

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK JALANAN MAKASSAR DALAM KAMPANYE PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH BELAJAR



AULIYA SARTIKA

1610121064

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK JALANAN MAKASSAR DALAM KAMPANYE PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH BELAJAR



diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi

AULIYA SARTIKA

1610121064

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR**

2022

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK JALANAN MAKASSAR DALAM KAMPANYE PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH BELAJAR

Disusun dan diajukan oleh:

Auliya Sartika

1610121064

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 12 Oktober 2022

Pembimbing



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI KOMUNIKASI
Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK JALANAN DALAM KAMPANYE PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH BELAJAR

disusun dan diajukan oleh

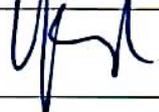
AULIYA SARTIKA

1610121064

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada
tanggal **12 Oktober 2022** dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	
2.	Abdul Jalil, S.Ksi., M.I.Kom	Sekretaris	
3.	Muh. Bisryi, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	
4.	Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	

Ketua Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI KOMUNIKASI
Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

PERYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Auliya Sartika
NIM : 1610121064
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Makassar, 12 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan



PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar dengan sungguh-sungguh, sesuai dengan batas waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Skripsi ini merupakan syarat Program Studi Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu sosial di Universitas Fajar untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) (S1).

Dalam penyusunan Skripsi, peneliti tentunya banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberi masukan, membimbing, mengarahkan, serta memberi dukungan moril selama proses penyelesaian Skripsi ini.

Peneliti mengucapkan Terima kasih kepada Allah SWT. yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesabaran dan kekuatan kepada peneliti selama mengerjakan penelitian ini. Kemudian ucapan terima kasih untuk Ayah Umar Rony S. dan Ibu Sarlota(Alm) yang sangat penulis sayangi dan cintai, beserta saudara-saudari penulis atas bantuan, nasehat, dukungan dan semangat yang diberikan selama proses penyelesaian Skripsi ini.

Kedua, penulis mengucapkan terimakasih kepada Kak Soraya Firdausy S.I.Kom., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing Skripsi atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi saran, kritik dan motivasi, serta memberikan nasehat dan arahan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar
2. Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial

3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Fajar
4. Kepada Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) yang telah membantu peneliti khususnya kepada ketua umum kak Yudha Prawira Hasta S.I.Kom., M.I.Kom dan para anggota.
5. Seluruh teman-teman angkatan 2016 Ilmu komunikasi Universitas Fajar.
6. Kepada teman-teman terdekat peneliti Nining, Indri, Helda, Lisa, Nada, Tami, Muti, Nisma, Coco, Ani, Audry dan Nurul Haq yang setia membantu dan menemani peneliti selama ini. Terima kasih.
7. Kepada Member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulisan penelitian Skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, meskipun telah menerima banyak bantuan dari berbagai pihak. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan Skripsi ini dimasa akan datang.

Last but not least, I wanna thank me , I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK JALANAN MAKASSAR DALAM KAMPANYE PROGRAM PEMBANGUNAN RUMAH BELAJAR

Auliya Sartika

Soraya Firdausy

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi, faktor-faktor pendukung dan penghambat pada Komunitas Peduli Anak Jalanan Makassar Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar. Metode yang digunakan, metode deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan jurnal, serta media online yang relevan dengan penelitian. Dari analisis menggunakan teknik analisa data menurut Miles dan Huberman dengan langkah-langkah reduksi data, model data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukakn dengan menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Makassar dalam kampanye program pembangunan rumah belajar melewati beberapa tahap yaitu pertama perencanaan meliputi pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penggunaan media, membangun manajemen organisasi, kedua tahap pelaksanaan meliputi promosi langsung, promosi tidak langsung dengan cara penggunaan media sosial *instagram*, dan evaluasi. Faktor pendukung dan penghambat juga merupakan faktor yang mempengaruhi keefektifan strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar. Faktor pendukung ada 2 tahap yaitu pertama penggunaan sosial media *instagram* dan kedua ialah *networking*. Faktor penghambat yaitu kurangnya sumber daya manusia yang memenuhi standar kriteria yang diinginkan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar, Anak jalanan, Rumah belajar.

Makassar, Oktober 2022

ABSTRACT

Penulis

**MAKASSAR STREET CHILDREN CARE
COMMUNITY COMMUNICATION
STRATEGY IN THE CAMPAIGN OF THE
STUDENT HOUSE DEVELOPMENT
PROGRAM****Auliya Sartika****Soraya Firdausy**

This study aims to describe the communication strategy and the supporting and inhibiting factors in the Makassar Street Children Care Community Communications Strategy In The Campaign Of The Student House Development Program. The method used is the descriptive qualitative method. In collecting data using data collection techniques, in-depth interviews, observation, documentation, and journals, as well as online media that are relevant to the research. The analysis uses data analysis techniques according to Miles and Huberman with data reduction steps, data models, and conclusions. The validity of the data was carried out by using data triangulation techniques.

The results showed that the communication strategy of the Makassar Street Children Care Community Communications Strategy In The Campaign Of The Student House Development Program. went through several stages, namely the first planning included audience introduction, message preparation, media use, building organizational management, the second stage of implementation included a direct promotion, indirect promotion by using Instagram social media, and evaluation. Supporting and inhibiting factors are also factors that influence the effectiveness of the Community Care for Street Children's communication strategy in the learning house construction program campaign. There are 2 supporting factors, namely the first use of social media Instagram and the second is networking. The inhibiting factor is the lack of human resources that meet the desired criteria standards.

Keywords: *Communication Strategy, Community Care for Street Children (KPAJ) Makassar, Street Children, Learning House.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	10
2.1.1 Pengertian Strategi	10
2.1.2 Pengertian Komunikasi.....	13
2.1.3 Proses Komunikasi.....	15
2.1.4 Langkah - Langkah Strategi Komunikasi	16
2.1.5 Bentuk - Bentuk Komunikasi.....	20
2.1.6 Jenis – Jenis Komunikasi	22
2.1.7 Kampanye Dalam Komunikasi.....	23
2.1.8. Pendekatan Komunikasi Organisasi	25
2.1.9 Komunikasi Organisasi.....	27
2.1.10 Teori Komunikasi Organisasi	33

2.1.11 Strategi Komunikasi Organisasi	36
2.1.12 Pengertian Komunitas.....	37
2.2 Tinjauan Empirik	39
2.3 Kerangka Pemikir	41
2.4 Definisi Operasional	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Kehadiran Peneliti	48
3.3 Lokasi Penelitian	49
3.4 Sumber Data	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
3.7 Pengecekan Validasi Data.....	54
3.8 Tahap-tahap Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan.....	56
4.1.1 Profil Singkat	56
4.1.2 Visi & Misi.....	57
4.1.3 Struktur Organisasi.....	57
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan	58
4.2.2 Faktor – Faktor Pendukung & Penghambat	65
4.3 Hasil Pembahasan Penelitian	67
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	67
4.3.2 Faktor – Faktor Pendukung & Penghambat	77
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Komunitas Peduli Anak Jalanan	56
Gambar 4.2 Poster Open Donasi dan Transparansi Donasi KPAJ.....	72
Gambar 4.3 Sosial Media Komunitas Peduli Anak Jalanan.....	75
Gambar 4.4 Poster Open Donasi.....	78
Gambar 4.5 Dokumentasi Proses Pembangunan Rumah Belajar	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik	39
Tabel 3.1 Daftar Informan	49
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	57
Tabel 4.2 Rumah Belajar dan Jumlah Anak Jalanan.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena pada anak jalanan adalah salah satu masalah sosial di setiap kota di Negara Indonesia salah satunya ialah kota Makassar. Di kota yang sibuk ini juga banyak anak-anak di jalanan yang terlantar dengan berbagai alasan. Potret anak jalanan di setiap kota merupakan pemandangan yang suram bagi bangsa Indonesia. Aktivitas yang mereka lakukan dapat membahayakan dan mengancam jiwa mereka sendiri dan mengganggu ketertiban kota. Oleh karena itu, mereka sebaiknya tidak berada di jalanan setiap kota. Mereka seharusnya mendapatkan kehidupan serta hak-hak yang layak sama seperti anak pada umumnya.

Negara Indonesia telah menetapkan peraturan pemerintah tentang hak dan kewajiban serta perlindungan anak dalam bentuk undang-undang, yaitu UU No. 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak dalam pasal 1 ayat 2. Undang-undang tersebut menetapkan bahwa “perlindungan anak adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menjamin dan melindungi anak dan hak-haknya agar dapat hidup dan tumbuh dewasa, berkembang dan berpartisipasi secara optimal, dalam sesuai dengan harkat dan martabatnya, serta dilindungi dari kekerasan dan diskriminasi”.

Dalam kehidupan manusia modern, masa kanak-kanak merupakan tahap dimana anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang menentukan masa depannya. Hal ini penting untuk mengoptimalkan perkembangan anak. Masa kanak-kanak adalah masa kritis dalam perkembangan intelektual. Anak

mebutuhkan perhatian dan kasih sayang yang lebih dari orang tua dan anggota keluarganya masing-masing, baik fisik maupun fisik bagi individu anak.

Anak jalanan adalah anak-anak berusia antara 5 dan 18 tahun yang menghabiskan sebagian besar waktunya berkeliaran di jalan-jalan dan lapangan umum untuk mencari nafkah. Anak jalanan dapat dibagi menjadi dua kelompok menurut usianya. Anak jalanan berusia 5 sampai 11 tahun dan anak jalanan berusia 12 sampai 18 tahun. Kedua kategori ini menunjukkan bahwa anak jalanan juga mengalami tahapan pertumbuhan dan perkembangan yang sesuai dengan usianya sampai dengan masa remaja. Masa remaja anak sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan masa dimana seseorang melalui proses menemukan jati dirinya.

Dari data yang diperoleh dari Komunitas Peduli Anak Jalanan sebagian besar anak jalanan ini hanya memiliki sedikit atau tidak memiliki pendidikan formal, seperti sekolah dasar atau menengah. Hal ini menyebabkan, antara lain, menghabiskan lebih banyak waktu di jalan dibandingkan dengan kegiatan pendidikan formal.

Komunitas Peduli Anak Jalanan atau disingkat dengan juga KPAJ sudah berdiri pada tahun 2012 yang beranggotakan ratusan orang yang *mostly* adalah mahasiswa/l dari latar universitas yang berbeda. Komunitas ini sangat peduli terhadap kehidupan sosial lingkungannya yang berfokus terhadap anak jalanan. KPAJ menargetkan bimbingan pendidikan kepada anak-anak jalanan yang berhenti sekolah dan yang belum bisa merasakan dunia pendidikan yang diakibatkan oleh perekonomian keluarga. Jumlah atau total keseluruhan anak jalanan yang dinaungi oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan adalah 142 anak binaan.

Komunitas Peduli Anak Jalanan juga salah satu komunitas yang sangat aktif di kota Makassar salah satunya dalam hal memberikan pendidikan kepada anak jalanan di Makassar. Komunitas ini banyak menaungi ratusan anak jalanan atau anak binaan yang tersebar di lokasi berbeda dikota Makassar yakni area binaan Adiyaksa, Kerung-kerung, Manggala, BTP, Telkomas, dan arbin Unhas. Setiap tahunnya mereka mempunyai program kerja yang terus berjalan salah satunya pembangunan rumah belajar atau area binaan.

