

**PROSIDING :**  
**AKSELERASI PEMBANGUNAN MASYARAKAT LOKAL**  
**MELALUI KOMUNIKASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI**

**BUKU 1**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI - FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

**ISBN : 978-602-60412-0-3**

# **PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI 2016**

Cetakan pertama, November 2016  
Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
Dilarang memperbanyak, mencetak ataupun menerbitkan  
sebagian maupun seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

## **Editor:**

Dr. Nina Yudha Aryanti  
Ahmad Rudy Fardiyan, M.Si.

## **Desain & Layout**

Eka Yuda Gunawibawa, M.Med.Kom.  
Gita Hilmi Prakoso, S.Pd., M.Pd.

**ISBN 978-602-60412-0-3**

## **Penerbit:**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP Universitas Lampung  
Jl. Sumantri Brojonegoro No.1  
Bandar Lampung 35145**

## PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI 2016

### *Reviewer:*

Prof. Dr. Karomani  
*(Universitas Lampung)*

Dr. Nuryah Astri Sjafirah  
*(Universitas Padjadjaran)*

Dr. Turnomo Raharjo  
*(Universitas Diponegoro)*

Dr. Amiruddin Saleh  
*(Instiuit Pertanian Bogor)*

Dr. Abdul Firman Ashaf  
*(Universitas Lampung)*



## KATA PENGANTAR

Prosiding Seminar Nasional Komunikasi ini merupakan produk dari kegiatan Seminar Nasional Komunikasi yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung pada tanggal 17 November 2016 di Bandar Lampung, yang bertemakan *Akselerasi Pembangunan Masyarakat Lokal Melalui Komunikasi dan Teknologi Informasi*.

Penyelenggaraan seminar tersebut dimaksudkan untuk menjaring hasil-hasil penelitian dan pemikiran, baik dari akademisi maupun praktisi ilmu komunikasi, dalam rangka sumbangsih ide, gagasan, dan temuan ilmiah yang dapat mendukung program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat lokal di berbagai daerah di Indonesia. Kegiatan Seminar Nasional Komunikasi sendiri telah berhasil mengumpulkan puluhan karya ilmiah dengan berbagai tema dalam lingkup kajian ilmu komunikasi, mencakup bidang komunikasi politik, komunikasi sosial & budaya, humas, media, jurnalistik, perpustakaan, serta teknologi informasi dan komunikasi.

Naskah-naskah yang berhasil terkumpul, menjalani proses *review* oleh sejumlah pakar yang berasal dari perguruan tinggi yang berbeda-beda, disesuaikan antara tema naskah dengan bidang kepakaran *reviewer*. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin objektivitas dan profesionalisme dalam proses seleksi naskah yang akan dipresentasikan pada kegiatan seminar. Naskah-naskah yang lolos seleksi dari *reviewer* kemudian di sunting oleh tim redaksi dalam rangka pembetulan ejaan dan penyesuaian dengan gaya selingkung prosiding (tanpa mengubah, menambah, ataupun mengurangi substansi isi makalah) untuk diterbitkan.

Atas terlaksananya kegiatan seminar nasional dan terbitnya prosiding ini, tim Seminar Nasional Komunikasi 2016 mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para narasumber, pemakalah, peserta, *reviewer*, panitia, dan pihak-pihak lain yang telah membantu. Secara khusus, kami mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang membantu penyelenggaraan seminar dan penerbitan prosiding lewat pemanfaatan DIPA BLU tahun anggaran 2016.

Akhir kata, semoga Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016 ini dapat menjadi inspirasi bagi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di berbagai daerah, serta bermanfaat dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi di Indonesia.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt



Strategi Pengembangan Koleksi (Collection development) pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam Negeri di Jawa Barat dan Banten (Studi Pada Perpustakaan UIN Sunan Gunung Jati Bandung, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Serang Banten serta Perpustakaan IAIN Syeh Nurjati Cirebon)" .....	165
Komunikasi Politik Dan Jajak Pendapat Dalam Pemilihan Kepala Daerah .....	176
Transisi Sosial Pemustaka Dalam Transformasi Moda Layanan Referensi Di Perpustakaan Universitas Indonesia .....	185
Representasi Dan Ruang Publik Dalam Pertarungan Wacana Berita Kampanye Pemilihan Presiden 2014.....	194
Keputusan Memilih <i>E-Journal</i> Sebagai Sumber Informasi Ilmiah Oleh Sivitas Akademika .....	203
Peningkatan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Untuk <i>Digital Native Generation</i> (Perspektif Perubahan Karakter Pemustaka Di Era Digital).....	212
Struktur Tanda Nasionalisme dalam Film Nasional, Analisis Semiotika terhadap Film "Tanah Surga, Katanya" .....	221
Perbedaan Fungsi <i>Tools Of Promotion</i> Untuk Pengembangan Bisnis Skala Kecil Menengah (UKM) Pada Perkotaan Dan Perdesaan .....	230
Pola Komunikasi Tokoh Lintas Agama Dalam Menjaga Kerukunan Umat Berbeda Agama Di Kota Bandung.....	241
Revitalisasi Komunikasi Pembangunan Dalam Pembangunan Pendidikan .....	252
Diseminasi Informasi Program Unggulan Pemerintah Oleh Diskominfo Jawa Barat Melalui Media Pertunjukan Rakyat .....	261
Komunikasi Dan Kearifan Lokal : Studi Fenomenologi Tentang Penganut Aliran Islam Aboge (Alif Rebo Wage) Di Desa Sidareja Banjarnegara Jawa Tengah.....	272
Proses Pembentukan Kelompok Dan Aktivitas Komunikasi Kelompok Di Era Tehnologi Informasi (Studi Pada Komunitas Hijabers).....	283
Peran Komunikasi Dalam pembangunan Layanan Kesehatan .....	294
Perbandingan Akurasi Media Online Dalam Berita " <i>Brexit</i> " Pada Empat Portal Berita Di Indonesia .....	302
Penyebaran Informasi Kesehatan Melalui Taman Bacaan Masyarakat Al-Hidayah Desa Citimun Kabupaten Sumedang .....	313
Kegiatan Preservasi Di Museum Dalam Melestarikan Budaya .....	324
Membangun Budaya Literasi Pada Anak Usia Dini Serta Anak Usia Pendidikan Dasar Melalui Aktivitas Kreatif Perpustakaan Elmuloka Bandung.....	334
Literasi Kesehatan Masyarakat Dalam Menopang Pembangunan Kesehatan Di Indonesia .....	344

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
Strategi Perubahan Dalam Usaha Perencanaan Pembangunan.....	1
Kontribusi Perpustakaan Desa dan Perpustakaan Masyarakat dalam Pendiseminasian Sumber-sumber Informasi Budaya Lokal.....	9
Apresiasi Orangtua Siswa Terhadap Program Gerakan Literasi Sekolah (Survey Terhadap Orangtua siswa Di Wilayah Kota Bandung).....	21
Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sebagai Bentuk Komunikasi Sosial CSR Perusahaan Untuk Mengantisipasi Munculnya Konflik Antara Perusahaan, Karyawan dan Masyarakat Lokal Di Kawasan Perbatasan Kalimantan Barat-Sarawak.....	32
Sistem Komunikasi Pembangunan Pedesaan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	41
Karakteristik Wisatawan Kota Wisata Tambang Sawahlunto; Pendekatan Komunikasi dalam Membangun Identitas Kota (Studi pada Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Sawahlunto, Provinsi Sumatera Barat.....	54
Politik frekuensi dalam perpanjangan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) tahun 2016.....	65
Fenomena Gaya Hidup Pelacur Gay Pengguna Teknologi Media Baru di Kota Padang	76
Konstruksi Makna Nilai Nilai Falsafah “Dalihan Na Tolu” Bagi Batak Perantau Di Kota Jakarta .....	86
Strategi Komunikasi dalam Membangun Partisipasi Masyarakat Untuk Melestarikan Tanaman Salak Lokal di Kabupaten Tasikmalaya.....	94
Perpustakaan: Media Penanaman Modal Asing di PerguruanTinggi .....	105
Komunikasi Antarpribadi Dan Akses Media Dalam Mendukung Kompetensi Informasi Pangan Bagi Masyarakat Lampung.....	115
Strategi Perpustakaan Ramah Anak Gagah Ceria Dalam Menumbuhkan Minat Baca.....	125
Persepsi Masyarakat Terhadap Kota Bandung di Era <i>Smart City</i> .....	133
Strategi Komunikasi Mengatasi Rendahnya Integritas Satpol PP Dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Di Jalan Kepatihan Bandung.....	142
Gaya Komunikasi Pasangan Etnis Campur di Pondok Cina, Kec.Beji, Depok, Jawa Barat.....	154

