SHOUTIKA: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah
Volume 6 Nomor 1 (Juni 2026) 46-57
https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika
e-ISSN 2828-5654

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA KAJIAN PENDIDIKAN, AGAMA, DAN SOSIAL (LK-PAS) SULTENG TERHADAP PEMUDA DI KOTA PALU

Abdul[1], Sutriadi[2], Rahmat[3]

Universitas Tadulako (UNTAD)[1,2,3]

abdul27@gmail.com[1], sutriadi13@gmail.com[2], rahmat08@gmail.com[3]

Abstrak

Pemuda merupakan kelompok sosial yang memiliki posisi strategis dalam pembangunan masyarakat, termasuk dalam bidang pendidikan, keagamaan, dan sosial. Di sisi lain, perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah mengubah pola interaksi serta cara pemuda memperoleh dan menyebarkan informasi. Kondisi tersebut menuntut organisasi sosial dan kemasyarakatan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh kelompok pemuda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Lembaga Kajian Pendidikan, Agama, dan Sosial (LK-PAS) Sulawesi Tengah dalam membangun komunikasi dengan pemuda di Kota Palu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis strategi komunikasi dilakukan dengan melihat unsur komunikator, pesan, media, sasaran komunikasi, serta efek komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dengan pemuda perlu dibangun melalui pendekatan persuasif, dialogis, partisipatif, dan pemanfaatan media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. LK-PAS Sulteng selain memosisikan diri sebagai penyampai informasi, juga sebagai ruang dialog dan partisipasi pemuda dalam isu pendidikan, agama, dan sosial. Pemanfaatan media digital, kegiatan tatap muka, diskusi, seminar, serta aktivitas sosial menjadi bagian penting dalam membangun kedekatan komunikasi dengan pemuda di Kota Palu. Keberhasilan strategi tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi memahami karakteristik pemuda, menentukan pesan yang relevan, memilih saluran komunikasi yang tepat, serta melakukan evaluasi terhadap respons dan keterlibatan pemuda.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, LK-PAS sulteng, Pemuda, Kota Palu.

A. Pendahuluan

Komunikasi berasal dari bahasa latin '*communis'* atau '*common'* dalam bahasa Inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, "*commonis*". Atau dengan ungkapan yang lain, melalui komunikasi kita mencoba berbagai informasi, gagasan, atau sikap kita dengan partisipasi lainnya. Kendala utama informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Kendala utama dalam berkomunikasi adalah kita sering mempunyai makna yang berbeda terhadap lambang yang sama.

Oleh karena itu, komunikasi seharusnya dipertimbangkan sebagai aktivitas di mana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diidentifikasi oleh partisipan komunikasi yang terlibat.[1]

Komunikasi ialah meliputi suatu proses penyampaian pesan agar diterima dengan baik oleh penerimanya. Oleh karena itu dibutuhkan media penyampaian pesan sebagai perantara dan dibutuhkan pula pada waktu yang tepat untuk menjamin keakuratan informasinya. Pada perusahaan komunikasi digunakan sebagai sarana memotivasi, memberikan perintah dan menciptakan suasana yang kondusif.[2] Demikian pula ketika melakukan komunikasi terhadap pemuda, dibutuhkan kompetensi dari komunikator, proses pengolahan pesan yang baik dan dengan menggunakan media yang tepat, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Pemuda merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Kelompok pemuda memiliki posisi strategis karena berada pada fase kehidupan yang ditandai oleh perkembangan kemampuan intelektual, kreativitas, produktivitas, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan sosial. Dalam konteks pembangunan daerah, pemuda tidak hanya ditempatkan sebagai penerima program, tetapi juga sebagai kelompok yang dapat berperan sebagai agen perubahan di tengah masyarakat.[3]

Perubahan sosial yang berlangsung seiring dengan perkembangan teknologi digital turut memengaruhi pola komunikasi pemuda. Media sosial dan berbagai *platform* digital memungkinkan seseorang memperoleh informasi secara cepat, berinteraksi tanpa dibatasi ruang geografis, serta membangun komunitas berdasarkan kesamaan minat dan kepentingan. Perubahan tersebut memberikan peluang bagi lembaga sosial dan pendidikan untuk menjangkau pemuda secara lebih luas. Namun, kondisi tersebut sekaligus menuntut organisasi untuk mampu menyesuaikan bentuk, bahasa, dan saluran komunikasi dengan karakteristik khalayak yang dituju.