Alasan kuat mengapa anak jalanan mesti dibangun rumah belajar ialah bahwa tugas utama anak adalah sekolah dan belajar. Melalui pembangunan rumah belajar ini anak jalanan dapat belajar dan memperoleh kembali pendidikan dengan baik, layaknya seperti anak-anak yang hidup normal pada umumnya. Dengan adanya pembangunan rumah belajar ini, kita bebas meminimalisir atau mengurangi angka anak jalanan berada dijalanan, dan bagaimana anak-anak ini nantinya kita sediakan wadah untuk belajar, mengenal dunia pendidikan, mengetahui lebih jauh bahwa pendidikan itu penting dan dijalanan bukan tempat yang baik untuk anak-anak yang seusia mereka.

Seperti yang diketahui anak-anak pada umumnya harus memiliki dan mendapatkan pendidikan yang layak. Tapi nyatanya tidak semua anak-anak mendapatkan kehidupan yang sama bahkan pendidikan yang sama pula, contohnya anak jalanan yang di naungi Komunitas Peduli Anak Jalanan ini mereka berbeda bahkan mereka tidak mendapatkan hal yang seperti itu, makanya dengan adanya KPAJ membantu anak-anak jalanan untuk mendapatkan hak yang seharusnya mereka miliki. Dengan cara membangun rumah belajar ini agar anak-anak ini mendapatkan tempat pendidikan walaupun tidak seperti pendidikan pada umumnya.

Mencermati masalah yang dialami anak jalanan, Pembangunan rumah belajar ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi anak jalanan dan memberikan mereka kesempatan pendidikan untuk menjadi manusia mandiri yang bebas dari kehidupan jalanan. Namun, program pembelajaran kesetaraan pendidikan yang telah dilaksanakan selama ini, hingga pembangunan rumah belajar, belum memberikan dampak yang relevan terhadap populasi sasaran. Olehnya, diperlukan strategi konkrit untuk mengatasi masalah pengorganisasian lembaga pembelajaran untuk pemerataan pendidikan. Sebagai strategi, pelibatan pemangku kepentingan dan elemen pendukung lainnya harus diperkuat dan dioptimalkan untuk bersama-sama mengatasi masalah anak jalanan di kota Makassar.

Penulis memilih organisasi Komunitas Pedulis Anak Jalanan sebagai penelitian, bukan komunitas lain yang ada di kota Makassar karena seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya, komunitas peduli anak jalanan merupakan salah satu atau bahkan komunitas yang paling aktif dikota Makassar dengan jumlah anggota ratusan orang yang sebagian besar mahasiswa. Yang menaungi 157 anak jalanan/binaan yang tersebar di berbagai daerah dikota Makassar.

Donatur yang didapatkan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan itu ada beberapa dari instansi tetap dan para donatur tidak tetap personal, yang menyumbang ke KPAJ. Selain itu dalam setiap publikasi di media sosial para donatur bisa menyumbang baik itu instansi yang sudah jadi mitra maupun orang-orang baik yang turut menyumbang juga di area rumah belajar atau area-area binaan KPAJ.

Adapula alasan lainnya ialah, jika dilihat dari aspek sosial media Instagram *followers* dari KPAJ memiliki *followers* aktif di Instagram dengan jumlah pengikut

4.633. Dengan itu KPAJ merupakan komunitas dengan followers yang paling banyak diikuti dan aktif dari komunitas anak jalanan lainnya yang ada di kota Makassar.

Fenomena pada anak jalanan saat ini merupakan kejadian yang sangat butuh perhatian serta perlunya bimbingan dari berbagai pihak yang simpati dan peduli. Banyak anak jalanan di kota Makassar yang berbagai alasan harus menempuh hidup yang dibidang sangat tidak layak berada di jalanan. Anak jalanan ialah anak yang bisa kita kategorikan tidak berdaya. Untuk itu mereka perlu diberdayakan melalui pembangunan rumah belajar dan itu dibutuhkan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan ke masyarakat untuk setidaknya ikut berpartisipasi dalam pembangunan rumah belajar.

Rumah belajar menjadi tempat tinggal dan tempat yang digunakan untuk memberdayakan anak jalanan dengan proses pendampingan tertentu. Namun, proses pendampingan diharapkan mampu memberdayakan anak jalanan. Untuknya, pengelolaan rumah belajar atau area binaan KPAJ tentu membutuhkan strategi komunikasi dalam setiap pembangunan rumah belajar. Sebab, proses pembangunan rumah belajar membutuhkan pendekatan yang dilakukan melalui strategi komunikasi.

Strategi komunikasi ini menjadi faktor utama dalam kelancaran pembangunan rumah belajar anak jalanan. Di mana dalam pembangunan rumah belajar ini nantinya menjadi satu harapan bagi anak-anak jalanan dalam memotivasi diri.

Strategi komunikasi secara efektif dan tepat juga harus dilakukan untuk menghadapi fenomena yang cukup menakutkan bagi masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah Kota Makassar. Fenomena ini adalah fenomena anak

jalanan. Kota Makassar merupakan salah satu kota dari beberapa kota di Indonesia yang menjadi lahan subur bagi perkembangan anak jalanan.

Strategi komunikasi merupakan semua perencanaan dan cara yang digunakan untuk kelancaran komunikasi dengan memperhatikan aspek menyeluruh yang ada pada proses komunikasi agar mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) serta pengelolaan untuk mencapai tujuan. Sebabnya, strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan jalan untuk menetapkan arah, tetapi juga berguna untuk menunjukkan keseluruhan taktik operasional. Oleh karenanya, dari pembahasan teoritis yang sudah dijelaskan, ketika berkomunikasi, seorang komunikator harus terlebih dulu dapat mengembangkan strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Dalam penelitian peneliti memperhatikan keseluruhan aspek seperti data strategi komunikasi yang dijalankan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak atau masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan rumah belajar ini agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif, seperti memperhatikan bahasa tubuh, kontak mata, umpan balik (*feedback*), komentar verbal (eks "uh-huh), hindari menyela, fokus, batasi gangguan, dll.

Peneliti dapat merelevansikan penelitian ini dengan konsentrasi peneliti yaitu Public Relations, komunikasi adalah cara terbaik untuk menyampaikan pesan, dan umpan balik membuat pesan yang disampaikan berhasil. Maka, dibutuhkan Strategi komunikasi dalam suatu rencana tidak menjamin kesuksesan, tetapi memberikan peluang atau petunjuk untuk membantu mencapai tujuan yang diinginkan tercapai Seperti halnya program pembangunan rumah belajar Hal tersebut ditujukan untuk menentukan strategi dan inisiatif untuk memberdayakan

anak jalanan lewat pendidikan dan meningkatkan kreativitas dan keterampilan mereka.

Dalam hal ini peneliti mengaitkan salah satu contoh penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi yang serupa dengan penelitian peneliti yakni oleh Rafu, Yovita (2019:7) rumah singgah adalah salah satu kelompok yang menangani nasib anak jalanan. Rumah singgah adalah tempat tinggal dan tempat untuk membantu memberdayakan anak-anak Anda melalui proses pendampingan tertentu. Namun, diharapkan proses pendampingan dapat memberdayakan anak jalanan. Untuk itu, pengelola rumah singgah tentunya membutuhkan strategi komunikasi. Hal ini dikarenakan proses pendampingan membutuhkan metode pelaksanaan melalui komunikasi. Komunikasi akan berhasil dalam tujuan pemberdayaannya jika digunakan melalui masyarakat dan pemerintah sekitar dengan menggunakan strategi komunikasi.

Dengan itu peneliti menyimpulkan hasil dari contoh penelitian diatas yaitu Strategi komunikasi dianggap penting dalam proses konseling agar anak jalanan dapat tumbuh sesuai dengan kondisi masa kanak-kanak pada umumnya serta dibentuk secara baik dan benar. Dengan adanya program pembangunan rumah singgah atau area binaan tempat proses pembelajaran dan pendidikan anak jalanan yang putus sekolah atau yang belum pernah mengecap dunia pendidikan yang seharusnya.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mencoba menggarap suatu penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif ini tentang bagaimana strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan terhadap pembangunan rumah belajar, menekankan pentingnya strategi komunikasi untuk memberdayakan anak jalanan melalui sebuah proses bimbingan. Strategi

komunikasi dianggap penting dalam proses bimbingan bagi anak jalanan. Hal ini untuk memungkinkan anak jalanan tumbuh dengan cara yang umumnya sesuai dengan kondisi anak yang berkepribadian penuh.

Dengan ini diharapkan bahwa hasil penelitian terhadap strategi komunikasi yg dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan dapat menunjukkan upaya memberdayakan kondisi anak jalanan dengan baik dan layak melalui komunikasi yang tepat. Karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan ingin mengetahui lebih rinci mengenai apa yang dibutuhkan atau bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan untuk mengait masyarakat bisa turut berpartisipasi dalam pembangunan rumah belajar anak jalanan.

Diharapkan pula, bahwa hasil dari penelitian ini dapat mengungkapkan kenyataan yang sangat berfaedah dengan adanya kajian tentang bagaimana “Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar bagi anak jalanan” khususnya di Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar dalam kampanye program pembangunan rumah belajar bagi anak jalanan?
2. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar dalam kampanye program pembangunan rumah belajar bagi anak jalanan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar dalam kampanye program pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar dalam kampanye program pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritisnya, yaitu bahwa hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang kajian strategi komunikasi mengenai pemberdayaan masyarakat terkhusus bagi anak jalanan diberbagai kota di Indonesia

1.4.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktisnya, adalah hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat berguna sebagaimana sebuah referensi bagi pihak yang bergerak dalam bidang sosial kemanusiaan khususnya yang bergerak di pemberdayaan anak jalanan melalui pengembangan strategi komunikasi kajian dari ilmu komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan (objectives) dengan mencocokkan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi oleh lingkungan industrinya. Di sisi lain, Siagian P (2004:20) Strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan sadar yang dilaksanakan oleh manajemen puncak dan semua tingkatan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Strategi berasal dari bahasa Yunani strategia (stratos = militer dan ag = pemimpin), yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Strategi didefinisikan sebagai proses perencanaan oleh manajemen senior yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan melibatkan penjabaran metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Istilah strategi telah menjadi istilah yang banyak digunakan di masyarakat untuk menggambarkan berbagai pengertian seperti suatu rencana, strategi, atau cara untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Dari definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa konsep strategi adalah apa yang ingin dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adapula Pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi ini, yaitu:

1. Chandler, Strategi adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam hubungannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
2. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth : Strategi merupakan alat yang digunakan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing. Dengan demikian, fokusnya strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.
3. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner : Strategi adalah bentuk respons secara terus-menerus yang dilakukan maupun secara adaptif terhadap suatu peluang dan ancaman eksternal beserta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

Dari definisi-definisi di atas maka dapat di simpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sebuah keunggulanyang dibuat untuk bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

Fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam strategi, ialah suatu proses dari tindakan atau aksi untuk melakukan hal-hal seperti berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan dan prosedur, pembuatan rencana dan peramalan (*forecasting*) apa yang diharapkan terjadi. Perencanaan adalah proses mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk

mencapai tujuan tersebut. Melalui perencanaan, manajer mengidentifikasi hasil kerja yang diinginkan dan menentukan cara untuk mencapainya.