Pengembangan Model Jaringan Informasi Dan Penggunaan Media Alternatif Dalam Meningkatkan Usaha Alat-Alat Pertanian Di Wilayah Kabupaten Tasikmalaya.....	352
Pola Jaringan Komunikasi Sosial Masyarakat Perdesaan Di Desa Sukaresik Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran.....	362
Baron Daud Di Menara Loji.....	375
Uji Korelasi Tentang Prestasi Akademik Dengan Metode Baca Mahasiswa.....	382
Persepsi Pemustaka Terhadap Kemampuan Komunikasi Antar Pribadi Staf Perpustakaan Di UPT Perpustakaan Pusat UNPAD.....	387
<b>Pengaruh Penyajian</b> Visual Dan Gaya Bahasa Pada Video Tentang Pariwisata Di Kabupaten Garut Terhadap Peningkatan Pengetahuan.....	397
Ipteks Berbasis Masyarakat pada Pengurus majalah sekolah Tingkat SMA di Lampung Selatan.....	407
Analisis Respon Komunikasi Masyarakat Pada Dampak Stocpile Batu Bara.....	415
Perilaku Komunikasi Masyarakat Dan Aparatur Dalam Mendukung Kota Pariaman Sebagai Kota Wisata.....	427
Presentasi Diri Perempuan Betawi Dalam Berkomunikasi.....	436
Pendekatan Komunikasi Partisipatori Dalam Penanggulangan Penyakit Di Kalangan Masyarakat Miskin.....	447
Pemanfaatan Ketrampilan Literasi Informasi Bagi Guru-Guru Smp (Information Literacy) (Studi Di Smp Negeri 1 Jatiagung Lampung Selatan).....	458
Analisis Bintang Iklan Vaseline Men Face Wash Versi Nazriel Ilham (Ariel) Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian.....	465
Literasi Media Melalui Komik Untuk Calon Tenaga Kerja Wanita Informal Tujuan Asia Pasifik.....	478
Strategi Komunikasi Persuasif Agen Asuransi Dalam Upaya Rekrutmen Agen Baru (Studi pada agen asuransi PT Prudential Life Assurance Bandar Lampung).....	485



# PENGARUH PENYAJIAN VISUAL DAN GAYA BAHASA PADA VIDEO TENTANG PARIWISATA DI KABUPATEN GARUT TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN

## *The Influence of Visual Presentation and Language Style in the Video of Tourism in Garut Regency on the Improvement of Knowledge*

A.Saleh<sup>1</sup>, Testa Pradia Nirwana<sup>2</sup>, Krishnarini Matindas<sup>1</sup>, Anna Agustina<sup>3</sup>  
<sup>1</sup>Bagian Komunikasi dan Penyuluhan, Departemen SKPM, FEMA-IPB Bogor  
<sup>2</sup>Asisten Dosen Departemen SKPM, FEMA-IPB Bogor  
<sup>3</sup>Jurusan Komunikasi FISIP Unila, Lampung  
e-mail: amiruddin\_ipb@yahoo.co.id

### ABSTRAK

*Tourism is one of sector that is much interested by the world community, this demand has increased every year. Garut is one of the districts in West Java which is interested by tourists. Promotion in marketing the tourism product is very important for the development of communities and regions. The promotion can use media of video through social media to provide an illustration and a knowledge of tourism, and convince these young travelers to visit the tourist attractions that is offered. The purpose of this study were 1) to test the effect of visual presentation and style of language through video to increase student knowledge, 2) to analyze the message combination of the most effective on the media video about tourism in Garut. This research used true experimental methods with 2 x 2 factorial design and use pretest posttest control group design. Factors is used in the visual presentation consists of photos and infographics, and the language style consists of formal and conversational. Subjects were 75 students of the Bogor Agricultural Institute. The results showed that the visual presentation and language style through videos significant effect on the improvement of knowledge, the whole combination treatment was not significantly different to the increase of knowledge.*

**Keywords:** *improvement knowledge, language style, video tourism, visual presentation*

---

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang banyak diminati oleh masyarakat dunia. Indonesia adalah salah satu tujuan wisata dunia. Data *World Economic Forum* (WEF) pada tahun 2009, menyebutkan, bahwa Indonesia berada di peringkat ke 81 dari 133 negara yang berkedudukan sebagai destinasi wisata dunia (Bappenas 2010). Tahun 2011 posisi Indonesia naik pada posisi 74 dari 140 negara, dan tahun 2013 naik kembali pada posisi ke 70 dari 140 negara, namun kenaikan tersebut belum menjadikan posisi Indonesia di atas negara-negara tetangga seperti Singapura yang berada pada posisi 10, Malaysia pada posisi 34, dan Thailand berada pada posisi 43 (WEF 2013).

Garut merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang diminati oleh para wisatawan, baik nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal itu terbukti dari jumlah kunjungan wisatawan yang dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan. Tahun 2010 tercatat sekitar 1.796.366 wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang melakukan kunjungan di obyek pariwisata Garut, dan pada tahun 2011 peningkatan cukup besar yaitu mencapai 1.988.615 kunjungan (Disparbud Kabupaten Garut 2014).

Promosi dalam memasarkan produk pariwisata sangat penting karena dapat membantu pemerintah dan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan pekerjaan, pemerataan pembangunan, berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa, serta mendorong agar masyarakat memiliki kesadaran dan kebanggaan terhadap kekayaan

budaya bangsa (Bappenas 2010). Arah pengembangan pariwisata memperhatikan pelestarian lingkungan sehingga dapat dinikmati bersama secara adil, merata, dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas (Chamdani 2008). Selain itu, sektor pariwisata juga dapat membantu membentuk citra positif suatu negara di mata dunia.

Media video merupakan salah satu media yang sangat efektif dan persuasif (Kamlongera & Mefalopulos 2004). Penggunaan video sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan (Iskandar 2005; Alif *et al.* 2008; Nurfathiyah & Suratno 2011). Media video yang menggunakan audio dan visual memiliki keunggulan dibandingkan dengan media lainnya. Keunggulan video ini dapat mengkombinasikan teks, grafik, suara, dan visualisasi (Nurfathiyah & Suratno 2011). Pada media audiovisual biasanya dikenal dua jenis visualisasi, yaitu visualisasi realistik dan visual grafis. Pada penelitian ini digunakan visualisasi realistik berupa foto yang merupakan hasil dari elemen fotografi, serta visualisasi dengan bentuk infografis yang merupakan elemen ilustrasi dalam desain komunikasi visual. Berdasarkan penelitian Iskandar (2005) menjelaskan bahwa penggunaan visual realistik lebih efektif daripada visual grafis untuk meningkatkan pengetahuan responden.

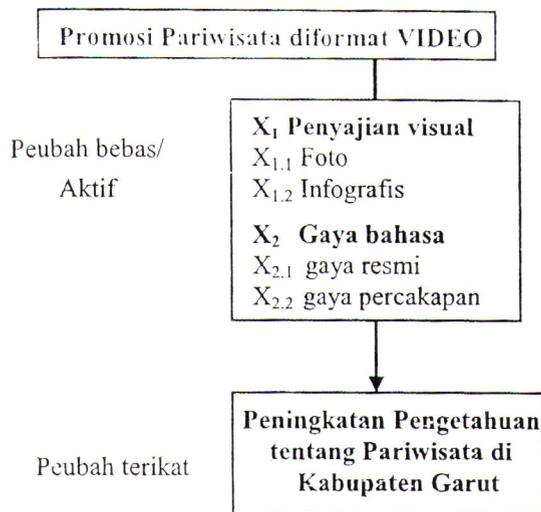
Komunikasi tidak lepas dari penggunaan bahasa, penggunaan bahasa ini digunakan dalam menyampaikan pesan untuk menunjang efektivitas komunikasi (Alif *et al.* 2008). Bahasa ini digunakan dalam pariwisata untuk meningkatkan elemen persuasi dan daya tarik dari berbagai macam media (Salim *et al.* 2012). Gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata menurut Keraf (2001) terdiri dari gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan percakapan. Gaya bahasa yang digunakan dalam penelitian ini adalah gaya bahasa resmi dan percakapan.

Media sosial merupakan salah satu kemajuan teknologi yang dapat membuat orang merasa tidak ada jarak dan waktu. Hal tersebut merupakan cara baru seseorang terhubung secara sosial dengan mengintegrasikan informasi dan teknologi komunikasi, interaksi sosial, konstruksi kata-kata, gambar, video, dan audio (Zeng & Gerritsen 2014). Media sosial ini dapat digunakan untuk mempromosikan suatu obyek wisata dalam usaha meningkatkan daya saingnya. Media sosial adalah mekanisme yang paling cepat dalam mempromosikan produk baru, layanan, dan industri pariwisata yang baru hadir (Bizirgianni & Dionysopoulou 2013).

Media video melalui media sosial yang berisi mengenai informasi yang menunjang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan akan informasi mengenai suatu destinasi pariwisata, seperti memberikan gambaran dan pengetahuan tentang obyek wisata, serta meyakinkan calon wisatawan muda untuk berkunjung ke obyek wisata yang ditawarkan.

Tujuan penelitian adalah untuk (1) menguji pengaruh penyajian visual dan gaya bahasa melalui video terhadap peningkatan pengetahuan mahasiswa, (2) menganalisis kombinasi pesan yang paling efektif pada media video tentang pariwisata di Kabupaten Garut.