[1] Bungin, Burhan. *"Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)"*, Jakarta. 2006, h. 257.

[2] Widjaja, A.W, 2006. Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Rineka Cipta. h. 13.

[3] Muhammad Elvandi, *"Sang Pemuda: Merancang Kontribusi Mengokohkan Eksistensi"*, Bandung: Yayasan Muslim Berdaya, 2020, h.73.

Dalam konteks Kota Palu, keberadaan organisasi atau lembaga yang bergerak dalam bidang pendidikan, agama, dan sosial memiliki arti penting dalam membangun ruang komunikasi yang konstruktif bagi pemuda. Lembaga Kajian Pendidikan, Agama, dan Sosial (LK-PAS) Sulawesi Tengah merupakan salah satu lembaga yang dapat mengambil peran dalam membangun komunikasi dengan kelompok pemuda melalui kegiatan kajian, pendidikan, sosial, diskusi, maupun aktivitas kemasyarakatan.

Komunikasi organisasi kepada pemuda tidak cukup dilakukan melalui penyampaian informasi satu arah. Pemuda sebagai khalayak memiliki pengalaman, kebutuhan, aspirasi, serta pola konsumsi informasi yang beragam. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang mampu membangun interaksi dua arah dan mendorong keterlibatan pemuda.

Strategi komunikasi pada dasarnya berkaitan dengan proses menentukan tujuan komunikasi, mengenali khalayak, menyusun pesan, memilih media, menentukan komunikator, serta mengevaluasi efek komunikasi. Dalam perspektif Harold D. Lasswell, proses komunikasi dapat dikaji melalui pertanyaan: *who says what, in which channel, to whom, with what effect?* Kerangka tersebut dapat digunakan untuk memahami bagaimana LK-PAS Sulteng membangun komunikasi dengan pemuda di Kota Palu.

Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Strategi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemilihan media, tetapi mencakup keseluruhan proses komunikasi, mulai dari penentuan komunikator, pengenalan khalayak, penyusunan pesan, pemilihan saluran komunikasi, hingga evaluasi efek komunikasi.

Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, strategi komunikasi membutuhkan perencanaan yang sistematis sekaligus kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi khalayak.[4]

Strategi komunikasi merupakan perencanaan sistematis yang dirancang untuk memastikan pesan dapat disampaikan dengan baik, dipahami secara jelas, dan di ikuti oleh penerima pesan. Dalam hal ini strategi komunikasi merupakan elemen penting dalam manajemen komunikasi.

[4] Onong Udjana Effendy,. "*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017, h. 37.

Jika kita menginginkan komunikasi kita berhasil maka kita harus memiliki strategi untuk mencapai suatu keberhasilan dalam komunikasi.

Strategi ini mencakup berbagai proses mulai dari perencanaan pesan, pemilihan metode, pemilihan media, hingga penyesuaian pesan dengan karakteristik target audiens. Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan yang bersifat menyeluruh dan sistematis dalam upaya untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Strategi ini dirancang agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima secara efektif oleh komunikan, baik dari segi pemahaman maupun dampak perilaku yang diharapkan.[5] Dalam penerapannya, strategi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur komunikasi itu sendiri, seperti komunikator, pesan, saluran (media), komunikan, dan efek.[6]

Strategi yang baik akan memperhatikan kelima unsur ini secara integratif. Seorang komunikator harus mengetahui siapa audiensnya, bagaimana karakteristiknya, apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan mereka, serta bagaimana cara terbaik untuk menyampaikan pesan agar menarik dan mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi LK-PAS Sulteng dianalisis melalui beberapa unsur utama, yaitu: komunikator, pesan, media atau saluran komunikasi, khalayak atau sasaran komunikasi, dan efek komunikasi.