2. Organisasi

Organisasi mengacu pada proses menetapkan tugas, mengalokasikan sumber daya, dan mengorganisir kegiatan untuk individu dan kelompok dalam cara yang terkoordinasi untuk perencanaan. Fungsi organisasi di sini antara lain memberikan tugas individu kepada masing-masing pihak, membentuk departemen, mendelegasikan dan menetapkan wewenang/lini tanggung jawab dan sistem komunikasi, serta mengkoordinasikan pekerjaan setiap anggota dalam tim kerja yang solid dan terorganisir.

Bentuk-bentuk daripada strategi pada prinsipnya dikelompokkan menjadi tiga bentuk strategi, yaitu:

1. Strategi Manajemen, strategi ini meliputi beberapa strategi yang dapat digunakan oleh manajemen dengan tingkat orientasi pengembangan strategi secara makro, contohnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan strategi mengenai keuangan.
2. Strategi investasi, strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin mengejar strategi pertumbuhan yang agresif, sedang mencoba menembus pasar, strategi bertahan hidup, strategi membangun divisi baru, strategi divestasi, dll.
3. Strategi bisnis, strategi ini sering disebut strategi bisnis fungsional karena diarahkan pada berfungsinya kegiatan manajemen seperti strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi penjualan, strategi organisasi, dan strategi yang berkaitan dengan keuangan.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Menurut etimologi, kata “komunikasi” berasal dari kata latin communis, yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti yang sama. Kata yang sama yang digunakan adalah identik. Dalam situasi ini, komunikasi terus mengalir karena setiap orang yang berada di dalam gedung memiliki pemahaman yang sama tentang apa pun yang dikomunikasikan. Menurut pepatah lain, jika orang-orang terdekat yang berkerumun memahami apa yang dibicarakan, hubungan mereka secara inheren komunikatif.

Sebaliknya, jika para pihak tidak setuju tentang apa yang sedang dibahas, itu berarti komunikasi tidak berkembang dan hubungan antara para pihak tidak komunikatif. Secara terminologi, komunikasi adalah tindakan seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain. Dari uraian di atas, kita dapat melihat bahwa banyak orang yang terlibat dalam komunikasi, sehingga komunikasi semacam ini disebut komunikasi manusia.

Beberapa para ahli komunikasi juga memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing sebagai berikut :

1. Jenis dan Kelly (2008:25), "komunikasi adalah suatu proses spesifik dimana seorang individu (komunikator) memberikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) selain tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (khalayak)".
2. Berelson & Stainer (2008:25) “Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, perasaan, keahlian, dll dengan menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar dan angka”.

3. Gode (2008:26) "Komunikasi adalah proses mengubah apa yang semula milik satu orang dia (monopoli satu orang) menjadi milik kedua orang atau lebih".
4. Brandlun (2008:26) "Komunikasi berasal dari kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian, bertindak secara efektif, dan mempertahankan atau memperkuat ego."
5. Resuch (2008:26) "Komunikasi adalah proses menghubungkan satu bagian kehidupan ke bagian lain."
6. Weaver (2008:26) "Komunikasi adalah keseluruhan proses dimana sebuah pemikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran-pikiran orang lain."

Carl I. Hovland dalam Cangara (2016:18) berpendapat lain tentang komunikasi, menurutnya komunikasi merupakan proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Menurut Carl I. Hovland dalam Effendy (2009:10) Ilmu Komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas prinsip-prinsip transmisi informasi dan pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa tujuan mempelajari ilmu komunikasi bukan hanya penyediaan informasi, tetapi juga pembentukan opini publik dan publik, yang berperan sangat penting dalam kehidupan sosial dan politik. Bahkan dalam definisi khusus untuk pemahamannya sendiri tentang komunikasi, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process of change of other individualists*). Tetapi ketika komunikasi benar-benar komunikasi seperti yang disebutkan di atas, seseorang dapat mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain.

Pengertian secara paradigmatis meskipun banyak definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, namun dari semua definisi tersebut,

komunikasi diartikan sebagai pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain untuk menyampaikan suatu sikap, pendapat, atau, dapat disimpulkan sebagai suatu proses perubahan. perilaku. langsung (komunikasi atau komunikasi tatap muka) atau tidak langsung (komunikasi melalui media).

2.1.3 Proses Komunikasi

Secara linier, proses komunikasi juga sedikitnya melibatkan empat elemen atau komponen sebagai berikut:

1. Sumber/pengirim pesan/komunikator, yaitu individu atau kelompok atau organisasi/lembaga yang berinisiatif menyampaikan pesan.
2. Pesan berupa simbol atau huruf, seperti kata-kata yang diucapkan, gambar, angka, atau gerak tubuh.
3. Saluran yang digunakan sebagai sarana penyampaian atau transmisi pesan (misalnya, telepon, radio, surat, surat kabar, majalah, televisi, gelombang radio dalam konteks komunikasi antarpribadi sebelumnya).
4. Penerima/komunikator, yaitu individu atau sekelompok orang atau organisasi/lembaga yang menjadi sasaran penerima pesan.

Proses komunikasi terjadi ketika ada interaksi antara orang dan pesan yang disampaikan untuk memenuhi motif komunikasi. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi secara umum). Setiap proses komunikasi memiliki fungsi. Setiap proses komunikasi yang berlangsung setidaknya memiliki delapan fungsi komunikasi. Diantaranya:

1. Informasi.
2. Sosialisasi.
3. Motivasi.
4. Perdebatan dan diskusi.
5. Pendidikan.
6. Memajukan kebudayaan.
7. Hiburan.
8. Integrasi.

Prasyarat terjadinya proses komunikasi adalah tersedianya unsur-unsur komunikasi. Ada enam unsur komunikasi: sumber (*source*), *communicator* (penyampaian pesan komunikator), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan komunikan (*communicate* = penerima pesan) dan *effecr* (akibat).

2.1.4 Langkah – Langkah Strategi Komunikasi

Menerapkan strategi komunikasi terdiri dari beberapa langkah. Prosedur-prosedur ini diringkas oleh Anwar Arifin (2004) untuk memungkinkan komunikasi yang efektif. Langkah selanjutnya adalah langkah strategi komunikasi.

1. Pengenalan khalayak, merupakan tahap pertama bagi komunikator mana pun untuk berkomunikasi secara efektif.
2. Menyusun pesan, tahap kedua yang dapat menarik *attention* para khalayak. Sebuah pesan dapat dibentuk dengan hal yang sudah ditentukan seperti subjek atau materi. Syarat utama untuk mempengaruhi semua khalayak melalui komponen pesan adalah untuk menarik *attention* audiens. Perhatian adalah pengamatan

yang terkonsentrasi. Komunikasi yang efektif dimulai dengan membangkitkan perhatian audiens kepada pesan yang sudah disampaikan.

3. Menentukan metode, tahap ketiga dalam dunia komunikasi, metode transmisi dapat dilihat dalam dua aspek.
 - a. menurut jenis implementasi yang mempertimbangkan komunikasi semata-mata dalam hal pelaksanaannya, memisahkan perhatian dari isi pesan.
 - b. Pertimbangan komunikasi ditinjau dari bentuk isi, yaitu makna atau berupa pesan dan tujuan yang terkandung di dalamnya.

Menurut caranya pelaksanaan metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk seperti:

- a. Metode *redundancy*, adalah metode mengajak audiens dengan mengulangi pesan yang ditujukan kepada mereka. Pesan yang dilkakukan secara berulang pasti mendapat perhatian. Khayalak juga mengingat pesan apa yang disampaikan secara berulang-ulang. Selain itu Komunikator pun yang membuat kesalahan dalam pengiriman sebelumnya dipastika mendapatkan kesempatan untuk memperbaiki sebuah kesalahan.
- b. Metode Penyaluran (*canalizing*): pada tahap metode yang digunakan ini, seorang komunikator pertama-tama akan mengenali khalayaknya dan mulai menyampaikan pesan

yang penuh gagasan sesuai dengan sikap serta kepribadian, dan memberi motivasi khalayak.

c. Informatif

Teknik Informatif adalah bentuk konten informasi yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak dengan memberikan informasi. Pencerahan berarti menyampaikan wajah sebenarnya dari suatu hal dan wajah sebenarnya berdasarkan fakta dan sumber data yang benar dan sudut pandang yang benar. Atau seperti dikemukakan oleh penulis Jawoto (Arifin, 1994 : 74)

1. memberikan informasi tentang fakta saja dan bersifat kontroversial; atau
2. Menginformasikan dan memandu opini publik.

Teknik informatif ini digunakan lebih berorientasi dalam penggunaan pemikiran serta perilaku publik dalam bentuk pernyataan: informasi, informasi, berita, dll.

d. Persuasif

Persuasif artinya mempengaruhi melalui persuasi. Hal ini, penonton akan tergerak oleh pikirannya, terutama perasaannya. Perlu dicatat bahwa kerentanan terhadap petunjuk disebabkan oleh: Kemampuan untuk menyarankan atau menyarankan sesuatu kepada komunikator (sugestivitas), dan komunikator dalam keadaan menerima (sugestivitas), sehingga tidak kritis untuk menyarankan

kepada audiens dan menciptakan situasi di mana audiens rentan terhadap saran. proses yang disebabkan oleh penerima dan dilaksanakan dalam keyakinan atau perilaku ideal yang dipengaruhi oleh orang lain.

e. Edukatif

Upaya mempengaruhi khalayak melalui pernyataan-pernyataan umum, yang dapat dilakukan dalam bentuk informasi yang berisi opini, fakta, dan pengalaman. Pendidikan berarti memberikan kepada khalayak gagasan-gagasan tentang keadaan, fakta, pendapat, dan pengalaman yang sebenarnya secara sengaja, teratur, dan terencana. Gagasan dan pengalaman tersebut dapat dihitung berdasarkan kebenaran dan tujuannya adalah untuk mengubah ke arah yang diinginkan. perilaku.

f. Koersif

Koersif berarti mempengaruhi khalayak melalui paksaan. Cara paksaan ini biasanya diwujudkan dalam bentuk aturan, perintah dan intimidasi. Untuk mengeksekusi dengan lancar, umumnya ada kekuatan yang sangat kuat di belakangnya.

4. Menggunakan media, adalah alat untuk mengkomunikasikan ide-ide dan membuat mereka dikenal publik. Dalam menyampaikan pesan, penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media yang tepat sasaran. Oleh karena itu, pemilihan serta

penggunaan media berarti menyesuaikan kondisi khalayak serta metode dan teknik apa yang digunakan.