Video adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk promosi pariwisata. Video memiliki kelebihan daripada media lain karena mengkombinasikan audio dan visual dalam satu media. Pada penelitian ini, media video digunakan dalam upaya mempromosikan pariwisata. Subyek penelitian diberikan perlakuan berbeda dalam penerimaan video, yaitu melalui penyajian visual ( $X_1$ ) dan gaya bahasa ( $X_2$ ). Penyajian visual dan gaya bahasa ini merupakan variabel bebas aktif. Penyajian visual dibedakan menjadi foto dan infografis, sedangkan gaya bahasa dibedakan menjadi gaya bahasa resmi dan gaya bahasa percakapan. Video ini diduga dapat meningkatkan pengetahuan subyek penelitian ( $Y$ ) yang merupakan variabel terikat. Kerangka pemikiran tersebut dapat tergambar pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1 Kerangka pemikiran pengaruh penyajian visual dan gaya bahasa pada video tentang pariwisata di Garut terhadap peningkatan pengetahuan

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian ini yaitu 1) terdapat pengaruh nyata pada penyajian visual dan gaya bahasa melalui video terhadap peningkatan pengetahuan, dan 2) terdapat perbedaan nyata antara kombinasi perlakuan dalam peningkatan pengetahuan.

## METODE

Lokasi penelitian di Kampus IPB Dramaga-Bogor, Jawa Barat. Waktu penelitian dimulai pada bulan Mei 2015. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental murni (*true experiment*) dengan desain faktorial 2x2 menggunakan *pretest posttest control group design* (Campbell & Stanley 1996). Penyajian visual terdiri dari foto dan infografis, sedangkan gaya bahasa terdiri dari gaya bahasa resmi dan percakapan, sehingga didapatkan empat kombinasi perlakuan.

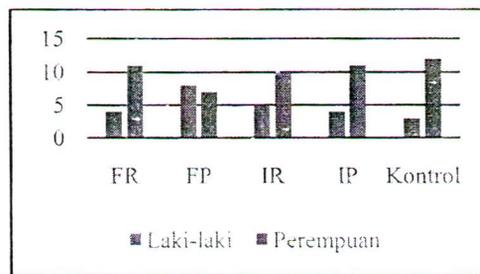
Subyek penelitian adalah mahasiswa dengan kisaran umur 19 sampai 21 tahun yang mengambil mata kuliah di program studi Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Subyek penelitian dipilih secara acak sebanyak 75 orang, yang kemudian dibagi dalam empat kelompok eksperimen dan satu kelompok kontrol. Evaluasi media menggunakan metode *face validity* dan *in house*, serta metode *open house*. Validitas instrumen menggunakan analisis statistik *product moment pearson* dan pertanyaan yang valid menggunakan analisis ini sebanyak 23 *items*. Reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* dengan nilai koefisien 0.796, dengan kata lain instrumentasi yang digunakan sudah reliabel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan 1) analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden; 2) menguji skor *pretest* dan *posttest* dianalisis dengan uji *t* dua sampel berpasangan (*paired sample t-test*); 3) mengkaji perbedaan peningkatan pengetahuan responden menggunakan *analysis of varians*; dan 4) menguji nilai tengah mana saja yang sama dan mana yang tidak sama di antara nilai-nilai tengah peningkatan pengetahuan responden, dilakukan uji wilayah berganda Duncan (*Duncan's multiple range test*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

#### Jenis Kelamin

Profil mahasiswa pada penelitian ini terdiri dari indikator jenis kelamin, maksud berpergian, dan keterdedahan media komunikasi. Responden dalam penelitian dipilih secara *purposive*, yaitu mahasiswa yang berumur 19-21 tahun (mahasiswa tingkat tiga) dari mahasiswa Institut Pertanian Bogor. Responden dalam penelitian ini, seluruhnya berjumlah 75 orang mahasiswa yang terdiri dari 24 mahasiswa laki-laki dan 51 mahasiswi perempuan, hal itu dapat dilihat pada Gambar 2.



Keterangan: FR (Foto – Bahasa Resmi)  
FP (Foto – Bahasa Percakapan)  
IR (Infografis – Bahasa Resmi)  
IP (Infografis – Bahasa Percakapan)  
Kontrol (Kelompok Kontrol)

Gambar 2 Diagram sebaran jenis kelamin

Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa kelompok dengan perlakuan foto dan gaya bahasa resmi (FR) terdiri dari empat orang laki-laki dan 11 orang perempuan, kelompok dengan perlakuan foto dan gaya bahasa percakapan (FP) terdiri dari delapan orang laki-laki dan tujuh orang perempuan, kelompok dengan perlakuan infografis dan gaya bahasa resmi (IR) terdiri dari lima orang laki-laki dan 10 orang perempuan, kelompok dengan perlakuan infografis dengan gaya bahasa percakapan (IP) terdiri dari empat orang laki-laki dan 11 orang perempuan, sedangkan kelompok kontrol terdiri dari tiga orang laki-laki, 12 orang perempuan.

#### Maksud Berpergian

Maksud berpergian ini terdiri dari empat parameter yaitu tujuan melakukan perjalanan pariwisata untuk rekreasi santai, pariwisata sejarah dan budaya, pariwisata agama, pariwisata *sport*. Maksud berpergian responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Maksud berpergian mahasiswa mayoritas memiliki maksud berpergian dengan tingkat sedang yaitu sebesar 62.67 persen, kemudian diikuti maksud berpergian dengan tingkat rendah yaitu sebesar 25.33 persen, dan terakhir maksud berpergian dengan tinggi yaitu sebesar 12.00 persen. Pemilihan maksud berpergian yang paling tinggi nilainya yaitu untuk pariwisata rekreasi santai, diikuti oleh pariwisata *sport*, pariwisata sejarah dan budaya, dan yang paling rendah untuk maksud berpergian pariwisata agama. Dari keseluruhan responden, terdapat tujuh orang yang pernah mengunjungi pariwisata di daerah Garut, kedua di antaranya memiliki peningkatan pengetahuan yang tinggi, sedangkan yang lainnya memiliki peningkatan pengetahuan yang sedang. Selain itu, dari ketujuh responden ini dua di antaranya memiliki maksud berpergian yang tinggi, tiga orang yang memiliki maksud berpergian sedang, dan dua orang yang memiliki maksud berpergian rendah.

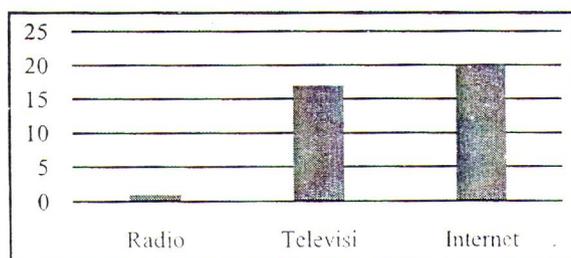
Tabel 1 Jumlah dan presentase maksud berpergian responden, 2016

Maksud Berpergian	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Rendah	19	25.33
Sedang	47	62.67
Tinggi	9	12.00
Total	75	100.0

### Keterdedahan Media Komunikasi

Sebanyak 97% responden memiliki keterdedahan media komunikasi yang rendah, sedangkan keterdedahan responden dengan nilai sedang dan tinggi masing-masing sebanyak 1.50 persen. Responden yang terdedah dengan media komunikasi yang berisi informasi mengenai pariwisata di Kabupaten Garut yaitu sebanyak 29 orang di mana media yang sering mereka dapatkan untuk memperoleh informasi pariwisata Garut adalah internet sebanyak 20 orang, disusul dengan televisi sebanyak 17 orang, yang terakhir adalah radio yang hanya didapatkan oleh satu orang, hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.

Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan internet sebagai media pencarian informasi mengenai pariwisata di Kabupaten Garut. Responden juga mengaku bahwa media yang sering digunakan untuk mencari informasi mengenai pariwisata adalah internet. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut memiliki *website* resmi yang berisikan informasi daerah pariwisata, kesenian dan kebudayaan, serta kuliner Kabupaten Garut. Namun, berdasarkan penelitian Nirwana dan Saleh (2012) khalayak masih belum terpuaskan dengan informasi yang disajikan oleh *website* resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut karena informasi yang disajikan tidak lengkap seperti informasi fasilitas obyek pariwisata, dan informasinya tidak diperbaharui. Selain itu, pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut bekerjasama dengan pemegang akun media sosial di *twitter* dan *instagram*, seperti akun *twitter* @infogarut dan @jelajahgarut. Media sosial ini merupakan media baru yang memberikan kesempatan bagi yang terlibat dalam sektor pariwisata dalam rangka untuk mendekati wisatawan dengan cara yang paling efektif, hal tersebut dapat mengurangi biaya iklan produk pariwisata (Bizirgianni & Dionysopoulou 2013).



Gambar 3 Penggunaan media komunikasi tentang pariwisata di Kabupaten Garut

Selain internet, responden terdedah informasi mengenai pariwisata Garut dengan media Televisi. Televisi merupakan salah satu media yang sering mempromosikan pariwisata Garut. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut memang mengadakan kerjasama dengan salah satu stasiun televisi swasta sejak tahun 2011. Semenjak itu, pariwisata Garut selalu menghiasi layar televisi.

