasta Pembangunan saat terpapar cyberbullying di Media sosial pada platform tiktok.	
3	Implementasi Program TJSU IAA Goes To School 2025 dan kontribusinya Terhadap Pembentukan citra perusahaan PT Indonesia Aluminium Alloy.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.  
Medan, tgl. 8 Januari 2026

Ketua,

(Dr. Afkar Anshori S.Sos. M.Hum)  
NIDN: 0127048401

194.22311

Pemohon,

(.....)  
Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi:.....

(Dr. Anifah Saleh)  
NIDN: 0030617402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalah surat ini agar ditunjukkan nomor dan tanggapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**  
**TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 108/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **08 Januari 2026**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DINDA ROMAITO RITONGA**  
N P M : 2203110169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **STRATEGI KOMUNIKASI PT. IAA DALAM MENSOSIALISASIKAN DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 194.22.311 tahun 2026.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 08 Juli 2026.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 21 Rajab 1447 H  
10 Januari 2026 M

Dasan,



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringatan.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/KBAN-PT/Ak.KP/PT/XX/2022  
 Pusat Administrasi: Jalan Muliahar Baari No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6822400 - 68224587 Fax. (061) 6025474 - 6631003  
 https://fslp.umsu.ac.id \* fslp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Slc-3

PERMOHONAN  
 SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA  
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.  
 Bapak Dekan FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 29 JANUARI 2026

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU!

Nama lengkap : DINDA ROMANTO P-ITUNGA  
 NPM : 2203110169  
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 108 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/E/20.26 tanggal 08 JANUARI 2026 dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI IT. IAA DALAM MENSOSIALISASIKAN  
 DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Peretujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kunjng Petinjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Dumikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terimakasih. Wassalam.

Diketahui oleh Ketua  
 Program Studi

Menyetujui  
 Pembimbing

Pemohon,

(D. Akhbar Asbani, S.Pd, M.Pd)

(ADOK, P.D, D. ALFIN SACH, M.Pd)

(DINDA ROMANTO P-ITUNGA)

NIDN: 012.7048401

NIDN: 032017402





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)  
Nomor : 315/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 12 Februari 2026  
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU LL 2  
Pemimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORU, M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEJANGGAP	PEMANGGUNG	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
41	AYLA BINTANG RAMDANTY	2203110242	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Soc., M.I.Kom.	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Soc., M.A.	REPRESENTASI MAKNA EMPOWERING PERAN IBU DALAM FILM LADY BIRD DAN EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE
42	MARSCHANDA YUSULISTIN	2203110253	Asoc. Prof. Dr. RIBUT PRUADI, M.I.Kom.	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Soc., M.A.	REPRESENTASI NILAI SOSIAL DALAM FILM 'KITA KELUARGA' STEFANUS CANGCANG DAN FILM 'RUMAH UNTUK ALIE HERNIN NOVANTO
43	ANISA SANTIANAN	2203110208	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Soc., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI TOLERANSI BERAGAMA PADA FILM PENDEK 'BERDOA, MULAI DI CHANNEL YOUTUBE DEGRADIAS STUDIO
44	DINDA ROMATTO RITONGA	2203110169	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI PT. IAA DALAM MENSOALSASIKAN DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA
45	SHANTI AMALIA	2203110285	Dr. AKHYAR ANSHORU, S.Soc., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.SI.	STRATEGI SOSIALISASI KEMENTERIAN AGAMA SUMATERA UTARA MELALUI PROGRAM NILAHILAI MODEVASI BERAGAMA DI MAN 2 MODEL MEDAN

Medan, 23 Syaban 1447 H  
11 Februari 2026 M  
Dekret  
Asoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP.)  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
MOSY  
1447



**UMSU**  
Majelis Cerdas Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisp.umsu.ac.id> [fisp@umsu.ac.id](mailto:fisp@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : DINDA ROMARTO KITONGA .....  
N P M : 2203110169 .....  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI .....  
STRATEGI KOMUNIKASI IT IAA DALAM MENSOSIALISIKAN  
Judul Skripsi : PUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL .....

No.	Tanggal	Kegiatan Advisi/Bimbingan	Prof Pembimbing
1.	13-01-2026	Bimbingan proposal Bab I, II, III	
2.	20-01-2026	Revisi Bab I, II, III	
3.	26-01-2026	Bimbingan penyusunan draft wawancara	
4.	27-01-2026	Revisi penyusunan draft wawancara	
5.	04-02-2026	Bimbingan Metode Penelitian (Penentuan Informan dan kategorisasi)	
6.	09-02-2026	Bimbingan tentang cara pengutipan baik dari buku maupun dari jurnal penelitian	
7.	13-02-2026	Bimbingan tentang cara penyajian hasil penelitian	
8.	25-02-2026	Bimbingan tentang pembahasan hasil penelitian	
9.	04-03-2026	Bimbingan tentang penyusunan simpulan dan saran	
10.	10-03-2026	Bimbingan tentang penulisan abstrak dan merapikan laporan skripsi	
11.	14-03-2026	Acc Ujian Tugas Akhir	