2.1.5 Bentuk – Bentuk Komunikasi

Susanto (2010:6) menyatakan bahwa ada 5 konteks komunikasi. komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seorang individu. Komunikasi ini umumnya membahas proses memahami, mengingat, dan menafsirkan simbol yang dirasakan melalui panca indera. Komunikasi ini dapat lebih jelas diartikan sebagai komunikasi yang terjadi pada diri sendiri, baik disengaja maupun tidak disengaja.

- a) Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses dimana orang membangun dan mengelola hubungan dengan mengambil tanggung jawab bersama untuk menciptakan makna. Selanjutnya, komunikasi interpersonal adalah seperangkat perilaku berorientasi tujuan yang teratur dan berulang. Dalam hal ini merupakan komunikasi pribadi, baik secara langsung tanpa perantara maupun secara langsung melalui perantara.
- b) Richard L. Weaver menjelaskan karakteristik komunikasi interpersonal (Budayatna, 2011:15) yaitu melibatkan setidaknya dua orang, memiliki umpan balik atau *feedback*, tidak memerlukan tatap muka, tidak perlu ditunjukkan, menghasilkan dampak atau efek; pesan

dikirim dan diterima dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Jangan menyertakan atau menggunakan kata-kata yang dipengaruhi oleh konteks

- c) Komunikasi kelompok berfokus pada interaksi antara sekelompok kecil orang, termasuk banyak orang yang bekerja menuju tujuan bersama. Ada beberapa ketidaksepakatan tentang ukuran kelompok kecil, misalnya, beberapa orang mengatakan dia paling banyak 5-7, tetapi semua orang setuju bahwa kelompok kecil setidaknya harus terdiri dari 3 orang. Komunikasi kelompok berkisar pada dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas komunikasi kelompok, pola atau bentuk interaksi kelompok dan pengambilan keputusan, juga dikenal sebagai kohesif, yaitu perasaan kesatuan dalam sinergi kelompok sebagai proses dari berbagai perspektif untuk mengatasi masalah yang berbeda.
- d) Komunikasi massa adalah proses menciptakan kesetaraan antara media massa dan komunikasinya. Proses komunikasi massa meliputi aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi.

2.1.6 Jenis – Jenis Komunikasi

Komunikasi dapat digolongkan dalam 5 kategori yaitu:

1. Komunikasi lisan serta tertulis;

Mulanya klasifikasi komunikasi lisan dan tulisan adalah format pesan yang dilakukan. Jenis komunikasi inilah yang paling umum dalam komunikasi interpersonal.

2. Komunikasi verbal dan nonverbal

Jenis komunikasi ini terjadi ketika dua orang yang saling berinteraksi dan menyampaikan pesan tentang perasaan dan pikiran yang muncul. pesan tentang emosi seseorang diungkapkan dalam bahasa melalui apa dan bagaimana seseorang berbicara, tekanan verbal memperjelas makna, kata dan frasa, dan komunikasi dari emosi ketika berinteraksi dengan bahasa isyarat dan bahasa tubuh non-verbal. bisa melihat ekspresi wajah, gerakan, gerak tubuh, postur.

3. Komunikasi ke bawah, ke atas, dan ke samping

Penggolongan komunikasi linier didasarkan untuk arah arus informasi dalam suatu organisasi. Komunikasi ini pada umumnya formal dan menggunakan prosedur dan konvensi yang dipraktikkan antara karyawan dan pemimpin organisasi. Pemimpin menggunakan instruksi, arahan, dan penjelasan kepada bawahan dan karyawan dalam komunikasi. Di sisi lain, karyawan dan bawahan tidak mencabut statusnya sebagai bawahan jika mereka menghubungi atasannya untuk membuat laporan, keluhan, dll. Komunikasi antar karyawan, di sisi lain, bisa formal atau informal.

4. Formal dan Informal Komunikasi

Komunikasi untuk suatu organisasi pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai formal atau informal berdasarkan pola, tata karma, serta model arus pesan dalam organisasi. Komunikasi formal terjadi ketika proses informasi disampaikan dan ditransmisikan lewat

pola hierarki izin komunikasi yang berlaku untuk struktur organisasi. Komunikasi informal antar anggota kini tak terbatas dan gratis.

5. Komunikasi satu arah dan dua arah

Jenis komunikasi ini tergantung pada apakah komunikator memiliki kesempatan untuk menanggapi atau menanggapi pesan atau informasi yang dikirim oleh komunikator.

2.1.7 Kampanye dalam Komunikasi

Kampanye merupakan gerakan yang didasarkan dari sebuah perilaku. Yang bisa sejalan dengan norma yang ada. Kampanye biasanya pemerkuat dari kebiasaan yang ada ke arah tujuan dengan diharapkan secara sosial seperti pengumpulan dana dari pemungutan suara, dll.

Penyebaran informasi, gagasan, kesadaran, pengetahuan dan ide untuk menciptakan kesadaran dan pengertian melalui proses kampanye komunikasi tersebut dengan teknik komunikasi. Sedangkan bentuk dan komunikasi dalam melakukan kampanye adalah komunikasi komunikasi kelompok, interpersonal, komunikasi antarpersonal, komunikasi massa dan komunikasi melalui media massa dan media nirmassa.

Menurut Venus (2018: 90-116), secara umum tentang istilah kampanye yang dikenal sejak 1940an *campaign is generally exemply persuasion in action* (kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan

yang bertitik tolak untuk membujuk), dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuan, ahli dan praktisi komunikasi, yaitu definisinya sebagai berikut:

a. Leslie B. Snyder (2002)

A communication campaign is an organized communication activity, directed at a particular audience, for particular periode of time to achieve a particular goal. Secara garis besar bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Rogers dan Storey (1987)

Mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

Pemaparan dari berbagai definisi para pakar mengenai arti kampanye tersebut diatas maka dapat ditarik suatu kesimpulan, setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal (Venus, 2019: 9-10), yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Di samping keempat ciri pokok tersebut, kampanye juga memiliki karakteristik berupa jelasnya sumber yang menjadi pengagas, perancang, penyampai, sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye (*campaign makers*) sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye setiap saat dapat mengidentifikasi, bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut.

2.1.8 Pendekatan Komunikasi Organisasi

Untuk melihat komunikasi yang terjadi pada sebuah komunikasi dapat digunakan dengan tiga pendekatan yaitu: (komunikasi organisasi lengkap, 2014)

1. Pendekatan Makro

Dalam pendekatan makroskopik/makro ini, organisasi dipandang sebagai struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Kemudian dalam interaksinya, organisasi ini harus melakukan aktivitas tertentu, seperti mengolah informasi dari lingkungan. Menegakkan identifikasi, menegakkan keselarasan, dan menetapkan tujuan organisasi.

a. Memproses Informasi dan Lingkungan

Sebuah organisasi untuk bertahan hidup, dalam lingkungannya ia harus memproses informasi. Pengolahan informasi tersebut berarti mengadaptasi apa sebenarnya yang terjadi di lingkungan. Dengan informasi yang dikirimkan secara relevan dengan situasi di dalam organisasi. Ini kemudian menyusun respons yang sesuai berdasarkan

informasi yang Anda masukkan. Pesan ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menetapkan tujuan sebuah organisasi.

b. Identifikasi

Sebuah organisasi memakai informasi yang diproses dari sekitar lingkungan. Kesepakatan dengan hubungan potensial klien untuk mencapai semacam negosiasi. Proses menyesuaikan diri disebut identifikasi.

c. Penentuan Tujuan

Dari semua aktivitas organisasi tingkat makro yang membutuhkan komunikasi, menentukan tujuan organisasi adalah yang terpenting. Organisasi tidak boleh menetapkan tujuan sampai mereka menerima informasi tentang lingkungan pemrosesan mereka. Untuk menentukan tujuan, organisasi perlu mengembangkan informasi tentang kekuatan internal dan eksternal mereka.

2.1.9 Komunikasi Organisasi

Menurut Wiryanto (Komunikasi Organisasi, 2011). Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal dan informal suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sejalan dengan kepentingan organisasi. Ini mencakup bagaimana bekerja dalam suatu organisasi, produktivitas, dan berbagai tugas yang perlu dilakukan dalam suatu organisasi. Komunikasi organisasi juga dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan dan bertukar pesan dalam jaringan saling

ketergantungan untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah.

Komunikasi organisasi adalah forum untuk mengirim dan menerima berbagai macam pesan organisasi dalam suatu kelompok formal maupun informal di organisasi. Komunikasi organisasi juga meliputi komunikasi kelompok, formal, informal, dan interpersonal. Tujuannya akan difokuskan pada susunan dan kegunaan organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan prosesnya dalam sebuah organisasi, serta *organizational culture*.

Adapun 3 fungsi umum komunikasi organisasi ialah:

1. Produksi dan pengaturan
2. Pembaharuan (*Innovation*)
3. *socialization and maintenance*

Ada 3 tujuan utama dari komunikasi organisasi, yaitu :

1. Sebagai Tindakan Organisasi.

Komunikasi pada suatu organisasi ditujukan untuk mengkoordinasikan sebagian atau seluruh tugas dan fungsi organisasi yang dibagi menjadi bagian-bagian yang menjalankan visi dan misi organisasi di bawah pimpinan atau manajer dan bawahannya. Tanpa komunikasi, organisasi adalah kumpulan orang-orang yang terbagi dalam tugas dan fungsi masing-masing, melakukan kegiatan secara independen satu sama lain (tanpa sinkronisasi dan koordinasi). Organisasi tanpa komunikasi dan koordinasi sama dengan organisasi

yang menunjukkan aspek individual dan tidak menggambarkan aspek kolaboratif.

Pada dasarnya, berdasarkan fungsi ini, komunikasi memiliki kehadiran yang kuat dalam dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan faktor yang mempengaruhi perkembangan atau kemunduran suatu organisasi.

2. Membagi Informasi (*Information Sharing*)

Salah satu tujuan utama komunikasi adalah untuk menghubungkan semua perangkat organisasi ke tujuan organisasi. Komunikasi memandu orang dan aktivitas dalam suatu organisasi. Pertukaran informasi atau *information exchange* adalah pertukaran dan deskripsi informasi tentang tujuan organisasi, arahan tugas, dan cara-cara untuk berusaha mencapai hasil pengambilan keputusan..

3. Menampilkan Perasaan dan Emosi.

Organisasi memiliki kelompok orang yang bekerja sendiri atau bekerja sama dengan orang lain. Mereka memiliki kebutuhan dan keinginan, perasaan dan emosi yang perlu mereka ungkapkan kepada orang lain.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi organisasi yaitu, dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi. Terdapat dua dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi antara lain :

1. Komunikasi Internal

Organisasi sebagai kerangka kerja menunjukkan pembagian tugas antara orang-orang dalam suatu organisasi dan dapat dikategorikan ke dalam kepemimpinan dan staf eksekutif. Untuk mengatur dan memantau pelaksanaan tujuan yang ingin dicapai, Ketua dan Pengurus akan mengatur bahwa komunikasi langsung dengan semua Anggota tidak diperlukan. Anggota membentuk kelompok untuk setiap jenis pekerjaan dan menunjuk seorang pemimpin kelompok. Dengan cara ini, pemimpin dapat dengan mudah berkomunikasi dengan penanggung jawab kelompok. Jumlah kelompok dan besarnya kelompok bergantung pada besar kecilnya organisasi

Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan horizontal:

a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi top-down (komunikasi ke bawah) dan komunikasi bottom-up (komunikasi ke atas), komunikasi dua arah antara pemimpin dan bawahan, bawahan dan pemimpin (komunikasi dua arah). Dalam komunikasi vertikal, pemimpin memberikan arahan, instruksi, informasi, dan penjelasan kepada bawahan. Dalam komunikasi bawahan ke pemimpin, bawahan mengirimkan laporan, saran, dan keluhan mereka kepada pemimpin mereka.

