

## PELATIHAN STRATEGI MEMAHAMI AUDIENS UNTUK GENERASI ALPHA

Helena Sihotang<sup>1</sup>, Aryanto Tinambunan<sup>2</sup>, Mei Veronika Sri Endang Siagian<sup>3</sup>,  
Ayu Teresia Hutaeruk<sup>4</sup>, Pani Romauli Elisabet Naibaho<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas

Email: <sup>1</sup>[simarsoithelen@gmail.com](mailto:simarsoithelen@gmail.com), <sup>2</sup>[aryatinam@gmail.com](mailto:aryatinam@gmail.com), <sup>3</sup>[meiveronika085@gmail.com](mailto:meiveronika085@gmail.com)  
<sup>4</sup>[ayuteresia14@gmail.com](mailto:ayuteresia14@gmail.com), <sup>5</sup>[naibahopanire@gmail.com](mailto:naibahopanire@gmail.com)

### Keywords:

Memahami  
Audiens,  
Generasi  
Alpha,  
Pelatihan

### Abstrak

Komunikasi yang efektif adalah salah satu keterampilan utama yang dibutuhkan di pasar kerja yang terus berubah pada abad ke-21. Setiap individu dituntut untuk mampu ber-interaksi baik secara virtual maupun tatap muka. Salah satu bagian dari komunikasi yang efektif yang sangat penting dipahami adalah memahami audiens karena memahami audiens adalah inti dari komunikasi. Dengan dunia yang serba terkoneksi secara digital dan komunikasi berlangsung melalui berbagai platform digital, pemahaman terhadap audiens akan membantu untuk berkomunikasi lebih efektif dan relevan. Salah satu generasi yang paling banyak terkena dampak dari digitalisasi khususnya dalam komunikasi adalah Generasi Alpha. Istilah generasi alpha ditujukan pada anak yang lahir pada tahun 2010 sampai tahun 2025. Dengan kemampuan memahami audiens akan membantu Generasi Alpha membangun hubungan yang lebih bermakna dengan individu atau kelompok baik di lingkungan digital maupun lingkungan non digital. Selain itu, juga akan meningkatkan empati dan sensitivitas terhadap audiens, meningkatkan kepercayaan dalam komunikasi karena pesan yang disampaikan menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan audiens. Kemampuan ini juga akan membuat Generasi Alpha mampu menyampaikan pesan yang inklusif dan diterima di berbagai konteks.

## PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Dengan kemajuan teknologi, komunikasi menjadi lebih cepat, efisien dan global. Manusia bisa berkomunikasi tanpa batas, kapan saja, dimana, dan dengan siapa. Informasi dapat dikirimkan secara instan melalui media seperti email, aplikasi pesan instan, dan media sosial. Teknologi juga memungkinkan komunikasi lintas batas geografis tanpa hambatan waktu. Bahkan saat ini, komunikasi tidak lagi terbatas pada teks tetapi sudah melibatkan gambar, video, emoji, GIF, dan bentuk konten interaktif lainnya. Banyak platform seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. E-commerce menjadi wadah komunikasi visual dan audio.

Kondisi ini tentunya sangat membawa banyak dampak positif untuk kehidupan sehari-hari. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan tersendiri yang perlu dipahami untuk memaksimalkan potensi komunikasi di era ini. Banyaknya interaksi virtual karena teknologi menjadikan interaksi tatap muka semakin rendah sehingga keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif juga semakin rendah. Kurangnya keterampilan komunikasi interpersonal dapat memperburuk kecemasan sosial, yang menjadi salah satu tantangan psikologis. Menurut penelitian World Economic Forum, komunikasi yang efektif adalah

salah satu keterampilan utama yang dibutuhkan di pasar kerja yang terus berubah pada abad ke-21. Setiap individu dituntut untuk mampu ber-interaksi baik secara virtual maupun tatap muka.

Salah satu bagian dari komunikasi yang efektif yang sangat penting dipahami adalah memahami audiens. Kemampuan memahami audiens adalah keterampilan yang sangat penting dalam era digital yang dinamis. Dengan dunia yang serba terkoneksi secara digital dan komunikasi berlangsung melalui berbagai platform digital, pemahaman terhadap audiens akan membantu untuk berkomunikasi lebih efektif dan relevan. Menyampaikan pesan dengan gaya dan format yang sesuai serta menghindari miskomunikasi atau penggunaan konten yang tidak relevan.