Pemuda merupakan kelompok yang memiliki karakteristik sosial dan komunikasi yang dinamis. Perkembangan teknologi digital menjadikan pemuda semakin akrab dengan komunikasi berbasis internet dan media sosial. Oleh karena itu, komunikasi dengan pemuda perlu mempertimbangkan bahasa, bentuk pesan, media, serta isu yang dekat dengan kehidupan mereka.

Pendekatan komunikasi yang bersifat dialogis menjadi penting karena pemuda tidak hanya membutuhkan informasi, tetapi juga ruang untuk menyampaikan pendapat, bertukar pengalaman, dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan atau kegiatan sosial.

[5] Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *5*(1), 123–132.

[6] Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Humanitas, 4(I), 21–33.

Media komunikasi berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam konteks masyarakat digital, media komunikasi dapat berupa media konvensional maupun media digital.

Bagi organisasi yang berinteraksi dengan pemuda, media sosial dapat menjadi sarana untuk menyebarluaskan informasi kegiatan, membangun interaksi, memperkenalkan gagasan, dan mempertahankan hubungan dengan khalayak. Namun, efektivitas media tetap bergantung pada kesesuaian antara karakter media, bentuk pesan, dan karakteristik khalayak.

Model komunikasi Lasswell menjelaskan komunikasi melalui lima pertanyaan *who? say what? in wich channel? to whom? with what effect?*.[7] Dalam penelitian ini, model tersebut digunakan untuk menganalisis: *Who;* LK-PAS Sulteng sebagai komunikator, *Says What;* pesan mengenai pendidikan, agama, sosial, kepemudaan, dan isu masyarakat, *In Which Channel;* media sosial, kegiatan tatap muka, diskusi, seminar, dan saluran komunikasi lainnya, *To Whom;* pemuda di Kota Palu, *With What Effect;* pengetahuan, sikap, partisipasi, dan keterlibatan pemuda.

Oleh karena itu penelitian ini memusatkan perhatian pada strategi komunikasi LK-PAS Sulteng terhadap pemuda di Kota Palu. Fokus penelitian diarahkan pada strategi dalam menentukan komunikator, penyusunan pesan, pemilihan media, pendekatan terhadap khalayak pemuda, serta efek atau respons yang diharapkan dari proses komunikasi tersebut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, metode kualitatif adalah sebuah metode untuk penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme*, yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi obyek yang alamiah, (eksperimen adalah sebagai lawannya) instrumen kunci adalah peneliti itu sendiri, sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan triangulasi, sifat dari analisis data yaitu induktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif ini lebih menekankan di bagian maknanya dari pada bagian generalisasi.[8]

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian berusaha memahami strategi komunikasi LK-PAS Sulteng secara mendalam berdasarkan pengalaman, pandangan, serta praktik

[7] Lasswell, H. D. The structure and function of communication in society. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers, 1948, page 51.

[8] Sugiyono. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*, Bandung: Alfabeta, 2022, h. 9.

komunikasi yang dilakukan lembaga terhadap pemuda di Kota Palu. Lokasi penelitian adalah Kota Palu, Sulawesi Tengah, dengan fokus pada aktivitas komunikasi LK-PAS Sulteng yang berkaitan dengan kelompok pemuda. Informan penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Informan meliputi pengurus LK-PAS Sulteng, pelaksana kegiatan, serta pemuda yang pernah mengikuti atau berinteraksi dengan kegiatan LK-PAS Sulteng.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi; mengamati aktivitas komunikasi dan kegiatan LK-PAS Sulteng yang melibatkan pemuda, wawancara mendalam; melakukan wawancara dengan pengurus, anggota, dan pemuda sebagai penerima pesan, dan dokumentasi; berupa dokumentasi kegiatan, materi komunikasi, publikasi, dan konten media sosial yang berkaitan dengan aktivitas LK-PAS Sulteng. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dapat diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengenalan Karakteristik Pemuda sebagai Sasaran Komunikasi

Strategi komunikasi yang efektif perlu diawali dengan pemahaman terhadap karakteristik khalayak. Dalam konteks komunikasi LK-PAS Sulteng, pemuda di Kota Palu merupakan kelompok sasaran yang memiliki keragaman latar belakang pendidikan, sosial, keagamaan, serta pengalaman organisasi yang berbeda.

Keragaman tersebut menyebabkan pendekatan komunikasi tidak dapat dilakukan dengan pola yang seragam. Pesan mengenai pendidikan, agama, dan sosial perlu dikemas menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta dikaitkan dengan persoalan yang dekat dengan kehidupan pemuda. Seperti yang disebutkan oleh Abdul Hamid (Ketua LK-PAS Sulteng):

> "di kota palu kami melihat bahwa para pemuda memiliki latar belakang pendidikan dan sosial yang berbeda, sehingga ini harus membutuhkan strategi komunikasi yang cocok dengan mereka"[9]

[9] Abdul Hamid, Ketua LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 7 April 2026.

Pendekatan kepada pemuda juga perlu menempatkan mereka sebagai subjek komunikasi. Artinya, pemuda tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan terlibat dalam kegiatan. Pendekatan demikian dapat menciptakan komunikasi yang lebih dialogis dan memungkinkan organisasi memperoleh umpan balik secara langsung.

2. Strategi Penyusunan Pesan

Pesan merupakan unsur penting dalam strategi komunikasi. Pesan yang disampaikan LK-PAS Sulteng perlu memiliki relevansi dengan kebutuhan dan persoalan pemuda.

Dalam bidang pendidikan, pesan dapat diarahkan pada pentingnya peningkatan kapasitas intelektual, literasi, keterampilan, serta pengembangan potensi generasi muda. Dalam bidang agama, pesan dapat dikaitkan dengan nilai-nilai moral, toleransi, tanggung jawab sosial, dan kehidupan keagamaan yang kontekstual. Sementara dalam bidang sosial, pesan dapat diarahkan pada kepedulian terhadap masyarakat, solidaritas, partisipasi sosial, dan kontribusi pemuda terhadap lingkungan. Hal tersebut senada dengan yang disebutkan oleh Syarifuddin (Sekretaris LK-PAS Sulteng):

> "dalam menyusun atau menyiapkan pesan dalam proses komunikasi kepada para pemuda di kota palu, kami terlebih dahulu memetakan bidang-bidangnya, maksudnya kami melihat pemuda ini aktif di bidang Pendidikan, maka pesan-pesan yang akan disampaikan terkait dengan hal-hal yang memiliki relevansi dengan Pendidikan, misalnya pesan atau materi terkait literasi, keterampilan, dan pengembangan potensi dalam hal pendidikan, begitu juga dengan bidang-bidang yang lainnya seperti bidang agama dan bidang sosial, kami tetap memperhatikan itu, sehingga pesan yang disampaikan kepada pemuda bisa lebih efektif."[10]

Strategi pesan juga perlu memperhatikan penggunaan bahasa. Penyampaian pesan yang terlalu formal atau bersifat satu arah berpotensi menciptakan jarak antara lembaga dan pemuda. Sebaliknya, penggunaan bahasa komunikatif dan pendekatan yang membuka ruang diskusi dapat membantu menciptakan kedekatan antara komunikator dan khalayak.

3. Pemanfaatan Media Komunikasi

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi LK-PAS Sulteng untuk memperluas jangkauan komunikasi dengan pemuda. Media sosial dapat digunakan untuk

[10] Syarifuddin, Sekretaris LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 10 April 2026.

menyampaikan informasi mengenai kegiatan, membagikan materi edukatif, mendokumentasikan aktivitas, serta membuka ruang interaksi. Nurwinda (Koordinator Devisi Media dan Dokumentasi LK-PAS Sulteng) mengatakan:

> "selama ini kami juga menggunakan media sosial, seperti facebook, istagram, TikTok untuk menshare konten-konten edukatif, dengan tujuan interaksi dengan pemuda tetap terjangkau, sesekali kami kadang live di facebook, Instagram, dan TikTok untuk sharing hal-hal yang bersifat edukatif dan memotivasi para pemuda ke arah yang positif"[11]