Komunikasi dua arah dalam organisasi sangat penting karena jika pengarahan dari pimpinan kepada bawahan bersifat satu arah, roda gigi organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Pemimpin perlu mengetahui laporan, tanggapan, atau saran anggota sehingga keputusan dan kebijakan dapat dibuat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

b. Komunikasi Horizontal, adalah komunikasi secara mendatar antara anggota staf dengan anggota staf, dan antara karyawan dengan karyawan. Komunikasi horizontal seringkali bersifat informal, berbeda dengan komunikasi vertikal yang lebih formal. Mereka tidak berkomunikasi satu sama lain di tempat kerja, tetapi di waktu luang mereka. Dalam situasi komunikasi seperti itu, rumor menyebar dengan cepat, dan isu-isu terkait pekerjaan serta tindakan manajemen yang merugikan mereka sering didiskusikan. Penyebaran desas-desus di antara anggota tentang masalah sering disebabkan oleh kesalahpahaman. Yang disebut komunikasi diagonal dapat terjadi antara komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi diagonal atau yang disebut juga dengan komunikasi silang (*cross communication*) adalah komunikasi pimpinan divisi dengan anggota lain.

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pemimpin organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri dari dua saluran dua arah: komunikasi organisasi-ke-audiens dan komunikasi audiens-ke-organisasi.

- a. Komunikasi Organisasi-ke-Audiens Komunikasi organisasi-ke-publik umumnya informatif dan dilakukan dengan cara yang membuat audiens merasa terlibat. Kegiatan ini sangat penting untuk memecahkan masalah ketika terjadi masalah yang tidak terduga.

- b. Komunikasi Audiens-ke-Organisasi Komunikasi audiens-ke-organisasi adalah umpan balik sebagai hasil dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi. Kami berbicara tentang opini publik ketika informasi yang disebarluaskan ke massa menghasilkan efek kontroversial (menciptakan pro dan kontra di antara massa). Pendapat ini sering merugikan organisasi. Jadi, harus berusaha untuk memperbaikinya dengan cepat dalam arti kata yang sebenarnya tanpa menimbulkan masalah.

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk menyediakan informasi baik secara eksternal maupun internal, menggunakan umpan balik pengalaman dalam kerangka proses pengendalian manajemen, untuk mendapatkan pengaruh, untuk memecahkan masalah, untuk membuat keputusan, memungkinkan perubahan yang akan dibuat. dilaksanakan, untuk memudahkan pembentukan kelompok kerja dan dapat digunakan untuk memelihara hubungan dengan pihak di luar organisasi.

Menurut Parikh (1996:97) Komunikasi organisasi memiliki beberapa tujuan.

1. Tujuan utama dari distribusi, atau komunikasi, adalah untuk mengirimkan informasi dari sumber ke individu atau kelompok alamat komunikasi.
2. Umpan Balik: Dalam sebuah organisasi, para anggota harus diberikan umpan balik atas kinerja mereka. Komunikasi umpan balik membantu perusahaan untuk mengambil tindakan korektif dan korektif yang diperlukan dan memotivasi setiap anggota.

3. Kontrol, khususnya sistem informasi manajemen yang dikenal dengan mekanisme kontrol. Informasi disediakan untuk memastikan bahwa rencana tersebut dilaksanakan seperti yang dibayangkan semula.
4. Pengaruh adalah informasi adalah kekuatan. Jadi tujuan komunikasi adalah untuk mempengaruhi orang.
5. Pemecahan masalah, bahwa dalam banyak hal komunikasi adalah pemecahan masalah.
6. Pengambilan keputusan, khususnya untuk sampai pada suatu keputusan, memerlukan beberapa bentuk komunikasi, misalnya pertukaran informasi, pendapat, alternatif yang tersedia, tentang kondisi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari setiap alternatif, dll.
7. Fasilitasi perubahan, yaitu efektivitas perubahan dalam organisasi sangat tergantung pada kejelasan dan spontanitas komunikasi.
8. *Team building*, yaitu komunikasi membantu membangun hubungan.
9. Menjaga pintu, ketahuilah bahwa komunikasi membantu membangun hubungan organisasi dengan dunia luar.

2.1.10 Teori Komunikasi Organisasi

1. Teori klasik struktural

Teori sudah dikembangkan dari abad ke-19 sudah dapat disebut sebagai teori mekanik. Penjelasan teori ini sudah dapat dijelaskan dan digambarkan sebagai sebuah lembaga yang fokus pada tugasnya dan menghasilkan spesifikasi struktural yang kaku, monoton, dan tidak inovatif.

Teori ini memiliki empat syarat utama: kekuasaan, pelayanan timbal balik, doktrin, dan disiplin.

2. Teori neoklasik atau hubungan manusia

Teori ini dikemukakan oleh Elton Mayo dan muncul dari ketidakpuasan terhadap teori klasik atau teori mesin. Teori neoklasik berkaitan dengan pentingnya aspek psikologis dan sosial karyawan sebagai individu atau kelompok kerja.

Teori ini "diterjemahkan" oleh eksperimen Elton di pabrik Hawthorne yang dilakukan pada tahun 1924. Hasil eksperimen tersebut menyimpulkan bahwa perlu memperhitungkan upah insentif dan kondisi kerja karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja.

3. Teori fusi

Teori ini dikemukakan oleh Bakke dan pada tahun 1957 Argyris menyempurnakan pendapat Bakke. Teori asosiasi berakar pada persepsi Bakke tahun 1950-an tentang kepuasan berbagai kepentingan manusia dalam birokrasi atau organisasi. Dikutipkan ia berpendapat menurutnya organisasi sampai batas tertentu akan mempengaruhi individu. Sedangkan untuk waktu yang sama, individu yang mempunyai pengaruh terhadap organisasi disebut oleh organisasi.

Karena fenomena ini, individu menunjukkan karakteristik organisasi atau penciptaan organisasi. Setiap posisi yang diduduki oleh seorang anggota adalah unik dan karakteristik dari setiap organisasi dan bisa

disesuaikan sesuai dengan modifikasi minat dan bakat tertentu dari anggota atau prorangan.

4. Teori peniti penyambung (*The Linking Pin Model*)

Renis Likert, dalam teorinya menjelaskan struktur organisasi yang melibatkan banyak kelompok. Mengenai teori ini, Likert berpendapat bahwa ada supervisor, anggota dari dua kelompok, kepala unit bawahan dan kepala unit atasan. Supervisor Likert disebutkan memiliki fungsi komunikasi atau personal untuk menghubungkan kelompok kerja ke tahap atau level berikutnya.

Proses kelompok dianggap penting dalam teori yang dikembangkan oleh Likert. Hal ini dikarenakan suatu kelompok itu harus memiliki seorang supervisor atau penghubung bagi setiap anggota kelompok dan kelompok itu sendiri agar efektif.

5. Teori sistem sosial

Menyatakan bahwa jalinan antara orang-orang kemungkinan untuk suatu organisasi bisa hidup lebih lama dari orang-orang jika di dalamnya. Kelompok itu masih ada dan hanya anggotanya yang digantikan oleh anggota baru. Katz dan Khan juga menjelaskan bahwa hubungan antara orang-orang dalam suatu organisasi dianggap lebih penting daripada hubungan antara posisi formal tertentu.

5. Teori public relations

Seperti yang dikatakan Ron Ludlow, komunikasi organisasi adalah studi tentang teori PR. Teori ini menyatakan bahwa upaya yang dilakukan oleh suatu organisasi secara holistik atau menyeluruh secara terencana dan berkelanjutan. Upaya tersebut dilakukan untuk membangun dan memelihara hubungan persahabatan yang saling pengertian antara organisasi dan kelompok sasarannya. Selain Ron Ludlow, teori ini juga didukung oleh Jeffkins.

6. Teori kepemimpinan

Teori ini berpandangan bahwa pemimpin suatu organisasi atau kelompok adalah orang yang penting dalam membantu para anggotanya memenuhi kebutuhan mereka dan mencapai tujuan kelompok atau organisasi secara bersama-sama. Hersey merumuskan empat tugas kepemimpinan: (a) *telling*, memberikan informasi, (b) *selling*, memberikan instruksi, (c) *participating*, dapat berpartisipasi dan membangun kemitraan yang baik, (d) *delegating*, mampu membuat keputusan.

2.1.11 Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi pada dasarnya adalah suatu perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan ini. Strategi yang tidak berhasil adalah peta jalan yang hanya memberikan arahan, tetapi menunjukkan cara kerja taktiknya. Membangun strategi komunikasi adalah seni, bukan ilmu, dan ada banyak pendekatan berbeda untuk menyelesaikan tugas ini. Seperti halnya strategi apapun, strategi

harus didukung oleh teori, karena teori adalah pengetahuan empiris yang telah teruji kebenarannya.

Strategi sebagai model yang mendasari tujuan yang direncanakan dan berkelanjutan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar (publik), pesaing, dan faktor lingkungan. Agar strategi mudah dipahami, perlu dijelaskan beberapa istilah yang identik dengan strategi, antara lain metode dan taktik.

a) Peran Public Relations dalam komunikasi organisasi

Organisasi saat ini mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan kepribadian publik internal dan eksternal yang semakin beragam memerlukan perlakuan khusus dalam berkomunikasi dengan mereka. Kegiatan komunikasi organisasi merupakan kegiatan komunikasi strategis yang harus dilakukan oleh suatu organisasi. Komunikasi ini mencakup manajemen sebagai pengambil keputusan utama dalam organisasi. Melalui Humas, kegiatan komunikasi strategis suatu organisasi dapat berjalan. Humas harus mendapat dukungan penuh dari manajemen untuk menjalankan tugasnya..

2.1.12 Pengertian Komunitas

Komunitas adalah kelompok sosial dari organisme yang beragam dengan lingkungan yang beragam, pada dasarnya berbagi habitat yang sama dan memiliki minat atau hobi yang sama. Dalam sebuah komunitas, individu yang menciptakannya memiliki keyakinan, kebutuhan risiko,

sumber daya, niat, preferensi, dan hal serupa atau serupa lainnya. Menurut Muzafer Sherif dalam bukunya *Dynamics of Groups* (2009:36), kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua individu atau lebih yang telah melakukan interaksi sosial yang cukup intensif dan sering, oleh karena itu terdapat pembagian tugas antar individu, struktur dan standar tertentu.

Komunitas juga merupakan sistem sosial yang melingkupi berbagai struktur sosial yang tidak terlembagakan dalam bentuk kelompok atau organisasi, dan melalui perwujudannya melalui kerjasama struktural, masyarakat merupakan fungsi yang dilakukan oleh lembaga sosial yang lebih besar.

Sebuah komunitas adalah bagian kecil dari sebuah wadah yang disebut organisasi, kita dapat mengkategorikan komunitas itu yang tak jauh berbeda dengan organisasi di mana kebebasan dan HAM dalam kehidupan sosial dibagikan, menghubungkan, berkumpul kembali, dan mengungkapkan pendapat. Berdasarkan UU Republik Indonesia No. 17 (2013) tentang "Organisasi Kemasyarakatan", ditetapkan:

Organisasi dibuat dan dibentuk secara sukarela oleh masyarakat berdasarkan aspirasi, keinginan, kebutuhan, kepentingan bersama, kegiatan, dan tujuan mereka untuk berpartisipasi dalam pembangunan untuk mencapai tujuan suatu bangsa. Republik Indonesia..

Adapun ciri-ciri komunitas menurut Muzafer Sherif dan George Simmel (2009:37) sebagai berikut :

1. Adanya dorongan/motivasi yang sama dalam diri setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial satu sama lain dan diarahkan pada tujuan bersama.
2. Interaksi sosial antar individu memiliki reaksi dan kemampuan yang berbeda satu sama lain.
3. Ada pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang berbeda, peran dan posisi yang secara otomatis berkembang untuk mencapai tujuan bersama.
4. Memiliki pengesahan dan pengesahan terhadap Kode Etik Anggota Grup yang mengatur interaksi dan aktivitas Anggota Grup untuk mencapai tujuan Grup.

2.2 Tinjauan Empirik

Adapun beberapa jurnal-jurnal awa; sebagai bahan referensi penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik

No.	Judul Penelitian	Nama Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Strategi komunikasi untuk memberdayakan anak jalanan (Penelitian	Yovita Rafu (2019)	Penelitian ini menggunakan peneltian deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi hal yang paling terbaik dalam menyampaikan pesan,

	Deskriptif Kualitatif Melalui Program Kegiatan Belajar Mengajar Di Rumah Singgah Anak Mandiri (Yogyakarta)			pesan akan berhasil jika terjadi <i>feedback</i> . Maka dibutuhkan strategi komunikasi dalam penyusunan perencanaan tidak menjamin suatu keberhasilan namun memberi peluang atau sebagai petunjuk untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.
2.	Peran Komunitas Save Street Child dalam Meningkatkan Kemandirian Anak Jalanan di Malioboro Yogyakarta.	Cika Fauziyah (2015)	Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan penggambaran dan menguraikan data secara sistematis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran Komunitas Save Street Child dalam mendorong kemandirian anak jalanan di Yogyakarta meliputi peran pendampingan, pendidikan, keterwakilan, dan teknis. ditampilkan.
3.	Peran Komunitas Anak Jalanan Dalam Mengembangkan Modal Budaya Literasi Melalui Praktik Reproduksi Kultural	Daffa Gantara (2018)	Deskriptif Kualitatif	Sebagai hasil dari penelitian ini, komunitas Nata Aruna menggunakan praktik sosial untuk mengembangkan literasi anak jalanan, dan berdasarkan kemampuan anak dalam memahami materi literasi yang diberikan, mereka membaginya

				menjadi tiga kategori: kelas bawah, menengah, dan atas. Saya menemukan bahwa mereka dibagi menjadi beberapa kelompok..
4.	Pemberdayaan Anak Jalanan di Rumah Singgah Girlan Nusantara Wilayah Prambanan Sleman	Nur Fitriyani (2016)	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Program pemberdayaan anak jalanan yang dijalankan oleh Rumah Singgah Girlan Nusantara meliputi pendidikan seperti Pkbm dan beasiswa, pelatihan profesi melalui pelatihan keterampilan, bidang kesehatan, advokasi termasuk nasihat hukum, perkawinan dan adopsi, dan akses anak jalanan. Ini termasuk menyediakan pendanaan bisnis.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah cara berpikir peneliti yang memberikan latar belakang penelitian dan terkait dengan kerangka teori yang disajikan.

Kerangka kerja berikut telah dibuat.

**Komunitas Peduli Anak Jalanan
(KPAJ)**



2.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pernyataan yang menerangkan tentang definisi, dengan kata-kata yang menggambarkan alur penelitian yang dapat diamati dan diuji serta ditentukan kebenarannya untuk memperjelas variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini akan memudahkan peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya karena tersusun dengan baik.

Beberapa definisi operasional yaitu:

1. Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) adalah sebuah organisasi atau kelompok yang dimana komunitas ini sangat peduli terhadap kehidupan sosial lingkungannya yang berfokus terhadap anak jalanan.

2. Strategi Komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi sebagai unsur komunikasi seperti saluran komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami.
3. Perencanaan merupakan hal pertama yang dilakukan pada kegiatan penetapan dari berbagai hasil akhir yang ingin dicapai organisasi. Perencanaan komunitas Peduli Anak Jalanan dalam menyusun strategi komunikasi pada pembangunan rumah belajar. Langkah-langkah yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu.
4. Pelaksanaan pembangunan rumah belajar Komunitas Peduli Anak Jalanan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan atau tidak sesuai dengan perencanaan.
5. Faktor pendukung diartikan dalam sebuah penelitian ialah hal-hal apa saja yang membuat strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program rumah belajar terlaksana dengan baik.
6. Faktor penghambat diartikan dalam penelitian ini ialah mendeskripsikan hal-hal apa saja yang menjadi penghambat strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye rumah belajar serta kendala apa yang didapatkan.
7. Rencana Rekomendasi strategi komunikasi Program Pembangunan Rumah Belajar Anak Jalanan selanjutnya yang akan dilakukan berikutnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif berdasarkan Bongdan and Taylor dalam Meleong (2007:3) Metode kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa dan perilaku lisan dan tulisan subjek yang diamati.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif atau metode kualitatif digunakan untuk mengumpulkan berbagai informasi tentang keadaan nyata yang sekarang terjadi. Penggunaan metode ini dikarenakan dan didasari oleh data yang dihasilkan merupakan data deskriptif yang ditangkap dalam bentuk artikel, rekaman suara, dan dokumen. Semua informasi ini diperoleh dari peserta survei dan informan seperti. Strategi komunikasi KPAJ Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar Anak Jalanan.

Penulisan disini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan dan mendeskripsikan data yang diperoleh sesuai dengan masalah yang diteliti dan untuk menarik kesimpulan dari peneliti. Peneliti juga menggunakan atau melengkapi interpretasi sendiri.

Di sisi lain, menurut Ardial, H (2015:249), pendekatan kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang secara metodologis didasarkan untuk mempelajari fenomena sosial dan masalah manusia.

Karakteristik atau langkah-langkah penelitian kualitatif menurut Ardial, H (2015: 252) sebagai berikut:

- a. Gunakan perspektif emik. Dalam halnya, peneliti mengumpulkan data dari responden dalam bentuk cerita rinci serta menyajikannya dengan cara yang sesuai dengan bahasa dan perspektif responden. Mengembangkan, membuat dan menemukan konsep dan teori.
- b. Penelitian kualitatif diawali dengan penggalan data berupa cerita rinci atau orisinal dari pendapat responden, yang kemudian diinterpretasikan oleh responden dan peneliti untuk menciptakan konsep yang dihasilkan.
- c. Dengan atau tanpa hipotesis. Dalam hal ini, Anda dapat menemukan hipotesis di tengah ekstraksi data dan mengumpulkan lebih banyak data untuk membuktikannya.
- d. dalam penelitian kualitatif, preferensi diberikan pada penggunaan wawancara dan observasi.
- e. Kecenderungan untuk bertanya dan mempelajari makna di suatu cerita rinci narasumber dan konteks sosial (dari sudut pandang konseptual)
- f. Penelitian kualitatif terhadap jumlah narasumber atau informan berdasarkan pada proses pencapaian kualitas informasi.
- g. Proses induktif. Dengan kata lain, prosesnya dimulai dengan mengambil data rinci (kisah hidup responden, kisah hidup, gaya hidup, hubungan dengan poin atau pertanyaan penelitian), dan

tanpa interpretasi serta evaluasi, mengkategorikan, abstrak, dan mencari tema dan konsep. Atau teori sebagai wawasan.

- h. Data kualitatif ditampilkan dalam wujud suatu cerita rinci menurut *language* dan pandangan informan .
- i. Penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dari awal menempatkan, mengumpulkan, mereduksi, mengelompokkan, dan lain-lain data dengan cara menyimpulkan atau menyimpan informasi sampai akhirnya memberikan interpretasi.
- j. Penelitian kualitatif menyediakan alat bantu seperti peneliti itulah sendiri. Sebagai peneliti, dapat disesuaikan dengan informan dan aktivitas mereka. Hal ini dibutuhkan agar informan lebih terbuka sebagai sumber data.
- k. Berkenaan dengan kesimpulan dalam penelitian deskriptif kualitatif, interpretasi data oleh peneliti lewat validasi dan persetujuan dengan subyek penelitian.

Adapun penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik menurut Moleong (2005: 8-11) sebagai berikut:

- a. Menggunakan model pemikiran induktif (empiris – rasional atau *bottom-up*). Penelitian ini menghasilkan sebuah teori, dan teori yang dihasilkan berupa teori dasar. Metode kualitatif sering digunakan untuk membuat teori rasional, yaitu teori yang berasal dari data dan bukan dari asumsi seperti dalam metode kuantitatif.
- b. Perspektif partisipan dihargai Perspektif partisipan dihargai dan diutamakan. Ketertarikan peneliti terfokus pada bagaimana persepsi

dan makna muncul dari perspektif subjek penelitian sehingga apa yang disebut fakta fenomenologis dapat ditemukan.

- c. Penelitian kualitatif tidak menggunakan desain penelitian standar. Desain penelitian berkembang selama proses penelitian
- d. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif untuk memahami arti di balik data guna mendapatkan kebenarannya. Entah itu kebenaran empiris, eksperimen masuk akal, atau eksperimen logis.
- e. Topik yang diteliti, informasi yang dikumpulkan, sumber data yang diperlukan, dan alat pengumpulan data dapat bervariasi sesuai kebutuhan.
- f. Pengepulan data didasarkan pada prinsip fenomenologis. Artinya, melalui kajian yang mendetail terhadap indikasi dan pertanda yang terjadi.
- g. Peneliti juga berperan sebagai cara pengumpulan informasi, dan keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari subjek penelitian. Analisis data dapat dilakukan selama penelitian berlangsung dan berkesinambungan.
- h. Hasil penelitian temuan berupa deskripsi dan interpretasi dalam konteks waktu dan keadaan tertentu

Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa peneliti kualitatif berusaha untuk sepenuhnya menjelaskan gejala dalam konteks lapangan dengan bertindak sebagai alat penting dan mengumpulkan data dari lingkungan alam. Jenis penelitian ini semakin deskriptif dan menggunakan penalaran

induktif (data umum untuk kesimpulan umum atau khusus untuk data lapangan).

Penggunaan teori yang relevan sebagai data kualitatif menghasilkan deskripsi berkualitas tinggi dengan makna yang mendalam. Dalam studi ini, kami mempertimbangkan proses dan pentingnya dari sudut pandang subjek. Oleh sebab itu, petunjuk penelitian kualitatif dihasilkan dalam wujud narasi yang kreatif, inovatif, dan terperinci yang menjadi ciri masalah.

Alasan dipilihnya metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini, agar peneliti dapat mengamati secara langsung dan berusaha berinteraksi memahami bagaimana Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Makassar Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar. Penelitian kualitatif ini juga menuntut peneliti untuk turun langsung kelapangan, hal ini bertujuan agar peneliti mengetahui lebih dalam tentang masalah yang sedang peneliti teliti.

3.2 Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti disini berdasarkan proses wawancara, observasi dilapangan dan melakukan dokumentasi, maka peneliti terlibat penuh dalam kegiatan informan kunci dan sumber informasi penelitian yang menjadi subyek penelitian. Peran peneliti disini menjadi pengamat penuh baik pada saat proses observasi dan wawancara berlangsung bersama pihak dari Komunitas Peduli Anak Jalanan yang sudah ditetapkan sebagai informan peneliti, guna mendapatkan hasil dan data yang valid.

3.3 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian sebagai berikut:

1. Kota Makassar di sekretariat Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Makassar yang beralamatkan Jl. Sultan Alauddin 2, Makassar.
2. Rumah belajar area binaan Manggala yang beralamatkan Jl. Inpeksi Kanal II, Bangkala, Kecamatan Manggala, Kota Makassar.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang didapatkan berasal dari informan yang layak dalam pemberian kelengkapan data dan informasi mengenai penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti. Kegiatan-kegiatan Komunitas Peduli Anak Jalanan, murni dibawah tanggung jawab ketua umum (Yudha Prawira Hasta), anggota-anggota dari KPAJ dan masyarakat sekitar.

Tabel 3.1 Daftar Informan

NO	Informan Utama
1	Ketua Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan Yudha Prawira Hasta, S.I.Kom., M.I.Kom
2	Wakil Ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan Aldi Dewa
3	Humas Komunitas Peduli Anak Jalanan Farah Dzahiraj Whalyani

1. Ketua Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan sebagai pemegang penentuan segala urusan Komunitas Peduli Anak Jalanan serta

menentukan perencanaan dan memutuskan apa saja perencanaan program kedepannya.

2. Wakil ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan sebagai pihak yang bertanggung jawab secara langsung dan terlibat langsung dalam pelaksanaan program pembangunan rumah belajar yang dilakukan Komunitas Pedul Anak Jalanan.
3. Hubungan masyarakat (Humas) Komunitas Peduli Anak Jalanan merupakan pihak yang bertanggung jawab atas data dan menjalin komunikasi ke masyarakat terkait program pembangunan rumah belajar yang dilakukan Komunitas Peduli Anak Jalanan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data berdasarkan sumber yaitu:

- a. Data Primer, peneliti mengumpulkan serta mencari data konkrit dengan melakukan *interview* (wawancara) dalam hal bertatap muka *face to face* secara *live* dengan informan agar bisa mendapatkan data yang lengkap. Peneliti juga melakukan observasi lapangan untuk melakukan pengamatan terhadap pembangunan rumah belajar KPAJ. Terakhir, peneliti juga melakukan dokumentas foto-foto yang menyangkut dengan penelitian.
- b. Data Sekunder, dari kajian data diperoleh melalui pustakawan yang berupa jurnal, aertike, buku-buku serta jaringan situs *online*

yang menjadi bahan penelitian penelitian serta memiliki relevansi dengan apa yang dituju oleh peneliti.

3.6 Teknik Analisis data

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan teknik pengolahan data dan analisis yang dilakukan secara bersamaan dalam proses penelitian menggunakan metode analisis model Miles dan Huberman (1984).

Untuk menyajikan data secara komprehensif, prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif Miles dan Huberman, yang membagi prosedur kegiatan analisis data menjadi beberapa bagian: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*) penyajian data (*data display*), dan penarikan atau validasi kesimpulan (*conclusion*).

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model tahap pertama, data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan berbagai dokumen dibuat berlandaskan klasifikasi sesuai dengan pertanyaan penelitian, dan pencarian data lebih lanjut dilakukan untuk menyempurnakan data.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu wujud analisis yang memperjelas, pendataan, memandu, membuang, dan mengatur data sehingga dapat ditarik kesimpulan yang jelas dan divalidasi (Miles dan

Huberman, 2007:16). Menurut Mantja (Harsono, 2008:169), reduksi data akan selalu dilakukan selama penelitian berlangsung. Hasil reduksi data berbentuk catatan pengantar dan ringkasan, catatan lapangan, catatan pengantar, ekstensi, dan tambahan.

3. Penyajian Data

Metode ini adalah kumpulan informasi yang terstruktur yang mengharuskan ditariknya kesimpulan dari observasi. Penyampaian data bertujuan untuk mendapatkan pola yang bermakna dan memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan menyarankan tindakan (Miles dan Huberman, 2007: 84). Menurut Sutopo (dalam Harsono, 2008:169) disebutkan bahwa penyajian data dalam bentuk narasi berupa kalimat, gambar/diagram, jaringan kerja dan tabel sebagai bentuk narasinya.

4. Penarikan Kesimpulan

Menarik kesimpulan adalah bagian dari operasi wujud yang utuh (Miles dan Huberman, 2007:18). Kesimpulan juga buktikan selama penelitian. Kesimpulan ditarik saat peneliti menyusun catatan, pola, pernyataan, konfigurasi, arah sebab-akibat, dan proposisi yang berbeda (Harsono, 2008:169).

Adapun panduan yang dijadikan dalam proses analisis data, dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, pencatatan dokumen, survey lapangan secara lengkap. Catatan lapangan ini mencakup deskripsi dan refleksi.

2. Berdasarkan catatan lapangan, dilakukan reduksi data. Reduksi data ini dalam bentuk penemuan-penemuan penting.
3. Dari reduksi data dilanjutkan dengan penyusunan penyajian data berupa cerita yang sistematis dengan modifikasi oleh peneliti agar lebih jelas maknanya untuk dipahami. Penyajian data ini dilengkapi dengan unsur-unsur pendukung, antara lain metode, diagram, grafik, tabel, dan lainnya.
4. Berdasarkan sajian data tersebut, kemudian dirumuskan kesimpulan sementara.
5. Kesimpulan sementara akan selalu dikembangkan lebih lanjut berdasarkan penemuan data baru dan wawasan baru, agar dapat menarik kesimpulan yang tegas dan benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Demikian seterusnya, kegiatan penelitian ini berlangsung, yaitu terjadi interaksi yang berkesinambungan antara ketiga komponen analisis serta pengumpulan data yang baru dirasakan untuk menghasilkan data yang lengkap sehingga dapat ditarik kesimpulan.
6. Saat merumuskan kesimpulan akhir, untuk menghindari faktor subjektif, cobalah untuk:
 - a. Data kualitatif yang lengkap.
 - b. Kembangkan “relevansi” melalui diskusi dengan orang lain.

3.7 Pengecekan Validasi Temuan

Validitas menunjukkan seberapa jauh alat pengukur itu untuk mengukur apa yang sedang diukur. Penelitian kualitatif deskriptif ini

memungkinkan temuan dan data untuk diverifikasi jika tidak ada perbedaan antara apa yang dilaporkan oleh peneliti dan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek yang dituju, Tetapi kebenarannya sesuai dengan kenyataan data. Penelitian kualitatif bersifat jamak, bukan tunggal, dan dirancang. Manusia terbentuk sebagai hasil dari proses mental setiap individu dengan latar belakang yang berbeda-beda. Peneliti memfokuskan penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi adalah upaya untuk menghasilkan bukti empiris untuk meningkatkan pemahaman tentang fakta yang diteliti. Triangulasi juga diartikan sebagai teknik validasi data dengan menggunakan sumber lain (Moleong, 2012: 33). Triangulasi metode diperlukan pada tahap analisis data, terutama ketika peneliti ingin memunculkan konsep-konsep ilmiah yang mengarah pada kesimpulan.

Analisis data dengan triangulasi data akan digunakan untuk membandingkan dan menggabungkan data dari hasil wawancara yang akan dilakukan dan hasil observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dalam praktek langsung. Dalam kasus ini, peneliti harus menyesuaikan dengan pemberi data, sehingga data atau informasi yang diperoleh dapat digunakan dalam penulisan hasil penelitian yang sesuai dengan apa yang dimaksud atau yang diberikan informan.

3.8 Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Penelitian

1) Penyusunan rancangan penelitian

- 2) Konsultasi penelitian
 - 3) Memilih perencanaan lokasi penelitian
 - 4) Mengurus perizinan penelitian
 - 5) Melakukan penelitian awal
 - 6) Ujian seminar proposal penelitian
2. Tahap penelitian selanjutnya
 - 1) Memahami latar belakang penelitian
 - 2) Mulai memasuki lapangan lokasi penelitian, lalu
 - 3) Mengumpulkan data atau informasi yang terkait fokus penelitian
 - 4) Wawancara, observasi dan dokumentasi
3. Tahap menganalisis data
 - 1) Pengumpulan data
 - 2) Reduksi data
 - 3) Penyajian data
 - 4) Menarik kesimpulan
4. Tahap akhir penulisan laporan
 - 1) Menyusun hasil penelitian
 - 2) Konsultasi kepada pembimbing
 - 3) Revisi perbaikan dari pembimbing
 - 4) Mengurus syarat-syarat untuk ujian
 - 5) Ujian skripsi/hasil

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ)



Gambar 4.1 Logo KPAJ Makassar

(Sumber: <https://kpajmakassar.wordpress.com/>)