Menurut Schramm (1954) seorang tokoh komunikasi modern, mengembangkan Model Interaksi Komunikasi yang menekankan bahwa pengirim dan penerima pesan harus berbagi kerangka referensi yang sama untuk mencapai pemahaman yang efektif. Konsep ini mendukung gagasan bahwa pemahaman audiens adalah inti komunikasi. Didukung oleh Stephen E. Lucas (2020), dalam bukunya *The Art of Public Speaking*, membahas pentingnya menyesuaikan pesan dengan kebutuhan dan harapan audiens sebagai bagian integral dari strategi komunikasi.

Salah satu generasi yang paling banyak terkena dampak dari digitalisasi khususnya dalam komunikasi adalah Generasi Alpha. Istilah generasi alpha ditujukan pada anak yang lahir pada tahun 2010 sampai tahun 2025. Kelahiran generasi alpha ditandai dengan masa perangkat digital yang sangat mendominasi kehidupan manusia. Mereka lahir saat digital berkembang sangat pesat dan progresif (Jha, 2020; McCrindle, 2021; Perry, 2022). Mereka adalah generasi pertama yang lahir sepenuhnya di abad ke-21. Secara umum, orang tua mereka adalah Generasi Milenial dan kakak-kakak mereka adalah Generasi Z.

Menurut laporan Common Sense Media (2021), anak-anak usia 8–12 tahun (bagian dari Generasi Alpha) menghabiskan rata-rata 5 jam sehari menggunakan perangkat digital. Media ini juga menyebutkan bahwa bahwa 65% anak usia 8–12 tahun lebih nyaman berkomunikasi melalui aplikasi digital dibandingkan secara langsung. Ketergantungan pada komunikasi berbasis teks dan video pendek dapat mengurangi kemampuan mereka untuk membaca emosi audiens dalam situasi tatap muka. Sementara menurut laporan dari McCrindle Research (2022), 80% Generasi Alpha lebih tertarik pada komunikasi yang melibatkan elemen visual dan interaktif dibandingkan teks biasa. Ketergantungan pada komunikasi visual ini membuat mereka efektif dalam menarik perhatian audiens digital, tetapi mereka memerlukan pelatihan lebih lanjut untuk memahami audiens di lingkungan yang lebih formal atau profesional.

Dengan kemampuan memahami audiens akan membantu Generasi Alpha membangun hubungan yang lebih bermakna dengan individu atau kelompok baik di lingkungan digital maupun lingkungan non digital. Selain itu, juga akan meningkatkan empati dan sensitivitas terhadap audiens, meningkatkan kepercayaan dalam komunikasi karena pesan yang disampaikan menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan audiens. Kemampuan ini juga akan membuat Generasi Alpha mampu menyampaikan pesan yang inklusif dan diterima di berbagai konteks.

Melihat dampak dari keterampilan memahami audiens, maka perlu dilakukan pelatihan untuk generasi alpha seperti Siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) Santo Thomas 1 Medan.

## DASAR TEORI

### Pengertian Audiens

Audiens adalah segmen atau kelompok tertentu yang menjadi target dalam sebuah strategi pemasaran atau komunikasi digital, biasanya ditentukan berdasarkan karakteristik

demografis, psikografis, atau perilaku online (HubSpot, 2023). Sementara menurut McQuail (2010): Dalam bukunya *Mass Communication Theory*, McQuail mendefinisikan audiens sebagai "*a theoretical construct that refers to the individuals who are exposed to particular content and who, either consciously or unconsciously, participate in the communication process.*" artinya, audiens bukan hanya penerima pasif tetapi juga dapat menjadi peserta aktif dalam komunikasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa audiens adalah orang atau kelompok yang mendengarkan atau menerima pesan.

### **Pengertian Audiens Centered**

*Audience-centered* artinya berpusat pada audiens. Dalam berbagai konteks, audience-centered dapat diartikan sebagai:

1. Berbicara di depan publik: Membuat keputusan tentang isi dan gaya pidato berdasarkan pengetahuan tentang nilai-nilai dan keyakinan audiens.
2. Pembelajaran: Suasana berpusat pada peserta didik
3. Konten di media sosial: Konten yang berpusat pada audiens dari media sosial tersebut

### **Mengapa Memahami Audiens itu penting?**

Memahami audiens adalah inti dari komunikasi yang efektif. Ketika seseorang atau organisasi dapat memahami siapa audiens mereka, mereka dapat menyampaikan pesan yang relevan, menarik, dan berdampak, baik dalam konteks komunikasi personal, bisnis, maupun pemasaran. Berikut adalah alasan mengapa Memahami Audiens itu penting.

