

**STRATEGI KAMPANYE “TANAM MIMPI” MAHAMENTOR
DALAM MEMOTIVASI SISWA SMA DI YOGYAKARTA
UNTUK MERAH CITA – CITANYA
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Kampanye Berdasarkan
Teori Pembelajaran Sosial dan Kognitif Sosial oleh Albert Bandura)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

ELEONORA RAISA SANTOSA

070903182 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KAMPANYE “TANAM MIMPI” MAHAMENTOR
DALAM MEMOTIVASI SISWA SMA DI YOGYAKARTA
UNTUK MERAH CITA – CITANYA
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Kampanye Berdasarkan
Teori Pembelajaran Sosial dan Kognitif Sosial oleh Albert Bandura)**

SKRIPSI

Disusun Guna melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

ELEONORA RAISA SANTOSA

070903182 / Kom

disetujui oleh :



Dr. G. Arum Yudarwati

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Kampanye “Tanam Mimpi” Mahamentor Dalam Memotivasi Siswa SMA di Yogyakarta Untuk Meraih Cita – Citanya (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Kampanye Berdasarkan Teori Pembelajaran Sosial dan Kognitif Sosial oleh Albert Bandura)

Penyusun : Eleonora Raisa Santosa

NIM : 0703182 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 12 Juli 2012

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai I FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama

Dr. G. Arum Yudarwati

Penguji I

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eleonora Raisa Santosa

NIM : 070903182

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Kampanye “Tanam Mimpi” Mahamentor dalam Memotivasi Siswa SMA di Yogyakarta untuk Meraih Cita – Citanya (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Kampanye Berdasarkan Teori Pembelajaran Sosial oleh Albert Bandura)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar – benar saya kerjakan sendiri dan bukan merupakan plagiasi. Apabila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi data, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan atau paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 24 Juli 2012

Saya yang menyatakan,



Eleonora Raisa Santosa

Strategi Kampanye “Tanam Mimpi” Mahamentor dalam Memotivasi Siswa SMA di Yogyakarta untuk Meraih Cita-Citanya

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Kampanye berdasarkan Teori Pembelajaran Sosial dan Kognitif Sosial oleh Albert Bandura)


ABSTRAK

Bagi siswa – siswa SMA di mana mereka berada di tahap belajar yang serius bukan sekedar lulus tetapi juga menjadi bekal ke jenjang perkuliahan. Fenomena salah jurusan ketika kuliah, paksaan orang tua dalam memilih jurusan ketika kuliah, belajar hanya supaya lulus UAN atau tidak tahu mau menjadi apa di saat lulus kuliah, sudah menjadi momok siswa – siswa SMA yang tidak 100% meyakini apa yang sudah mereka pilih. Standar kelulusan di Indonesia membuat mereka fokus pada lulus SMA tanpa memperhatikan bahwa mimpi mereka bukan hanya lulus, tapi menjadi ‘seseorang’ yang sukses di masyarakat. Permasalahan ini landasan munculnya organisasi Mahamentor. Mengusung kampanye “Tanam Mimpi”, Mahamentor memiliki tujuan memotivasi siswa – siswa SMA agar berani bermimpi. Siswa – siswa SMA didampingi mentor yang sudah dibekali kemampuan untuk mengajak mereka berani bermimpi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang dipakai adalah pembelajaran sosial dan kognitif sosial milik Albert Bandura, didukung tahapan perencanaan kampanye milik Anne Gregory. Teori yang dikemukakan Albert Bandura menyatakan bahwa seseorang mengamati tingkah orang lain melalui observasi. Observasi dilakukan pada model yang dianggap paling sesuai dengan diri yang mengamati. Model memunculkan konsep agen manusia di mana ia dapat mempengaruhi tingkat kesadaran seseorang untuk merubah sesuatu sesuai apa yang dilihat pada model. Tahapan dalam strategi kampanye Anne Gregory yang terdiri dari analisis masalah, penetapan tujuan, penetapan publik, penetapan pesan, penyusunan strategi taktik, penyusunan skala waktu dan sumber daya serta evaluasi, digunakan untuk mendukung kampanye ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye Mahamentor untuk memotivasi siswa – siswa SMA.

Berdasar temuan lapangan dan analisis yang diperoleh, strategi kampanye Mahamentor terfokus pada keberadaan mentor sebagai model bagi siswa – siswa SMA dan menjadi kunci utama untuk mendekati diri ke siswa – siswa SMA. Mentor diatur untuk bisa mempengaruhi dan merubah hal – hal negatif yang selama ini selalu membayangi siswa – siswa SMA. Mentor berhasil mempengaruhi dan memotivasi siswa. Namun eksistensi mereka kurang tertanam kuat karena *follow up* pasca mentoring tidak bisa 100% dilakukan. Proses di lapangan, membuat beberapa poin penting dalam teori Albert Bandura tidak maksimal. Tidak bisa menjamin, apakah siswa – siswa SMA tersebut benar – benar berubah seperti yang diharapkan. Dalam pelaksanaan kampanye ini, tahapan yang diterapkan di Mahamentor kurang sesuai yang diungkapkan Anne Gregory. Seluruh proses hadir, namun pada kenyataan Mahamentor tidak melakukan sesuai urutan Anne Gregory.