Pada Gambar 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden tersebut merupakan pengguna aktif internet. Media sosial merupakan salah satu situs yang sering diakses mahasiswa, seluruh mahasiswa mengaku merupakan pengguna media sosial. Beberapa responden menyebutkan bahwa selain digunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi

dengan teman, media sosial juga digunakan untuk media pencarian informasi dan hiburan. Berikut penggunaan media sosial responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah dan presentase penggunaan media sosial, 2016

Penggunaan Media Sosial	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Sangat Rendah	51	68.00
Rendah	11	14.67
Tinggi	6	8.00
Sangat Tinggi	7	9.33
Total	75	100.00

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan media sosial sangat rendah yaitu sebanyak 68.00 persen, diikuti dengan penggunaan media sosial yang rendah sebanyak 14.67 persen, tinggi sebanyak 8.00 persen, dan sangat tinggi yaitu 9.33 persen. Hal itu berarti bahwa pengguna aktif media sosial hanya sebagian kecil saja. Media sosial yang paling banyak digunakan yaitu *youtube*, diikuti *facebook*, dan yang paling sedikit digunakan yaitu *twitter*. Berbeda dengan hasil penelitian Bizirgianni dan Dionysopoulou (2013) yang menyebutkan bahwa 99% wisatawan muda mempunyai akun *facebook*, dan media sosial *youtube*, *twitter*, *myspace*, *flickr* merupakan media sosial sampingannya. Selain media sosial *youtube*, *facebook*, *twitter* responden juga menggunakan media sosial lainnya untuk mengakses informasi, seperti *instagram*, *line*, *path*. Penggunaan media sosial ini, berbeda tergantung karakteristik khusus mereka (Bizirgianni & Dionysopoulou 2013). Setelah melihat penggunaan media sosial pada kalangan mahasiswa, sebaiknya promosi mengenai pariwisata untuk kalangan usia muda menggunakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh mereka seperti *youtube* dan *facebook*.

### Pengetahuan Awal Responden

Pengetahuan awal responden diukur sebelum responden mendapat perlakuan melalui media video mengenai pariwisata di Kabupaten Garut. Hasil menunjukkan secara umum pengetahuan awal responden masih rendah yaitu memperoleh skor rata-rata 9.92 dari skor terendah nol dan skor tertinggi 28. Skor ini diukur sebelum responden melihat video mengenai pariwisata Garut, sehingga dalam kondisi ini responden belum mempunyai pengetahuan tentang daya tarik pariwisata di Kabupaten Garut. Hasil skor rata-rata pengetahuan awal responden berdasarkan kelompok perlakuan disajikan sebagai pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Skor rata-rata pengetahuan awal responden berdasarkan kelompok perlakuan, 2016

Kelompok Perlakuan	Rata-rata Skor <i>Pretest</i>
Foto-Gaya Bahasa Resmi	9.47
Foto-Gaya Bahasa Percakapan	5.78
Infografis-Gaya Bahasa Resmi	13.27
Infografis-Gaya Bahasa Percakapan	12.93
Kontrol	8.13

Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata skor paling kecil di antara kelompok perlakuan yaitu pada kelompok perlakuan dengan kombinasi foto dan gaya bahasa percakapan (FP) sebesar 5.78, kemudian perlakuan dengan kombinasi foto dan gaya bahasa resmi (FR) sebesar 9.47, kombinasi infografis dan gaya bahasa percakapan (IP) yaitu sebesar 12.93, dan paling tinggi nilai-rata-rata pengetahuan awal responden yaitu pada kelompok dengan kombinasi perlakuan infografis dan gaya bahasa resmi (IR) sebesar 13.27. Kelompok kontrol sendiri mempunyai skor rata-rata pengetahuan awal sebesar 8.13.

Tabel 4 Hasil sidik ragam satu arah terhadap pengetahuan awal responden, 2016

Sumber Keragaman	JK	db	KT	F <sub>hitung</sub>	Sig
Antar Kelompok	609.787	4	152.447	2.331	0.064
Dalam Kelompok	4577.733	70	65.396		
Total	5187.520	74			

Keterangan : JK=jumlah kuadrat, db=derajat bebas, KT=kuadrat tengah,  $\alpha \leq 0.05$

Tabel 4 menunjukkan hasil sidik ragam satu arah terhadap nilai rata-rata pengetahuan awal responden pada kelima kelompok tidak berbeda nyata dengan signifikansi ((sig. 2-tailed)  $p > 0.05$ ). Hal tersebut berarti bahwa pengetahuan responden tentang pariwisata di Kabupaten Garut tidak berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang relatif sama atau homogen tentang pariwisata di Kabupaten Garut sebelum diberi perlakuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden belum mengetahui tentang pariwisata di daerah Kabupaten Garut, seperti sejarah dan budaya, pariwisata agama, pariwisata hasil pertanian, kerajinan, dan kuliner khas daerah tersebut. Hasil di atas memberikan penyadaran bagi pemasar pariwisata bahwa daerah Garut ini belum banyak diketahui oleh khayalak luas terutama oleh wisatawan muda.

### Pengetahuan Akhir Responden

Hasil *posttest* didapatkan skor rata-rata 28.9 dari skor terendah yaitu 2 (dua) dan skor tertinggi yaitu 39. Adapun hasil rata-rata skor *posttest* dari setiap kelompok perlakuan dapat dilihat pada Tabel 5.

Hasil pada Tabel 5 tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata pengetahuan akhir kelompok perlakuan yang paling rendah berasal dari kelompok dengan kombinasi foto dan gaya bahasa resmi (FR) yaitu sebesar 27.93, diikuti oleh kelompok dengan kombinasi foto dan gaya bahasa percakapan (FP) yaitu sebesar 34.73, kemudian kelompok kombinasi infografis dan gaya bahasa resmi (IR) yaitu sebesar 36.53, dan yang paling tinggi adalah kelompok dengan kombinasi infografis dan gaya bahasa percakapan (IP) yaitu sebesar 37.53. Secara keseluruhan hasil *posttest* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mahasiswa tentang pariwisata di Kabupaten Garut dimana tingkat pengetahuan mahasiswa sebelumnya termasuk pada kategori rendah, sementara pada *posttest* diperoleh hasil tingkat pengetahuan mahasiswa masuk pada kategori tinggi.

Tabel 5 Skor rata-rata pengetahuan akhir responden, 2016

Kelompok Perlakuan	Rata-rata Skor <i>Posttest</i>
Foto-Gaya Bahasa Resmi (FR)	34.73
Foto-Gaya Bahasa Percakapan (FP)	27.93
Infografis-Gaya Bahasa Resmi (IR)	36.53
Infografis-Gaya Bahasa Percakapan (IP)	37.53
Kontrol	7.93

Hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menyerap informasi mengenai pariwisata di daerah Garut yang diperoleh dari media video. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya perbedaan yang signifikan antara kelompok kontrol dan kelompok perlakuan dimana skor rata-rata pengetahuan akhir responden pada kelompok kontrol adalah 7.93.

### Peningkatan Pengetahuan Responden

Analisa terhadap pesan yang disampaikan melalui media video tentang pariwisata di Kabupaten Garut dilakukan untuk mengetahui efektivitas penyampaian pesan tersebut. Efektivitas penyampaian pesan yang terdapat pada media video dapat dilihat dari hasil peningkatan pengetahuan responden. Peningkatan pengetahuan responden dapat didapatkan melalui selisih skor *pretest* dan *posttest*. Adapun hasil selisih skor *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Selisih skor pretest dan posttest berdasarkan kelompok pengetahuan responden, 2016

Kelompok Perlakuan	Skor		
	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	Selisih
Foto-Gaya Bahasa Resmi (FR)	9.47*	34.73*	25.26 <sup>a</sup>
Foto-Gaya Bahasa Percakapan (FP)	5.8*	27.93*	22.15 <sup>a</sup>
Infografis-Gaya Bahasa Resmi (IR)	13.27*	36.53*	23.27 <sup>a</sup>
Infografis-Gaya Bahasa Percakapan (IP)	12.93*	37.53*	24.60 <sup>a</sup>
Kontrol	8.13 <sup>tn</sup>	7.93 <sup>tn</sup>	-0.2 <sup>b</sup>

Keterangan: \* berhubungan nyata pada  $p < 0.05$ ; \*\* berhubungan sangat nyata pada  $p < 0.01$ ;

Skor rata-rata responden pada saat *pretest* lebih rendah dibandingkan dengan *posttest*. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 6. Pengetahuan awal responden (*pretest*) dari rata-rata skor kelompok perlakuan yaitu 10.36, sedangkan skor rata-rata pengetahuan akhir responden (*posttest*) yaitu 34.18. Peningkatan pengetahuan ini cukup tinggi dikarenakan banyak responden yang belum mengetahui pariwisata di daerah Garut. Dari pernyataan yang diberikan mahasiswa melalui kuesioner *pretest*, sebagian besar mahasiswa belum mengetahui pariwisata sejarah dan budaya Garut, pariwisata pertanian Garut, pariwisata kerajinan dan kuliner Garut. Pada hasil *pretest* tersebut mahasiswa hanya mengetahui beberapa hal yang sudah sangat terkenal dari daerah Garut seperti makanan khas dodol Garut, bahkan diantara mereka ada yang sama sekali tidak mengetahui tentang pariwisata di Kabupaten Garut, hal itu terbukti dengan hasil jawabannya yang sama sekali tidak ada yang benar.