Medan, 14 Maret 2026

Dekan,  
  
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., 'MSF')  
NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,

(Dr. Afkhar Ashori, S.Sos., M.Hum)  
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.P)  
NIDN : 0030017402





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fislp.umsu.ac.id> [fislp@umsu.ac.id](mailto:fislp@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 425/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 08 Ramadhan 1447 H  
25 Februari 2026 M

Kepada Yth : Pimpinan PT. Indonesia Alluminium Alloy  
di-  
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di PT. Indonesia Alluminium Alloy, atas nama :

Nama mahasiswa : **DINDA ROMAITO RITONGA**  
N P M : 2203110169  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2025/2026  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI PT. IAA DALAM MENSOSIALISASIKAN DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,



Cc : File.



No.: 088/L-AAH/IV/2026

1 April 2026

Kepada Yth.

**Bapak Arifin Saleh, S.Sos., MSP.**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
di tempat

**Hal: Tanggapan atas Permohonan Riset**

Dengan hormat,

Sehubungan dengan diterimanya surat no.: 425/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026 dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik perihal "Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa", dengan ini kami sampaikan bahwa kami mengizinkan pelaksanaan riset dengan judul "Strategi Komunikasi PT. IAA Dalam Mensosialisasikan Dunia Industri Melalui IAA Goes to School di Batu Bara" dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di PT Indonesia Aluminium Alloy (PT IAA) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama	NIM	Program
Dinda Romaito Ritonga	2203110169	Ilmu Komunikasi

Ada pun untuk informasi lebih lanjut Bapak/Ibu dapat menghubungi PIC kami atas nama Ibu Dara Citra Pratiwi (+62 882 6640 6750 / hr@iaa.co.id).

Demikian informasi ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

**PT INDONESIA ALUMINIUM ALLOY**



**RAHMA WANI**

Pt. Junior Manager Administrasi dan SDM

*dc*  
dc

Lampiran: -

Tembusan Yth:

1. Direksi PT Indonesia Aluminium Alloy



UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGILAN UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)  
Nomor : 896/UND/II.3.AU/UMSU-03/IF/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Sabtu, 18 April 2026  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2  
Pembukaan : 08.15 WIB



Slr-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Polok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	DELLA DIRA ARDINA	2203110039		Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., MLikom	GORRY NOVIRICA AP. SINGA, S.Sos., M.A.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., MLikom	ANALISIS ISI NASKAH NARATIF DALAM FILM CARAMELO (2025) KARYA DIEGO FREITAS
2	ARMANDA NUL AZMI	2203110062		Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., MLikom	GORRY NOVIRICA AP. SINGA, S.Sos., M.A.	Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., MLikom	KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENGOPTIMALKAN KINERJA DAN DISIPLIN KERJA KARYAWAN DI PT. ALFA SCORPIL SENTRAL YAMAMHA MEDAN
3	DINDA ROMANTO RITONGA	2203110169		Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., MLikom	Dr. FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., MLikom	Asoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI PT. IAA DALAM MENSOALISASIKAN DUNIA INDUSTRI MELALUI IAA GOES TO SCHOOL DI BATU BARA
4	HERA ARDYANNINGSIH	2203110382		Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., MLikom	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., MSP	Dr. ZULFAHMI, MLikom	PENANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS DINAS SOSIAL SUMATERA UTARA DALAM MENGINFORMASIKAN PROGRAM PPKS KEPADA MASYARAKAT
5	BAGUS ERANGGA	2203110090		Asoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., MLikom	Dr. ZULFAHMI, MLikom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., MLikom	ANALISIS SEMIOTIKA NILAI SATIRE PADA KARAKATUR MAJALAH TEMPO EDISI NOVEMBER 2025

Menulis Sidang :

1.

Disiapkan oleh:  
Prof. Dr. ABRAR ADHANI, MLikom  
Asoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Medan, 28 Syawal 1447 H  
19 Maret 2026 M

Paripal Ujian  
Sekretaris  
Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, MLikom



Scanned with CamScanner

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

Nama : Dinda Romaito Ritonga  
Tempat/Tanggal Lahir : Cibaliung/23 Agustus 2003  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. Hangtuah, Harapan Makmur Selatan, Bagan Sinembah  
Raya  
Anak Ke : 4 dari 4 bersaudara

### Data Orang Tua

Nama Ayah : M. Adilan Ritonga  
Nama Ibu : Basaria  
Pekerjaan Ayah : Pensiun  
Pekerjaan Ibu : Guru (Almh.)  
Alamat : Jl. Hangtuah, Harapan Makmur Selatan, Bagan Sinembah  
Raya

### Pendidikan Formal

TK : Permata Hati  
SD : SD Swasta Cibaliung  
SMP : SMP Swasta Bina Siswa  
SMA : SMA Swasta Pembangunan  
S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara