

**PENYESUAIAN PESAN KOMUNIKATOR TERHADAP PELAJAR
DALAM SOSIALISASI MENCEGAH KENAKALAN REMAJA (STUDI
KASUS SOSIALISASI BIDANG PEMBINAAN MASYARAKAT POLRES
METRO JAKARTA TIMUR)**

Yuli Astuti

Alamat: JL. Tarumanegara Atas VI, No.45 Jatiranggon, Bekasi, 17432

No Telepon: 083890329033

Email: Yastuti373@gmail.com

Alamat Instansi: JL. Matraman Raya No.224, Kota Jakarta Timur 13310

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui bagaimana penyesuaian pesan Unit Binmas terhadap pelajar dalam sosialisasi mencegah kenakalan remaja. **Metode Penelitian:** Studi Kasus Pendekatan Kualitatif. **Hasil Penelitian:** Dalam melakukan sosialisasi Polri Peduli dalam mencegah kenakalan remaja Unit Binmas Polres Metro Jakarta Timur menggunakan *product market fit* dan komunikasi persuasif, dalam *product market fit* terdapat *social product, product positioning, branding, packaging, image designing of the product, dan select target market*. Dalam menyampaikan pesan sosialisasi Unit Binmas Polres Metro Jakarta Timur menggunakan Model operasional komunikasi persuasif, antara lain model stimulus response, kognitif, motivasi sosial, dan personalitas. Adapun tujuan dari program sosialisasi "Polri Peduli" adalah untuk mencegah dan meminimalisir tindak kenakalan remaja yang terjadi di kalangan pelajar dengan cara mengubah sikap mereka agar lebih waspada dalam berperilaku. Unit Binmas menjalankan semua kriteria penyesuaian pesan dalam sosialisasi, sehingga penyampaian pesan menjadi efektif dan mampu membuat anak mengubah sikap untuk lebih waspada dalam berperilaku. **Kesimpulan :** Berdasarkan hasil penelitian, Unit Binmas Polres Metro Jakarta Timur membuat program sosialisasi berdasarkan *product market fit* yang ada dalam komunikasi persuasif. Dalam proses penyampaian informasi dalam sosialisasi, Unit Binmas paling banyak menggunakan model kognitif, yaitu pemberian pengetahuan dan informasi. Semua kriteria penyesuaian pesan komunikator dijalankan oleh Unit Binmas, sehingga penyampaian pesan menjadi efektif dan mampu membuat anak merubah sikap untuk lebih waspada.

Kata Kunci: Penyesuaian Pesan, Sosialisasi, Product Market Fit, Select Target Market, Komunikasi Persuasif, Unit Binmas Polres Metro Jakarta Timur