Penggunaan media digital juga memungkinkan komunikasi berlangsung sebelum, selama, dan setelah kegiatan tatap muka. Sebelum kegiatan, media dapat digunakan untuk menyebarluaskan informasi dan mengundang peserta. Selama kegiatan, media dapat digunakan untuk memberikan informasi secara langsung. Setelah kegiatan, dokumentasi dan materi dapat dipublikasikan kembali sehingga pesan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Meskipun demikian, media digital sebaiknya tidak menggantikan komunikasi interpersonal. Kegiatan diskusi, seminar, kajian, pelatihan, dan aktivitas sosial secara langsung tetap memiliki fungsi penting dalam membangun hubungan interpersonal antara LK-PAS Sulteng dan pemuda.

4. Pendekatan Persuasif dan Dialogis

Strategi komunikasi terhadap pemuda perlu menghindari pola komunikasi yang hanya menempatkan organisasi sebagai pihak yang menyampaikan pesan. Pendekatan persuasif dan dialogis dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih terbuka.

Pendekatan persuasif berarti menyampaikan pesan dengan mempertimbangkan kebutuhan, pengalaman, dan sudut pandang pemuda. Sementara pendekatan dialogis memberikan kesempatan kepada pemuda untuk menyampaikan gagasan dan memberikan respons. Abdul Hamid (Ketua LK-PAS Sulteng) mengatakan:

> "kami selalu membuka ruang-ruang diskusi bagi para pemuda di kota palu, dan kami memilik program rutin mingguan yakni mengadakan dialog kepada para pemuda di kota palu, dalam kegiatan dialog tersebut biasanya kami mengundang dan menghadirkan pembicara dari para pakar kepemudaan yang ada di kota palu"[12]

[11] Nurwinda, Koordinator Devisi Media dan Dokumentasi LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 13 April 2026.

[12] Abdul Hamid, Ketua LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 7 April 2026.

Dalam praktiknya, pendekatan tersebut dapat diwujudkan melalui forum diskusi, dialog kepemudaan, kajian interaktif, kegiatan sosial, maupun program kolaboratif. Melalui kegiatan tersebut, komunikasi tidak berhenti pada transfer informasi, tetapi berkembang menjadi proses pertukaran gagasan.

5. LK-PAS Sulteng sebagai Ruang Partisipasi Pemuda

Strategi komunikasi dapat menjadi lebih efektif apabila dikaitkan dengan kesempatan bagi pemuda untuk berpartisipasi. Pemuda cenderung memiliki ruang yang lebih besar untuk membangun keterikatan dengan organisasi ketika mereka tidak hanya menjadi peserta, tetapi juga dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Seperti yang disampaikan oleh Muhammad Fauzi (Wakil Ketua LK-PAS Sulteng):

> "kami juga memberikan ruang partisipasi bagi para pemuda di kota palu, misalnya pelibatan pemuda sebagai relawan, sebagai panitia kegiatan maupun sebagai mitra dalam aktivitas sosial"[13]

Partisipasi tersebut memiliki dua fungsi komunikasi. Pertama, pemuda memperoleh kesempatan untuk menyampaikan aspirasi. Kedua, LK-PAS Sulteng memperoleh umpan balik mengenai kebutuhan dan persoalan yang dihadapi pemuda.

6. Efek Komunikasi

Efek komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam mengevaluasi keberhasilan strategi komunikasi. Abdul Hamid (Ketua LK-PAS Sulteng) mengatakan:

> "efek tersebut tidak selalu berbentuk perubahan perilaku secara langsung, tetapi juga berupa perubahan pengetahuan, sikap, perhatian, dan tingkat partisipasi dari para pemuda di kota palu".[14]

Pada tingkat kognitif, komunikasi LK-PAS Sulteng dapat diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan pemuda mengenai isu pendidikan, agama, dan sosial. Pada tingkat afektif, komunikasi diharapkan dapat membangun kepedulian dan sikap positif terhadap isu sosial. Sementara pada tingkat behavioral, komunikasi diharapkan mendorong pemuda untuk berpartisipasi dalam kegiatan pendidikan dan sosial.

[13] Muhammad Fauzi, Wakil Ketua LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 8 April 2026.