1. Relevansi Pesan yang Disampaikan  
Memahami audiens membantu pembicara atau pengirim pesan menyesuaikan isi pesan sesuai dengan kebutuhan, minat, dan harapan audiens. Jika pesan tidak relevan, audiens cenderung mengabaikannya. Mengetahui audiens memungkinkan pengirim pesan untuk menggunakan bahasa, nada, atau format yang paling efektif. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Aristoteles dalam *Rhetoric*, salah satu pilar komunikasi yang sukses adalah *pathos*—kemampuan untuk memahami dan membangun koneksi emosional dengan audiens.
2. Meningkatkan Keterlibatan Audiens  
Ketika pesan dirancang berdasarkan karakteristik audiens, seperti minat, nilai, dan preferensi, mereka lebih cenderung terlibat secara aktif. Sebuah studi oleh McKinsey & Company (2021) menunjukkan bahwa personalisasi pesan berdasarkan pemahaman audiens dapat meningkatkan keterlibatan hingga 76% di platform digital. Data ini didukung oleh McQuail (2010) dalam *Mass Communication Theory* menekankan bahwa audiens yang merasa relevansi dengan pesan cenderung lebih responsif.
3. Meningkatkan Efektivitas Komunikasi  
Pemahaman audiens memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efisien dan efektif, baik dalam konteks persuasi, pendidikan, atau pemasaran. **Contoh:** dalam pemasaran, memahami demografi audiens (usia, lokasi, pekerjaan) dapat menentukan strategi komunikasi yang tepat, seperti platform media sosial yang digunakan atau gaya bahasa.
4. Menghindari Kesalahpahaman  
Tanpa pemahaman yang baik, ada risiko bahwa pesan akan disalah artikan, menimbulkan konflik, atau bahkan kehilangan maknanya. **Contoh:** Komunikasi lintas budaya memerlukan pemahaman audiens yang mendalam untuk memastikan bahwa pesan tidak melanggar norma atau nilai kearifan lokal.
5. Meningkatkan Kepercayaan dan Kredibilitas

Memahami audiens menunjukkan rasa empati dan kepedulian, yang dapat membangun hubungan yang lebih baik dan meningkatkan kepercayaan. Audiens lebih mungkin menerima pesan jika mereka merasa bahwa pengirim pesan benar-benar memahami kebutuhan atau masalah mereka.

6. Meningkatkan Keputusan Berbasis Data

Dalam era digital, memahami audiens kini juga melibatkan analisis data untuk menyusun pesan berdasarkan pola perilaku, minat, atau respons mereka. Sebagaimana dengan survei oleh HubSpot (2023) menunjukkan bahwa 93% perusahaan yang menggunakan data audiens untuk strategi komunikasi berhasil mencapai target pemasaran mereka.

## **Cara Analisis Audiens**

### **1. Analisis Demografi**

Analisis demografi audiens adalah proses mengidentifikasi dan memahami karakteristik fisik, sosial, dan ekonomi audiens berdasarkan variabel tertentu seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan lokasi geografis. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menyusun pesan atau strategi komunikasi yang relevan dengan kelompok audiens yang ditargetkan.

Elemen Penting dalam Analisis Demografi yaitu:

- a) Usia  
Usia memengaruhi preferensi dan cara seseorang menerima informasi. Misalnya, Generasi Z lebih nyaman dengan konten berbasis digital dibandingkan generasi sebelumnya.
- b) Jenis Kelamin  
Pria dan wanita dapat memiliki perspektif dan kebutuhan komunikasi yang berbeda, sehingga penting untuk mempertimbangkannya dalam menyusun pesan.
- c) Tingkat Pendidikan  
Tingkat pendidikan menentukan seberapa kompleks bahasa atau informasi yang dapat disampaikan kepada audiens.
- d) Pendapatan dan Status Ekonomi  
Informasi ini membantu memahami daya beli audiens atau preferensi konsumsi mereka.
- e) Lokasi Geografis  
Lokasi menentukan konteks budaya, bahasa, atau kebutuhan spesifik audiens berdasarkan wilayah mereka.