Selain kelompok perlakuan, penelitian ini juga menganalisa peningkatan pengetahuan pada responden yang tergabung dalam kelompok kontrol yaitu kelompok yang tidak mendapatkan perlakuan khusus seperti kelompok perlakuan. Tabel 6 menunjukkan skor rata-rata pengetahuan awal responden pada kelompok kontrol masuk ke dalam kategori rendah yaitu sebesar 8.13, sedangkan pada skor rata-rata pengetahuan akhir yaitu 7.93 dengan rata-rata selisihnya -0.2. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi peningkatan pengetahuan pada kelompok kontrol, bahkan rata-rata tersebut menunjukkan bahwa terdapat kemunduran pengetahuan responden. Hasil selisih skor pengetahuan menunjukkan terdapat enam responden yang mengalami kemunduran dalam pengetahuan, satu orang selisih pengetahuan antara *pretest* dan *posttest* stagnan, dan sisanya mengalami peningkatan pengetahuan. Namun, peningkatan pengetahuan pada kelompok kontrol ini tidak meningkat secara signifikan, yaitu rata-rata skor peningkatannya sebesar 2.43. Jadi, peningkatan pengetahuan mahasiswa hanya terjadi dikarenakan pengaruh media video tentang pariwisata di Kabupaten Garut.

Perbedaan peningkatan pengetahuan responden setelah menonton video tentang pariwisata di Kabupaten Garut diuji menggunakan uji *t*. Hasil uji *t* tersebut menunjukkan terdapat perbedaan nyata antara skor rata-rata *pretest* dengan *posttest* pada kelompok yang diberi perlakuan dengan signifikansi ( $p \leq 0.05$ ), sedangkan pada kelompok kontrol tidak berbeda nyata ( $p > 0.05$ ). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis penelitian yang pertama pada penelitian ini **diterima**. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan tingkat pengetahuan yang signifikan pada responden sebelum dan sesudah menonton video tentang pariwisata di Kabupaten Garut, yang bahwa penyajian visual (foto dan infografis) serta gaya bahasa (resmi dan percakapan) mampu meningkatkan pengetahuan responden tentang pariwisata tersebut.

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh kombinasi perlakuan berpengaruh nyata terhadap peningkatan pengetahuan. Berdasarkan hasil uji Duncan didapatkan bahwa kelompok yang diberi perlakuan berbeda nyata dengan kelompok kontrol, namun perlakuan FP (foto-gaya bahasa percakapan) tidak berbeda nyata dengan IR (infografis-gaya bahasa resmi), IP (infografis-gaya bahasa percakapan), dan FR (foto-gaya bahasa resmi). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang kedua pada penelitian ini **ditolak**. Artinya, peningkatan pengetahuan responden mengenai pariwisata di Kabupaten Garut dapat dipengaruhi oleh penggunaan video, baik itu menggunakan penyajian visual foto atau infografis dengan gaya bahasa resmi ataupun percakapan. Informasi yang disampaikan pada setiap video sama, yang berbeda hanya jenis visual dan gaya bahasanya saja. Jadi, secara konten semua informasi yang disampaikan dari setiap video adalah sama. Hasil statistik menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui video, sama-sama dapat menyampaikan informasi yang diinginkan dengan jelas. Selama informasi yang disampaikan dari setiap video itu jelas dan mudah dimengerti, maka informasi tersebut akan mudah tersampaikan kepada responden. Penggunaan video dengan narasi merupakan alat bantu yang sangat berguna dalam menyampaikan informasi dan dapat meningkatkan pengetahuan (Bloomberg *et al.* 2013; Abed *et al.* 2014).

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian menggunakan metode *True Experimental* dengan desain faktorial 2x2 dan menggunakan *Pretest Posttest Control Group Desain* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penyajian visual dan gaya bahasa melalui video dapat mempengaruhi peningkatan pengetahuan mahasiswa tentang pariwisata di Kabupaten Garut.
2. Seluruh kombinasi penyajian visual dan gaya bahasa berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan. Peningkatan pengetahuan responden mengenai pariwisata di Kabupaten Garut dapat dipengaruhi oleh penggunaan video, baik itu menggunakan penyajian visual foto atau infografis dengan gaya bahasa resmi ataupun percakapan.

### Saran

1. Pihak pemasar pariwisata perlu menggunakan media video untuk memasarkan dan memberikan pengetahuan tentang pariwisata di suatu daerah terutama pariwisata sejarah dan budaya agar menumbuhkan rasa cinta tanah air dan melestarikan budaya Indonesia.
2. Dapat diteliti lebih lanjut, penggunaan video yang penyajian visualnya menggabungkan foto ke dalam infografis karena bentuk penyajian tersebut saling melengkapi.
3. Penggunaan video untuk mempromosikan pariwisata ini dapat disebarakan melalui media sosial yang tidak memungut biaya yang besar dalam penyebarannya, misalnya *youtube* untuk calon wisatawan usia muda.

## DAFTAR REFERENSI

- Abed MA, Himmel W, Vormfelde, Janka Koschack. Video-assited patient education to modify behavior. *Patient Education and Counseling*. 97: 16-22.
- Alif M, Nasution SH, Rohadji F. 2008. Pengaruh bahasa narasi dan bentuk pesan video terhadap peningkatan pengetahuan chikungnya di kalangan siswa SMAN 1 Ciampea. *Jurnal KMP*. 6(1):1-13.
- [Bappenas]. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2010. Lampiran Peraturan Presiden RI Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Mengengah Nasional [internet]. [diunduh 2014 Des28]. Tersedia di: <http://ristek.go.id/file/2010/rpjmbapenas/buku-ii-bab-iii.pdf>.
- Bizirgianni I, Dionysopoulou P. 2013. The influence of tourist trends of youth tourism through social media (sm) & information and communication technologies (icts). *Social and Behavior Science*. 73:652-660.
- Campbell DT, Stanley JC. 1996. *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research*. Chicago (US): Rand McNally College.
- Chamdani U. 2008. Aspek komunikasi dalam pengembangan agrowisata. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*. 3(3): 381-394.
- Chung N, Koo C. 2014. The use of social media in travel information search. *Telematics and Informatics*. 32:215-229.
- [Disparbud] Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. 2014. Rekapitulasi Data Pengunjung Obyek Wisata Kabupaten Garut 2011. Garut (ID): Disparbud Kabupaten Garut.
- Iskandar. 2005. Pengaruh desain pesan pupuk agrodyke melalui video terhadap peningkatan pengetahuan petani [tesis]. Bogor (ID): IPB.
- Kamlongera C, Mefalopulos P. 2004. *Participatory Communication Strategy Design*. Rome (IT): FAO. 2nd Ed.
- Nirwana TP, Saleh A. 2012. Peran promosi pariwisata terhadap perilaku wisatawan. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*.
- Nurfathiyah TP, Suratno T. 2011. Pengaruh visualisasi gerak dan foto pada media video terhadap peningkatan pengetahuan petani di Desa Tangkit Baru. *Jurnal Penelitian Seri Sains*. 13(1):43-52.
- Semuel H. 2007. Pengaruh stimulus media iklan, uang saku, usia, dan gender terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif (studi kasus produk pariwisata). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1):31-42.
- [WEF] Word Economic Forum. 2013. The Travel&Tourism Competitiveness Report 2013 [internet]. [diunduh 2014 Des 9]. Tersedia: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report2013.pdf).
- Zeng B, Gerritsen R. 2014. What do we know about social media in tourism? a review. *Tourism Management Perspectives*. 10:27-3.

# **IPTEKS BERBASIS MASYARAKAT PADA PENGURUS MAJALAH SEKOLAH TINGKAT SMA DI LAMPUNG SELATAN**

Oleh

**Toni Wijaya<sup>1</sup>, Sigit Prasetyo<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, <sup>2</sup>Jurusan Administrasi Bisnis  
Universitas Lampung

## *Abstrak*

Pengembangan sumber daya manusia di Kabupaten ini dilakukan dengan berbagai macam program dan kegiatan yang diselenggarakan baik oleh pemerintah daerah, provinsi, maupun pusat. Pendidikan merupakan basis utama pengembangan sumber daya manusia yang diandalkan pada wilayah ini. Tingginya pertumbuhan sekolah di wilayah ini mampu meningkatkan kemampuan individu di daerah ini. Namun, sebagian besar penduduk di wilayah ini, banyak mengenyam pendidikan hanya tingkat lanjut dan jarang dijumpai masyarakat yang berpendidikan tinggi.

SMA Negeri 2 Kalianda merupakan sekolah tingkat atas yang menjadi percontohan dan *pioneer* bagi sekolah lain di Kabupaten Lampung Selatan.

SMA NEGERI 1 PALAS berdiri pada tahun 1995 dan berlokasi di Jalan LPN Palas Aji, Kecamatan Palas, Kabupaten Lampung Selatan.

Kedua sekolah tersebut telah memiliki majalah sekolah namun kondisinya tidak aktif, sehingga kegiatan ini cocok dilaksanakan disana. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan minat siswa untuk menjalankan majalah sekolah dengan prinsip jurnalistik yang baik. Terbentuknya pengurus majalah sekolah dengan sistem yang lebih teratur.

Kata-kata kunci: Majalah sekolah, Jurnalistik, Media

---

## **PENDAHULUAN**

Lampung Selatan merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah selatan Provinsi Lampung. Sebagai kabupaten yang berada paling ujung di selatan pulau Sumatera, keberadaannya sangat strategis karena Lampung Selatan merupakan pintu gerbang Sumatera dan memiliki lokasi yang dekat dengan pulau Jawa. Wilayah Lampung Selatan merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alam dan sebagian masyarakatnya bergerak pada sektor pariwisata, pertanian, perkebunan, dan perikanan. Pisang adalah salah satu produk perkebunan yang terkenal dan diandalkan pada daerah ini. Banyak hasil pisang yang dari daerah ini yang dikirim untuk memenuhi tingginya konsumsi di Pulau Jawa.