Kata kunci : Kampanye, Strategi Kampanye, Teori Pembelajaran Sosial, Teori Kognitif Sosial



My Gift For
Almighty God, Beloved Jesus Christ,
Holy Mary
who always bless me in every seconds of my life
Beloved Families, Tan and Ong Family
who always support me in every steps that i take
Beloved Friends
who always share fun and pain with me

KATA PENGANTAR

Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dibutuhkan strategi yang tepat guna meraih keberhasilan dan kesuksesan mencapai tujuan itu. Pemahaman pada publik yang menjadi target sasaran menjadi penting, terutama bila ingin mengubah nilai – nilai tertentu yang sudah terlanjur melekat di benak publik sasaran. Komunikator menjadi ujung tombak yang harus dipersiapkan dengan matang karena mereka memiliki kewajiban untuk bisa membuka wawasan publik, terutama yang berkaitan dengan tujuan organisasi. Interaksi dengan publik sasaran menempatkan komunikator menjadi model yang selalu diperhatikan karena publik memiliki kepercayaan terhadapnya. Dalam penelitian ini, ada pemaparan pada strategi kampanye yang digunakan Mahamentor untuk memotivasi publiknya. Mentor menjadi model yang tepat untuk mempengaruhi siswa – siswa SMA. Teori Albert Bandura membantu melihat seberapa efektif strategi ini untuk memotivasi siswa – siswa SMA dalam pelaksanaan kampanye ini.

Penelitian ini menjadi pembelajaran bagi penulis terutama setelah menimba ilmu komunikasi. Segala kritik, saran dan masukan diharapkan dapat membantu penyempurnaan penelitian sehingga memberikan manfaat bagi yang membaca. Selama proses pengerjaan penelitian ini, penulis mendapat dukungan dan doa dari berbagai pihak dan orang – orang yang dekat dengan penulis. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus sebagai pelindung dan penuntun jalanku. Menyertai setiap langkahku dalam setiap perjalanan hidupku. Terima kasih karena selalu menguatkan dan memberikan penyegaran hatiku ketika gundah gulun. *Thank You Jesus.*
2. Papa, Mama dan Anka yang telah menjadi bagian dalam setiap hidupku. Terima kasih atas dukungan dan doanya. Maafkan anakmu dan kakakmu yang satu ini jika sering melakukan kesalahan, terutama karena proses pengerjaan ini berlangsung lama. Tetapi kalian tetap sabar and *it means a lot for me. Thank you so much.*
3. Ibu Dr. G. Arum Yudarwati yang sabar dalam proses membimbing dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kritik, saran, masukan, perhatian dan candaan Ibu kepada saya. Maafkan jika terkadang saya banyak salah atau mengecewakan Ibu. *Thank you so much.*

4. Ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si. dan Ibu Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. selaku penguji utama dan penguji kedua. Terima kasih atas kritik, saran, evaluasi serta pandangan lainnya untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Keluarga besar Mahamentor, mas Nugraha Bayu Mukti, mbak Paulina Gupta, Tarradea Wibowo, Maisaroh dan Viyasa Rahyaputra. Terutama buat Tarradea Wibowo yang sudah sangat sabar meluangkan waktu buat diganggu. Maaf sudah sering merepotkan, tapi terima kasih banyak atas info – info yang berharga.
6. Sahabat dan keluargaku tercinta, AIKEI KPOP yang tidak bisa disebut satu per satu karena saking banyaknya, tapi tetap akan kusebut satu – satu. Hahaha. Bu CEO (Amel), Bu Leader yang sabar dan penyayang (Meme), Bu Manager *who's very kind and amazing* (Milka), Mbak Jeje nan Hangeng (Fani), yang ngaku adiknya Junsu (Ruri), Bu Dubes Kpop Yogya (Yaya), arsitek yang fotografer (Niken), apoteker yang baik hati (Kiki), yang ngaku kekasihnya bang Yunho (Sasa), FF *writer* yang Shindong banget (Jopie), member yang eksis selalu di Kpop dan Jpop Yogya (Retta), sainganku rebutan Kyuhyun (Upit), maknae yang tukang *bully* sunbae (Ivan), *Hip Hop dancer* sejati (Regi), *mister* Taeyang KW mawut (Dipta), *master chef* (Thomas), maknae yang sangat Heechul (Danis), Inspirit dan ELF sejati (Dewi), Mbak MC yang TOP (Ayu Wulan). *Yeah, we're double A!* Terima kasih atas dukungan kalian selama ini, aku benar – benar rindu berkumpul, bercanda bersama lagi kalian. Terutama untuk Vania Rosalin Irmanto yang selalu mendukungku. *Gumawoo chingu.*
7. Rekan, kawan, sahabat dan keluargaku tersayang, MIRACLE *event organizer*, pagar ayu dan *dance*. Tempat berbagi keceriaan, kesusahan, pokoknya komplit. Terima kasih sudah menerimaku jadi bagian dalam tim hebat ini. MIRACLE, *for the best choice.*
8. Teman – teman seperjuanganku di FISIP yaitu Stephanie Ceciel, Ireine Karintia, Novita Ika, Mimi Suryani, Yoelius Marindha, Yohanes Sebastian, Daniel Primadimas, Ariadne Nagathe, Dominikus Yudha, Thomas Aditya, Albertus Dwi, Mellinda Lasti, Anggraheni W, Inneke Kusuma, Mitha Astari, Dwika Mahardhika dan semuanya yang sudah berbagi senang dan susah selama kuliah di FISIP. Bikin tugas bersama dan belajar bersama. Terutama buat Ceciel yang gara – gara Korea jadi dekat. Kamu mudik Purwokerto, jadi sepi di Aikei sama Miracle. Semoga kita bisa berkumpul lagi.

9. Kawanku tersayang nan jauh di Jakarta yang selalu sms bersamaku, Febri. Senantiasa mendengar curahan hati dan keluh kesahku, *thank you for being my friend. For Kpop lovers friends*, Englha, Fira, Bat, Shinta yang sudah sama – sama berjuang menjadi *Kpop lovers* sejati. Hahaha. *Gumawoo chinguya!*
10. Super Junior, DB5K!, Wonder Girls, MBLAQ, After School, 2NE1, SHINee, Big Bang, f(x), Shinhwa, 2PM, CSJH The Grace, miss A, NU'EST, JJ Project, Hello Venus, EXO, Sistar, 4Minute, Secret, G.Na, Yoo Jae Suk, Ji Suk Jin, Kim Jong Kook, Haha, Gary, Song Ji Hyo, Song Jong Ki, Lee Gwang Soo, Yong Jong Shin, Kim Soo Ro, Park Ye Jin, Lee Chun Hee, Lee Hyo Ri, Park Shi Yeon, Park Hae Jin, Kim Shin Young, Kim Tae Woo, Goo Hara, Kim Sori, Narsha, Hyomin, Joo Won, Lee Min Ho (87), Park Min Young, Kim Hyun Joong, Jung Soo Min, Han Ji Min, Park Yoo Chun, Lee Min Ho (93), Choi Woo Sik, Jung Suk Won, Lee Shi Young, Lee Dong Wook, Yoo In Na, Ji Hyun Woo, Lee Seung Gi, Shin Min Ah, Hyun Bin, Ha Ji Won, Yoon Da Young Baby, Lauren Lunde Baby, Recipon Leo Baby, Lee Jang Woo, Ham Eun Jung, Go Ara *and all Korean Idols-Artists-Entertainers. Jeongmal gumawoo for always giving best performance to me. Yongwonhi Saranghae.*
11. Semua orang yang selalu ada di sekitarku, yang tidak bisa kusebut satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan doanya. Maafkan jika aku sering salah.

Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna, maka penulis mohon maaf bila ada kesalahan. Penulis menerima kritik, saran dan masukan agar ke depannya bisa lebih baik. Akhir kata, semoga penelitian ini bisa memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 24 Juli 2012

Eleonora Raisa Santosa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Kampanye.....	9
2. Strategi Kampanye.....	12
3. Teori Pembelajaran Sosial dan Kognitif Sosial Albert Bandura.....	26
F. Kerangka Konsep.....	34
G. Metodologi Penelitian.....	36
BAB II: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	42
A. Profil Mahamentor.....	43
B. Visi dan Misi Mahamentor.....	44
C. Struktur Organisasi Mahamentor.....	45
D. Deskripsi Kampanye “Tanam Mimpi”.....	47

BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
1. Kampanye.....	55
2. Strategi Kampanye.....	56
B. Pembahasan.....	80
BAB IV: PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Kampanye Komunikasi Nowak Dan Warneryd	14
Gambar 2 Struktur Organisasi Mahamentor	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Lampiran 2 Foto Kegiatan Kampanye “Tanam Mimpi”, Foto Kegiatan Mentor School dan Publikasi Kegiatan Kampanye “Tanam Mimpi” di Media