### **2. Analisis Situasi**

Analisis situasi audiens adalah proses mengevaluasi berbagai faktor yang memengaruhi audiens dalam menerima, memahami, dan merespons pesan yang disampaikan dalam suatu konteks komunikasi tertentu. Ini mencakup identifikasi karakteristik audiens, kondisi lingkungan, dan tujuan komunikasi, sehingga pesan dapat disesuaikan untuk mencapai efektivitas maksimal. Misalnya:

1. Tempat dan Waktu:  
Situasi fisik dan temporal memengaruhi cara audiens menerima pesan. Contohnya, suasana formal seperti konferensi memerlukan pendekatan berbeda dibanding media sosial.
2. Tujuan Acara atau Komunikasi:  
Menentukan apa yang ingin dicapai melalui komunikasi, seperti memberikan informasi, menghibur, atau membujuk.

### METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini dilakukan dengan metode pelatihan dengan memberikan penjelasan tentang pengertian audiens, pengertian *Audience-Centered*, mengapa memahami audiens itu penting?, cara analisis audiens. Setelah itu dilakukan diskusi dan simulasi (*role play*). Secara detail, metode yang digunakan adalah:

a. *Pre-Test*

Diawal pertemuan, penulis memberikan pertanyaan mendasar sejauh mana pemahaman peserta tentang siapa itu audiens. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk menyampaikan tanggapan mengenai sejauh mana pentingnya memahami audiens.



Gambar 1 Penulis menjelaskan teori

b. *Early Evaluation*

Hasil presentasi/ jawaban sementara peserta menjadi catatan untuk penulis dan menjadi bahan pembandingan untuk hasil presentasi diakhir pelatihan. Setelah peserta mempresentasikan diri, penulis memberikan evaluasi.

c. *Orientation*

Berupa pengenalan materi pelatihan, termasuk pengertian audiens, pengertian *Audience-Centered*, mengapa memahami audiens itu penting?, cara analisis audiens.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta pelatihan

d. *Drill*

Berupa diskusi dan praktek. Setelah peserta mendengarkan penjelasan mengenai teori seputar audiens, penulis memberikan *challenge* untuk presentasi tentang “promosi sekolah” yang ber-orientasi pada audiens. Peserta dibagi menjadi 3 kelompok, setiap kelompok diberikan kesempatan untuk presentasi dan kelompok lain memberikan penilaian sebelum di evaluasi oleh penulis.

e. *Feedback*

Setelah praktek, penulis memberikan evaluasi akan hasil praktek serta memberikan kesempatan untuk bertanya tentang kendala yang dialami saat praktek.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Kesimpulan

Dari pelatihan yang dilakukan , dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya:

1. Pengetahuan tentang *audience-centered* akan meningkatkan kemampuan berkomunikasi peserta secara efektif
2. Keterampilan komunikasi mempengaruhi tingkat ke-pede-an peserta

### Rekomendasi

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi siswa SMP Santo Thomas 1 Medan karena akan membantu para siswa membangun hubungan yang lebih bermakna dengan individu atau kelompok baik di lingkungan digital maupun lingkungan non digital. Selain itu, juga akan meningkatkan empati dan sensitivitas terhadap audiens, meningkatkan kepercayaan dalam komunikasi karena pesan yang disampaikan menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan audiens. Kemampuan ini juga akan membuat Generasi Alpha mampu menyampaikan pesan yang inklusif dan diterima di berbagai konteks. Untuk itu perlu dilakukan pelatihan seperti ini untuk generasi alpha lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aristoteles. (350 SM). *Rhetoric*.
- [2] Common Sense Media (2021). *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*.
- [3] HubSpot. (2023). *State of Marketing Trends*.
- [4] HubSpot. (2023). *What is a Digital Audience?*
- [5] Lucas, S. E. (2020). *The Art of Public Speaking* (13th Edition). McGraw Hill.
- [6] McCrindle, M. (2022). *Understanding Generation Alpha: The Children of the 21st Century*.
- [7] McKinsey & Company. (2021). *Personalization in Digital Marketing: A Path to Growth*.
- [8] McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th Edition). SAGE Publications.
- [9] McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th Edition). SAGE Publications.
- [10] Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*.