Pengembangan sumber daya manusia di Kabupaten ini dilakukan dengan berbagai macam program dan kegiatan yang diselenggarakan baik oleh pemerintah daerah, provinsi, maupun pusat. Pendidikan merupakan basis utama pengembangan sumber daya manusia yang diandalkan pada wilayah ini. Tingginya pertumbuhan sekolah di wilayah ini mampu meningkatkan kemampuan individu di daerah ini. Namun, sebagian besar penduduk di wilayah ini, banyak mengenyam pendidikan hanya tingkat lanjut dan jarang dijumpai masyarakat yang berpendidikan tinggi.

SMA Negeri 2 Kalianda merupakan sekolah tingkat atas yang menjadi percontohan dan *pioneer* bagi sekolah lain di Kabupaten Lampung Selatan. Sekolah ini berdiri pada tahun 1984 dan sebelumnya adalah Sekolah Pendidikan Guru (SPG). Kemudian pada tahun 1991 SMA Negeri 2 Kalianda telah disahkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan menjadi Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). SMA Negeri 2 Kalianda terletak di Jalan raya Bakauheni, Kecamatan Kalianda, Kota Lampung Selatan. Sebagai salah satu sekolah percontohan di tingkat kabupaten, SMA Negeri 2 Kalianda memiliki prestasi yang melibatkan siswa baik dari segi akademis maupun non-akademis. SMA Negeri 2 Kalianda

berdiri di atas tanah ± 2,5 Ha, di pusat Ibu Kota Kabupaten Lampung Selatan di tepi jalan Trans Sumatera dengan fasilitas 20 ruang belajar, 4 laboratorium (Fisika, Biologi/Kimia, Komputer dan Bahasa), Perpustakaan, Aula, Musholla, Asrama Siswa, Perumahan Guru/Karyawan (ex.SPG).

VISI SMA Negeri 2 Kalianda adalah Menjadikan SMA Negeri 2 Kalianda sebagai lamban ilmu yaitu lembaga yang berstandar nasional sehingga menghasilkan lulusan yang beriman dan bertaqwa, berpengetahuan, terampil, dan unggul serta memiliki daya saing dalam bidang olah raga, kesenian, IPTEK, dan Imtaq, serta Perguruan Tinggi dengan indikator: (1) Unggul dalam kompetensi lulusan; (2)Unggul dalam kurikulum; (3)Unggul dalam Proses Pembelajaran; (4)Unggul dalam Pelayanan Pendidikan; (5)Unggul dalam kelengkapan sarana dan prasarana sekolah; (6)Unggul dalam penyelenggaraan pendidikan; (7)Unggul dalam efisiensi pembiayaan pendidikan; (8)Unggul dalam pelaksanaan sistem penilaian.

MISI SMA Negeri 2 Kalianda adalah: (1)Meningkatkan mutu/profesional guru dan karyawan; (2)Meningkatkan pembinaan, kedisiplinan, kecintaan, keagamaan, untuk guru, karya, dan siswa; (3)Menciptakan suasana belajar mengajar yang kondusif; (4)Melengkapi dan memenuhi sarana prasarana yang menunjang kegiatan belajar mengajar; (5)Menumbuhkan kebiasaan membaca, menulis dan menghasilkan karya yang berkualitas; (6)Mengoptimalkan pemanfaatan data hasil evaluasi dan analisa hasil evaluasi belajar bagi guru maupun siswa, baik harian, semester, maupun ujian nasional; (7)Meningkatkan daya serap pelajaran untuk siswa dengan bimbingan belajar di sekolah; (8)Meningkatkan perolehan hasil Ujian Nasional rata-rata 0,1 per tahun; (9)Meningkatkan dan mengembangkan kegiatan Imtaq dan ekstrakurikuler; (10)Meningkatkan kerja sama dengan masyarakat, komite, instansi terkait; (11)Meningkatkan daya saing dalam penerimaan di Perguruan tinggi Negeri dan Perguruan tinggi swasta; (12)Meningkatkan kesejahteraan guru dan karyawan.

SMA NEGERI 1 PALAS berdiri pada tahun 1995 dan berlokasi di Jalan LPN Palas Aji, Kecamatan Palas, Kabupaten Lampung Selatan. Filosofi SMA Negeri 1 Palas adalah memanusiakan manusia. Sedangkan visinya adalah cerdas dan berbudi pekerti. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka disusun misi SMA Negeri 1 Palas yaitu : (1)Pemberdayaan sumber daya insani, material, dan finansial menuju sekolah yang berkualitas dan kompetitif; (2)Pengimplementasian norma – norma keagamaan, kenegaraan, kelembagaan dan masyarakat; (3)Menumbuhkan dan mengembangkan semangat keunggulan prestasi akademik dan non – akademik. Indikator yang digunakan oleh SMA Negeri 1 Palas adalah : (1)Berkepribadian dan bertata krama; (2)Berbudaya tertib; (3)Berpikir logis, idealis, realistik, pragmatis, dan optimis diiringi dengan kepekaan kultural dan sosial; (4)Memiliki jiwa yang kompetitif.

Dari jumlah siswa secara keseluruhan dari kedua sekolah ini ± 20% siswa berasal dari keluarga prasejahtera dan keluarga sejahtera I dan ± 80% pekerjaan orang tua siswa terdiri dari petani dan nelayan). Dengan kondisi demikian, maka penyelenggaraan pendidikan di kedua sekolah ini masih belum optimal terutama sektor pengembangan siswa/i karena sebagian besar sumbangan penyelenggaraan pendidikan kedua sekolah ini banyak dialokasikan pada kegiatan operasional pendidikan. Sayangnya, belum ada *income generating* yang dihasilkan dari kedua sekolah ini.

Disisi lain, sebanyak 80% kedua sekolah ini memiliki siswa/i berdomisili lebih dari 30 km dari kalianda. Jauhnya jarak antara sekolah dengan kediaman siswa/i menjadikan kendala tersendiri bagi siswa/i. Pada umumnya murid kedua sekolah ini sering mengalami keterlambatan dalam mengikuti jam masuk sekolah. Kondisi yang cukup jauh menjadikan siswa/i tidak optimal dalam mengikuti pembelajaran karena kondisi fisik yang tidak memadai setelah menempuh perjalanan yang cukup jauh.

Pada umumnya lulusan dari kedua sekolah ini tidak dapat melanjutkan ke Perguruan Tinggi akan tetapi banyak yang bekerja di sektor informal (Tani, Nelayan, Buruh dan Karyawan Pabrik). Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan orang tua dalam membiayai anaknya untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi. Selain itu, rendahnya minat siswa/I dalam melanjutkan pendidikan menjadikan jumlah masyarakat yang mengenyam pendidikan tinggi di Kabupaten Lampung Selatan menjadi sedikit. Orientasi pekerjaan yang diharapkan oleh siswa/I dengan tidak didukung tingkat keahlian yang dimiliki, menjadikan lulusan kedua sekolah ini banyak yang tidak terserap di sektor Industri. Pengembangan minat kewirausahaan dari siswa/I belum besar mengingat *frame* dari masyarakat yang menganggap modal merupakan hal utama bagi pengembangan usaha.

Kondisi geografis kedua sekolah ini yang terletak di tepi jalan Lintas Sumatera yang pada saat ini sedang dikembangkan kawasan industri pariwisata bertaraf Internasional dan dekat dengan kawasan industri Proponsi Banten merupakan keunggulan tersendiri. Pengembangan strategi untuk melibatkan lulusan kedua sekolah ini untuk memanfaatkan kondisi diatas belum berjalan secara optimal. Perlunya ide – ide kreatif yang dimulai sejak awal akan menjadikan lulusan kedua sekolah ini dapat memanfaatkan peluang tersebut. Sayangnya, dukungan sekolah dalam pengembangan siswa/I dengan keahlian dan jiwa *entrepreneur* masih rendah sehingga lulusan kedua sekolah ini lebih banyak bekerja pada sektor informal.

Hal yang cukup membanggakan dari kedua sekolah ini adalah berjalannya beberapa kreativitas murid yang disalurkan melalui lembaga ekstrakurikuler. Salah satunya adalah beberapa murid kedua sekolah ini telah mengikuti kegiatan jurnalistik yang diselenggarakan oleh media lokal Lampung. Masuknya liputan kedua sekolah ini dalam rubrik Bintang Pelajar koran Radar Lampung menjadikan kebanggaan tersendiri bagi kedua sekolah. Rubrik ini merupakan hasil kerjasama antara pihak sekolah dengan redaksi Radar Lampung. Rubrik ini berisikan tentang profil, kegiatan, dan prestasi yang ada disekolah. Jurnalis berasal dari siswa/i dari kedua sekolah ini setelah sebelumnya mendapatkan pelatihan singkat. Sayangnya proses regenerasi ilmu dan pengalaman yang didapat dari dunia pers tidak berjalan dengan baik dikarenakan kegiatan pers sekolah telah lama *vacum*. Kegiatan pers sekolah saat ini hanya berkisar pada majalah dinding (*mading*) yang terkesan seadanya.