[14] Abdul Hamid, Ketua LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 7 April 2026.

Dengan demikian, evaluasi strategi komunikasi tidak cukup dilakukan berdasarkan jumlah pesan yang dipublikasikan atau jumlah peserta kegiatan. Evaluasi juga perlu melihat kualitas interaksi, respons khalayak, keterlibatan pemuda, dan keberlanjutan hubungan antara organisasi dengan kelompok pemuda.

7. Hambatan dalam Komunikasi

Komunikasi organisasi dengan pemuda dapat menghadapi sejumlah hambatan. Salah satunya adalah perbedaan karakteristik dan kebutuhan pemuda. Selain itu, banyaknya informasi yang beredar melalui media digital dapat menyebabkan pesan organisasi bersaing dengan berbagai jenis informasi lainnya. Senada dengan hal tersebut, Nurwinda (Koordinator Devisi Media dan Dokumentasi LK-PAS Sulteng) mengatakan:

> "memang kita tidak bisa menafikan bahwa penyampaian informasi kepada pemuda melalui media digital terkadang menjadi bias dikarenakan banyak informasi yang beredar melalui media digital sehingga menyebabkan pesan organisasi bersaing dengan berbagai jenis informasi lainnya, ini salah satu hambatan komunikasi yang biasanya kami temui. tetapi kami tetap berusaha untuk memaksimalkan pesan atau informasi agar tetap dapat menjangkau para pemuda di kota palu".[15]

Hambatan lainnya adalah kemungkinan munculnya kesenjangan antara bahasa dan gaya komunikasi organisasi dengan bahasa komunikasi yang biasa digunakan pemuda. Apabila pesan dianggap terlalu formal, abstrak, atau tidak berkaitan dengan persoalan kehidupan mereka, perhatian pemuda dapat menjadi lebih rendah.

Oleh sebab itu, LK-PAS Sulteng perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap bentuk komunikasi yang digunakan. Evaluasi dapat dilakukan dengan melihat respons peserta, interaksi media sosial, hasil diskusi, serta masukan langsung dari pemuda.

D. Kesimpulan

Strategi komunikasi LK-PAS Sulteng terhadap pemuda di Kota Palu dapat dianalisis melalui lima unsur utama komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek komunikasi. Strategi komunikasi yang relevan dengan karakteristik pemuda membutuhkan

[15] Nurwinda, Koordinator Devisi Media dan Dokumentasi LK-PAS Sulteng, *"wawancara"* 13 April 2026.

pendekatan yang persuasif, dialogis, partisipatif, dan adaptif terhadap perkembangan media digital.

Dalam penyampaian pesan, isu pendidikan, agama, dan sosial perlu dikaitkan dengan kebutuhan serta persoalan yang dekat dengan kehidupan pemuda. Penggunaan media digital dapat memperluas jangkauan komunikasi, sedangkan komunikasi tatap muka tetap penting dalam membangun kedekatan interpersonal dan kepercayaan.

Pemuda juga perlu ditempatkan sebagai subjek komunikasi. Pelibatan pemuda dalam diskusi, kegiatan sosial, program pendidikan, dan aktivitas organisasi dapat menciptakan komunikasi dua arah sekaligus memberikan ruang bagi pemuda untuk menyampaikan aspirasi.

Dengan demikian, strategi komunikasi LK-PAS Sulteng tidak hanya diarahkan pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembangunan hubungan, peningkatan partisipasi, dan penciptaan ruang dialog antara lembaga dengan pemuda di Kota Palu. Evaluasi komunikasi perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk mengetahui sejauh mana pesan yang disampaikan dapat dipahami, diterima, dan mendorong keterlibatan pemuda.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2006 *"Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)"*, Jakarta.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Elvandi, Muhammad. (2020) *"Sang Pemuda: Merancang Kontribusi Mengokohkan Eksistensi"*, Bandung: Yayasan Muslim Berdaya.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Humanitas, 4(I), 21–33.

Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *5*(1), 123–132.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Widjaja, A.W, 2006. *"Ilmu Komunikasi",* Jakarta: PT. Rineka Cipta.