Pers siswa merupakan lembaga ekstrakurikuler yang banyak dikembangkan oleh sekolah maju di kota – kota besar. Dengan lembaga ini, kreativitas dan keahlian mereka dapat diasah sejak dini sehingga dapat menjadi bekal apabila siswa/I kedua sekolah ini tidak melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi. Pers siswa juga menjadi wadah komunikasi antara murid, orang tua, masyarakat, dan pihak sekolah dalam usahanya mengembangkan pendidikan dikedua sekolah ini. Dukungan pengetahuan dan keterampilan dari sekolah menjadi kunci utama dalam mengembangkan pers siswa dikedua sekolah ini. Namun, keterbatasan sumber daya manusia dikedua sekolah ini yang memahami dunia pers menjadikan pers siswa tidak berjalan. Oleh karena itu, dukungan dari pihak – pihak diluar sekolah perlu dilakukan agar murid mampu mengembangkan bakat, kreativitas, dan keahliannya dibidang pers siswa.

## **PERMASALAHAN**

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan tim kepada masing – masing sekolah, maka permasalahan yang perlu dilakukan tindakan adalah:

1. Perlunya pendidikan dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Hal ini untuk mengantisipasi murid kedua sekolah ini yang tidak akan melanjutkan ke jenggang pendidikan tinggi sehingga mampu membuka usaha secara mandiri.

2. Perlu dihidupkannya kembali lembaga ekstrakurikuler “pers sekolah” serta memperkuat pengetahuan dan keahlian mereka agar menghasilkan karya yang membanggakan melalui penerbitan majalah dan bulletin.

### TARGET DAN LUARAN

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui diskusi antara pelaksana kegiatan pengabdian dengan mitra pengabdian. Target dan luaran yang diharapkan dicapai dalam program ini adalah :

1. Meningkatnya pemahaman siswa dalam pengelolaan pers sekolah dengan berbasis *profit oriented* berlandaskan jiwa kewirausahaan. Manajemen pers sangat diperlukan agar keberlangsungannya dapat terus berjalan yang didukung pendanaan yang mandiri. Keterbatasan sekolah dalam membiayai pers siswa menjadikan para siswa harus mengoptimalkan sumber – sumber pendapatan yang berasal dari produknya.
2. Meningkatnya kemampuan siswa tentang pengetahuan dan praktek jurnalistik yang meliputi teknik wawancara, teknik peliputan berita, teknik penulisan artikel/naskah. Ketiga dasar teknik jurnalistik ini sangat membantu siswa dalam menghasilkan produk yang berkualitas.
3. Terbentuknya rancangan media cetak berupa bulletin yang telah diujicobakan secara sederhana melalui bimbingan teknis yang dilakukan oleh tim pelaksana dengan menggunakan peralatan sederhana yang tersedia di sekolah masing – masing.
4. Terbentuknya artikel ilmiah tentang pengelolaan majalah di sekolah. Artikel ini akan diterbitkan dalam publikasi ilmiah yang telah memiliki ISBN. Diharapkan dengan artikel ini akan dapat tersebarluaskan berbagai informasi tentang teknik dan prosedur pembuatan majalah sekolah secara sederhana dengan memanfaatkan peralatan yang tersedia di sekolah.

### METODE PELAKSANAAN

Untuk menyelesaikan permasalahan mitra, maka digunakan beberapa pendekatan sebagai berikut:

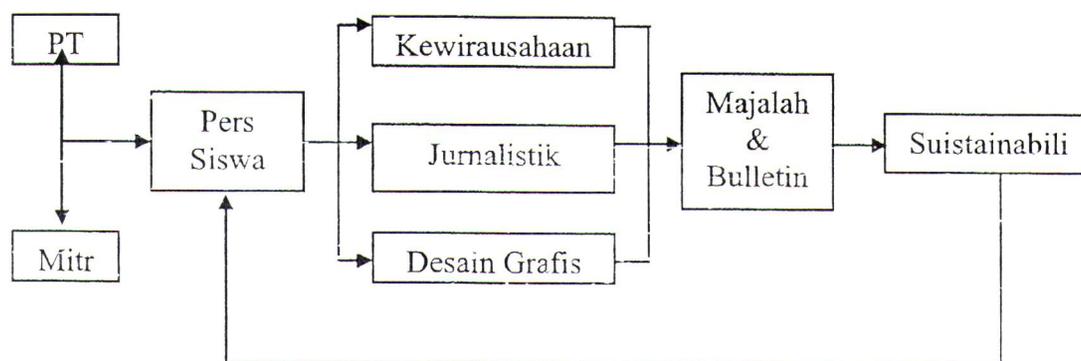
- a. Pembentukan Pers Sekolah  
Pers sekolah merupakan wadah kegiatan yang dipergunakan untuk menampung bakat dan minat siswa/i yang berkaitan dengan dunia jurnalistik. Pers siswa merupakan lembaga ekstrakurikuler yang dibimbing oleh Perguruan Tinggi dan Sekolah. Dengan dibentuknya lembaga ini, maka diharapkan proses regenerasi anggota berlangsung dengan baik.
- b. Pelatihan Kewirausahaan  
Pelatihan ini ditujukan untuk menumbuhkan semangat *entrepreneur* di kalangan pelajar. Diharapkan dari hasil pelatihan ini, siswa/i dapat memiliki motivasi dalam membangun usaha terutama yang berhubungan dengan dunia jurnalistik. Hal ini mengingat beberapa siswa/i yang memiliki orientasi bekerja setelah selesai menempuh pendidikan tingkat atas sehingga diperlukan pengetahuan tentang dunia usaha. Selain itu, pelatihan kewirausahaan berguna agar siswa/i dapat memaksimalkan majalah/bulletin yang dihasilkan untuk memperoleh *income generating* bagi kelangsungan kelembagaan pers sekolah.
- c. Pelatihan Jurnalistik  
Pelatihan ini merupakan dasar tentang dunia jurnalistik. Siswa/i diperkenalkan dengan berbagai macam media komunikasi dan proses pembuatannya. Dengan pelatihan ini diharapkan siswa/i mampu membentuk sendiri karakter jurnalistik media massa yang dapat dijadikan sarana kreasi siswa/i. Pelatihan ini meliputi manajemen dan produksi media massa.

d. Pelatihan Desain Grafis

Pelatihan desain grafis dilakukan guna mendukung pembuatan majalah dan bulletin sekolah. Pelatihan ini meliputi *design/layout* bulletin dan majalah yang baik dengan menggunakan software *adobe photoshop*. Pelatihan ini hanya diikuti oleh beberapa siswa/I yang akan bertugas sebagai mengatur tata letak dari majalah dan bulletin serta mempunyai kemampuan dasar dalam bidang komputer *office*. Hal ini guna memudahkan tim pelaksana dalam mentransformasi pengetahuan melalui proses bimbingan.

e. Pendampingan Program

Program pendampingan ini akan dilakukan kepada murid kedua sekolah dalam membuat majalah dan bulletin sekolah yang dimulai dari perencanaan, perancangan, dan pencetakan majalah dan bulletin sekolah. Dalam proses pembimbingan ini, tim pelaksana akan berusaha pola kemandirian siswa/I, artinya siswa/I akan diberikan kebebasan dalam menentukan topik/isi majalah dan bulletin serta pencarian berita dan narasumbernya. Tim pelaksana hanya akan memberikan informasi umum dan contoh – contoh majalah dan bulletin sekolah sebagai bahan inspirasi bagi mereka. Dengan proses pendampingan ini diharapkan siswa/I mampu berjalan secara mandiri dikemudian hari sehingga proses regenerasi dapat berjalan dengan baik.



Gambar 1. Proses Pemecahan Masalah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dimulai dengan rapat koordinasi dan perizinan kepada Kepala Sekolah SMA Negeri 2 Kalianda dan SMA Negeri 1 Palas yang dilaksanakan pada tanggal 14 September 2013. Dalam rapat koordinasi ini didapatkan hasil bahwa masing – masing sekolah akan mengirimkan wakilnya sebanyak 20 siswa/i yang akan mengikuti kegiatan pelatihan ini. Adapun komposisi siswa/i berdasarkan jenjang kelas dimana sebagian besar diikuti oleh siswa/i kelas X dan XI dan hanya beberapa siswa/i yang duduk dikelas XII. Hal ini mempertimbangkan bahwa kelas XII akan segera lulus sehingga tongkat estafet kepengurusan akan cepat beralih. Dilain sisi, kegiatan kelas XII disekolah cenderung memiliki jam sekolah yang lebih panjang dibandingkan kelas X dan XI. Kegiatan sendiri direncanakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 28 September 2013 dan 5 Oktober 2013 bertempat di SMA Negeri 2 Kalianda. Hal ini mempertimbangkan fasilitas dan keterjangkauan peserta dalam mengikuti pelatihan.

Kegiatan pelatihan ini menghasilkan beberapa hal penting yaitu :

- a. Meningkatnya pengetahuan siswa/i tentang pentingnya semangat kewirausahaan. Siswa/i saat ini memiliki motivasi yang kuat memanfaatkan keterampilan yang

- mereka miliki termasuk keterampilan media cetak yang akan didapatkan dalam pelatihan ini untuk menghasilkan *benefit income* yang akan digunakan untuk menghidupi lembaga pers sekolah masing – masing. Pelatihan kewirausahaan ini menjadi dasar yang penting agar *continuitas* output kegiatan ini dapat terus berjalan.
- b. Meningkatnya pemahaman siswa/i tentang manajemen media cetak baik yang bersifat profesional maupun pemula. Siswa/i diberikan dasar pengelolaan media cetak yang dimulai dari pembentukan lembaga, pengelolaan lembaga, hingga proses produksi suatu media cetak.
  - c. Terbentuknya pers media massa masing – masing sekolah yang merupakan hasil dari pemahaman siswa/i terhadap manajemen media cetak. SMA Negeri 2 Kalianda membentuk lembaga pers siswa yang bernama “Majalah Organisasi Sekolah SMA Negeri 2 Kalianda (MOS Smandaka)”. Sedangkan SMA Negeri 1 Palas membentuk pers siswa dengan nama “Bulletin Menarik Remaja SMA Negeri 1 Palas (Bumeja Sapa)”. Lembaga ini dibawah bimbingan OSIS masing – masing sekolah.

Setelah pemberian materi tentang dasar kewirausahaan dan manajemen media cetak, pada tanggal 5 Oktober 2013 dilanjutkan dengan pelatihan dasar desain grafis (*layout*) dan penyusunan berita media cetak. Kegiatan ini menghasilkan beberapa hal penting antara lain:

- a. Siswa/i memperoleh keterampilan dalam mendesign (*layout*) tampilan media cetak yang akan dibuat bersama. Pada umumnya *layout* rancangan siswa/i masih relatif sederhana. Hal ini disebabkan kurangnya bahan yang mereka miliki. Secara garis besar, siswa/i ingin membuat suatu bulletin dengan spesifikasi ukuran kertas folio berwarna yang dibagi menjadi 4 halaman dan dalam satu terbitan terdiri dari 8 halaman. Adapun setiap terbitan berisi satu topik tertentu seperti Teknologi Infomasi, Ujian Nasional, dan sejenisnya.
- b. Siswa/i memperoleh pengetahuan tentang teknik wawancara dan penulisan berita dimedia cetak. Untuk kegiatan ini, tim pengabdian memberikan topik sesuai dengan pilihan peserta dan peserta mempraktekannya kepada siswa/i yang lainnya. Hasil ini cukup efektif dan siswa/i sebagian besar sudah mampu menguasai dasar wawancara dan teknik penulisan sesuai dengan kaidah.
- c. Siswa/i mampu mencetak secara sederhana bulletin yang mereka buat dengan menggunakan peralatan yang tersedia disekolah. Optimalisasi peralatan sekolah sangat dibutuhkan mengingat keterbatasan dana yang dimiliki sehingga pencetakan dilakukan menggunakan printer Canon MP287 dan menggunakan kertas HVS berwarna warni. Hasilnya dianggap cukup memuaskan dan layak untuk dilakukan pencetakan secara massal.

Sehubungan dengan bahan untuk pembuatan berita media cetak masih belum dimiliki peserta, maka tim pengabdian melanjutkan kegiatan berupa bimbingan teknis yang dilakukan selama 2x yaitu pada tanggal 19 Oktober 2013 dan 2 Nopember 2013. Bimbingan teknis ini lebih ditujukan kepada menjawab kesulitan yang dihadapi oleh siswa/i dalam membuat media cetak bulletin. Secara teknik, siswa/i tidak memiliki hambatan dalam membuat bulletin. Namun keterbatasan modal menjadi kendala dalam mencetak sehingga jumlah cetakan bulletin yang mampu dibuat hanya mampu mencakup sebagian dari siswa/i disuatu sekolah.

Berdasarkan hasil yang didapatkan selama kegiatan ini berlangsung, terdapat beberapa hambatan yang ditemui oleh tim pelaksana pengabdian, antara lain:

1. Tidak ada tenaga pendamping sekolah yang memiliki kemampuan memadai dibidang media cetak. Kedua mitra sekolah memberikan tenaga guru pendamping yang berfungsi sebagai pengawas kegiatan siswa. Hal ini menjadikan beban tim

- pelaksana semakin bertambah seiring dengan banyaknya siswa yang harus dibimbing secara teknis.
2. Keterbatasan jarak dan komunikasi menjadikan tim pelaksana sulit mengetahui perkembangan siswa dalam penguasaan materi.
  3. Kurangnya waktu pelaksanaan dilaksanakan diluar jam sekolah. Pada umumnya pelaksanaan bimbingan teknis harus menyesuaikan waktu bimbingan dengan jam sekolah. Tidak jarang waktu kosong yang diberikan oleh sekolah tidak dapat dimanfaatkan sehubungan dengan tim pelaksana yang memiliki agenda kegiatan lainnya yang tidak dapat ditinggalkan.
  4. Terlambatnya pencairan dana kegiatan dan ketidaksesuaian jumlah dana yang disetujui pada proposal. Jumlah dana yang disetujui 60% dari total dana yang diajukan pada proposal. Hal ini menyebabkan pelaksanaan kegiatan mengalami berbagai kendala dan perubahan pada output kegiatan.

Adapun upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang ditemukan dalam kegiatan adalah:

1. Memberdayakan tenaga pendukung pengabdian. Beberapa tugas yang harus dilakukan oleh mitra kegiatan tidak dapat dilaksanakan karena mitra usaha tidak memiliki guru pendamping yang memadai secara kualifikasi. Tenaga pendukung pengabdian ini berasal dari mahasiswa tim pelaksana kegiatan. Tenaga pendukung pengabdian akan membantu permasalahan teknis yang dihadapi tim pelaksana dengan mitra kegiatan. Tenaga pendukung ini juga menjembatani hubungan antara tim kegiatan pengabdian dengan mitra kegiatan dan pihak ketiga lainnya. Kehadiran tenaga pendukung ini sangat diperlukan ditengah sedikitnya waktu yang disediakan untuk menyelesaikan kegiatan ini.
2. Meningkatkan jadwal kerja tim kegiatan pengabdian. Tim pengabdian yang dibantu tenaga pendukung pengabdian melakukan kegiatan pengabdian ataupun kunjungan lapangan. Pembagian waktu teknis antara tim kegiatan disesuaikan agar tidak mengalami bentrokan waktu dengan kewajiban lainnya yang wajib dilaksanakan oleh tim. Diharapkan dengan penambahan jadwal kerja ini, kegiatan pengabdian dapat cepat diselesaikan sesuai dengan ketentuan waktu.
3. Optimalisasi waktu pelaksanaan yang diberikan oleh sekolah diluar jam sekolah menjadi solusi atas kurangnya waktu pelaksanaan bimbingan teknis. Para siswa selama bimbingan teknis tidak diperkenankan istirahat secara bebas, namun istirahat terbatas dalam ruangan.
4. Merubah jenis output kegiatan sehubungan dengan jumlah dana yang disetujui oleh DP2M Dikti. Pada awalnya diharapkan kegiatan ini menghasilkan majalah sekolah yang sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan. Namun seiring pendanaan yang tidak diberikan optimal, maka tim pelaksana melakukan perubahan output disesuaikan dengan pendanaan yang disetujui. Atas kesepakatan tim pelaksana, output majalah sekolah akan digantikan dengan bulletin sekolah yang dicetak oleh siswa/i sekolah dengan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh sekolah. Tim pelaksana memberikan fasilitas berupa kertas cetakan dan tinta cetakan. Tim pelaksana juga menghasilkan output berupa artikel ilmiah yang akan dipublikasikan secara ilmiah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan:

1. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik seiring dengan tingginya komitmen sekolah untuk membantu pelaksanaan kegiatan baik dalam hal fasilitas maupun sumber daya manusia serta didukung animo besar dari peserta pelatihan.

2. Kegiatan ini memberikan motivasi kepada siswa/i untuk menghidupkan kembali lembaga pers sekolah yang sudah lama tidak aktif. Selain itu siswa/i mampu meningkatkan keterampilan dalam bidang media cetak seperti keterampilan dasar manajemen media cetak, teknik *layout*, dan wawancara berita.

Adapun saran yang dapat diberikan guna perbaikan dimasa yang akan datang adalah:

1. Perlunya dukungan keberlanjutan program terutama dari pihak sekolah dalam mendorong siswa/i untuk terus menghidupkan lembaga pers sekolah sebagai sarana penyaluran bakat dan dapat dijadikan wahana promosi bagi sekolah.
2. Dukungan pendanaan yang optimal agar pelaksanaan dapat berjalan lebih baik lagi dan output yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- BM, Mursito. Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar). Lindu Pustaka dan Spikom. Surakarta
- Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 1. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Hendro. 2011. Dasar – dasar kewirusahaan. Erlangga. Jakarta
- Nurudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Panduan Pelaksanaan Penelitian dan PPM Edisi IX Tahun 2013  
[www.sman-2-kalianda.blogspot.com](http://www.sman-2-kalianda.blogspot.com)  
[www.smanegeri1palas.blogspot.com](http://www.smanegeri1palas.blogspot.com)  
[www.sman1palas.blogspot.com](http://www.sman1palas.blogspot.com)