4.1.1 Profil Singkat Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ)

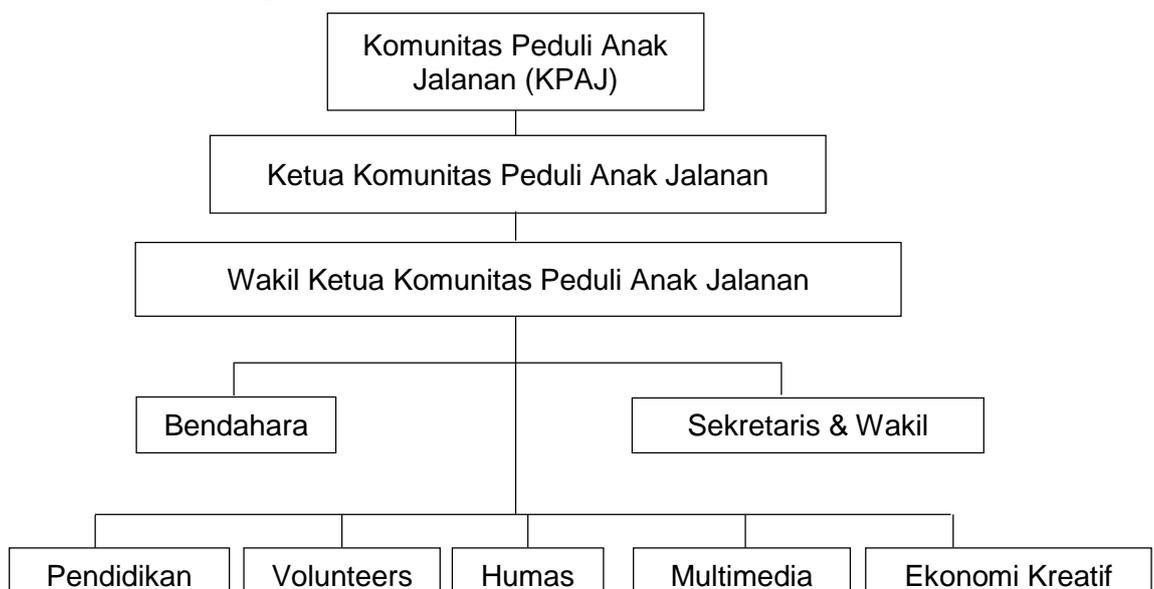
Komunitas Peduli Anak Jalanan atau yang disingkat juga dengan KPAJ. Komunitas Peduli Anak Jalanan ini yang berlokasi di kota Makassar Sulawesi Selatan yang berdiri pada tanggal 29 Juli 2012. Komunitas Peduli Anak Jalanan saat ini beranggotakan 47 anggota dan 215 volunteer (fluktuatif), yang mayoritas adalah mahasiswa dari berbagai latar belakang akademik atau perguruan tinggi yang berbeda, ada ASN, dosen dan profesional muda. Mereka terikat oleh satu pengikat yang tidak bisa terputuskan, yang merupakan kepedulian mereka terhadap anak-anak jalanan. Dari data yang diperoleh Jumlah keseluruhan anak jalanan yang dinaungi oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan adalah 142 anak binaan, dan terdiri dari 6 area binaan seperti di area binaan Manggala, area binaan Adiyaksa, area binaan BTP, area binaan Telkomas, area binaan Kerung-kerung dan area binaan Unhas.

4.1.2 Visi & Misi

Visi dari KPAJ ini adalah mengangkat harkat dan martabat anak jalanan menjadi generasi anak yang berkeadilan, berkemanusiaan, dan berakhlakul karimah menuju Indonesia cerdas tanpa kekerasan dan diskriminasi. Adapun Misi dari KPAJ ialah:

1. Peningkatan kapasitas SDM berbasis akademik dan non akademik.
2. Melakukan riset sosial pendidikan anak jalanan.
3. Memberikan pendampingan agama dan membina moral anak jalanan.
4. Memberikan pendidikan umum, membina minat dan bakat anak jalanan.
5. Menyediakan sarana pendidikan formal dan nonformal.
6. Pendampingan dan pengembangan ekonomi kreatif pada keluarga anak jalanan.
7. Mendorong aktualisasi penanganan persoalan anak jalanan.
8. Melakukan jejaring kemitraan.

4.1.3 Struktur Organisasi Komunitas Peduli Anak Jalanan



Tabel 4.1 Struktur Organisasi

(Sumber: Dokumentasi Komunitas Peduli Anak Jalanan)

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas dan menguraikan hasil penelitian dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya akan diuraikan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar.

Disetiap organisasi atau komunitas dimanapun yang menjalankan suatu program atau proses yang melibatkan masyarakat atau penduduk sekitar untuk dapat mencapai tujuan tersebut itu secara efisien dan efektif diperlukan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan di Komunitas Peduli Anak Jalanan, dengan melakukan wawancara terhadap ketiga informan secara mendalam yang terdiri dari Ketua, wakil ketua, dan humas komunitas peduli anak jalanan. Informan dalam hal ini sesuai dengan keadaan berlangsungnya proses strategi komunikasi komunitas peduli anak jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar.

4.2.1 Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar.

Dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan penelitian ini terhadap bagaimana strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar. Dari rekapan data dari Komunitas Peduli Anak Jalanan jumlah anak jalanan yang dinaungi

komunitas ini berjumlah 142 orang dengan 6 lokasi rumah belajar (arean binaan).

NO	Rumah Belajar (Area Binaan)	Jumlah Anak Jalanan (2021)
1.	Adiyaksa	27 Orang
2.	BTP	13 Orang
3.	Kerung-kerung	21 Orang (fulktuatif)
4.	Manggala	44 Orang
5.	Unhas	15 Orang (fulktuatif)
6.	Telkomas	24 Orang
		Total: 142 anak jalanan

Tabel: 4.2 Jumlah rumah belajar dan anak jalanan yang dinaungi KPAJ
(Sumber: *Data Resmi Komunitas Peduli Anak Jalanan*)

Program pembangunan rumah belajar yang dilaksanakan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan ini bertujuan untuk mengurangi anak jalanan untuk turun kejalan. Berdasarkan hasil wawancara Humas dari KPAJ pada tanggal 28 September Farah Dzahiraj mengatakan bahwa:

“Program pembangunan rumah belajar yang kami lakukan di Komunitas Peduli Anak Jalanan adalah serangkaian usaha untuk mengurangi anak jalanan yang sebisa mungkin jangan turun dijalan untuk mengemis atau meminta-minta karena tempat mereka bukan disitu”

Tujuan lainnya, ketua Yudha Prawira Hasta menambahkan bahwa:

“dengan adanya rumah belajar ini kita bebas meminimalisir anak jalanan berada dijalanan, serta mengurangi angka anak jalanan berada dijalanan. Dan bagaimana anak-anak jalanan ini nantinya? Kita sediakan wadah untuk belajar mengenal dunia pendidikan agar nantinya anak-anak nantinya bisa bergerak untuk melanjutkan pendidikannya dan bisa mandiri nantinya. Dan itu adalah hal yang bagus dengan adanya rumah belajar ini, anak-anak bisa melihat masa depannya bahwa pendidikan itu penting dan dijalanan tidak baik untuk

mereka apalagi masih kecil. Pendidikan sangat penting untuk mereka, seperti itu”.

Adapun strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar, peneliti akan memaparkan strategi komunikasinya berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dianggap layak untuk memberikan informasi yang jelas, seperti berikut:

1. Perencanaan

1) Pengenalan Khalayak

Salah satu upaya meningkatkan strategi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar yaitu pengenalan khalayak.

Membangun hubungan yang baik merupakan tugas penting dalam sebuah komunitas dalam menciptakan ataupun mempertahankan citra positif dan hubungan yang baik serta citra akan mampu terlihat atau terbentuk melalui strategi komunikasi yang tepat. Seperti yang disebutkan dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 28 September 2021, Humas KPAJ Farah Dzahiraj mengatakan bahwa:

“Strategi komunikasinya itu kita membangun hubungan yang baik serta menciptakan citra yang baik ke masyarakatnya, untuk menjaga itu kita selalu terbuka atau transparansi kepada orang-orang external maupun internal”.

Sedangkan menurut Wakil Ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan sebagai penanggung jawab dari program ini pada tanggal 30 September 2021, Aldi Dewa menambahkan bahwa:

“Strategi komunikasinya itu kita melakukan pendekatan kepada warga setempat agar dapat menerima kegiatan yang akan kita lakukan di lingkungan tempat tinggalnya, dan memberikan penjelasan yang mudah diterima dan dimengerti tentang program dari kami”

Sedangkan menurut hasil wawancara Ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan yang dilakukan pada tanggal 19 Oktober 2021, Yudha Prawira

Hasta mengatakan bahwa:

“strategi komunikasinya kita adalah bagaimana kita melakukan sebuah promosi yang efektif. Promosi yang efektif itu adalah bagaimana kita coba untuk naikin *brandawareness* sama kita coba untuk naikin tingkat kredibilitasnya, jadi kalau orang sudah kenal dan orang sudah percaya pasti orang akan memberikan kita amanah. Jadi 2 point ini sangat penting”

2) Penyusunan pesan

Dalam penyusunan pesan, Komunitas Peduli Anak Jalanan beradaptasi dan menyesuaikan dengan mampu membangkitkan perhatian khalayak. Seperti yang dikatakan oleh Farah Dzahiraj selaku Humas Komunitas Peduli Anak Jalanan.

“kita biasa melakukan mediasi kepada warga atau masyarakat sekitar pembangunan rumah belajar, mungkin awalnya kita dianggap negatif datang tiba tiba, mungkin juga mereka kaget. Tapi alhamdulillahnya ada juga warga yang open minded seperti RTnya kalau tujuan kita itu baik dan positif. Bahkan dia menawarkan untuk mencarikan tempat dimana rumah belajar mau dibangun, gitu. Jadi itu kita betul-betul melakukan meditasi dan mediasi ini kepada warganya secara baik-baik, kita jelaskan bagaimana-bagaimananya kita betul-betul buat dikasih mengerti, begitu. Kemarin prosesnya lumayan panjang, sampai kita Alhamdulillah akhirnya diterima”.

3) Penggunaan media

Memberikan informasi kepada khalayak. Farah Dzahiraj mengatakan bahwa;

“kita KPAJ juga melakukan banyak terobosan dengan penyabar luasan informasi melalui media, agar masyarakat mengetahui aktivitas –aktivitas yang dilakukan kpaj mulai dari bentuk foto, video, poster yang kita bagikan, serta kegiatan –kegiatan lainnya, nah itulah tugas kita dihumas kpaj.

4) Membangun Manajemen Organisasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dilapangan mengenai Komunitas Peduli Anak Jalanan. Seperti yang diutarakan penanggung jawab sekaligus ketua umum Komunitas Pedulii Anak Jalanan Makassar Yudha Prawira Hasta pada saat wawancara tanggal 19 Oktober 2021.

“Sebelum melakukan peningkatan eksternal, kita coba perbaiki manajemen cara memperbaikinya adalah kita mencoba dari bawah seperti mengumpulkan dan memperbaiki database adik-adik dari binaan kemudian database orangtua”

Ketua Yudha Prawira Hasta, menambahkan:

“Jadi, kalau misalnya ada donator yang mempercayakan kita, kita buka data yang dapat membuktikan bahwa kita memiliki database”.

Sedangkan menurut Wakil Ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan sebagai penanggung jawab dari program ini pada tanggal 30 September 2021, Aldi

Dewa menambahkan bahwa:

“Database sangat penting menjadi dokumentasi untuk kita para pengurus agar dapat membangun manajemen organisasi yang baik untuk meningkatkan kredibilitas organisasi”.

2. Pelaksanaan

1. Promosi langsung

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) melakukan promosi langsung. Dengan terjun langsung ke lapangan. Seperti yang diutarakan ketua umum kpaj, Yudha Prawira Hasta bahwa:

“Kita para pengurus memperat komunikasi dan hubungan yang baik sama masyarakat setempat agar mendapatkan feedback yang baik dengan melakukan proses pendekatan dengan menggerakkan beberapa pengurus untuk memperkenalkan KPAJ pada masyarakat.

Adapula menurut Humas KPAJ Farah Dzahiraj mengatakan bahwa:

“Kita sudah memiliki legalitas untuk memberdayakan anak-anak. Dengan memberikan pemahaman bahwa kehadiran KPAJ itu berarti, ada niat baik yang ingin kita lakukan untuk membuat anak-anak memahami tentang penpuidikan. Walaupun awalnya kita tidak terlalu diterima di beberapa area binaan tapi dengan strategi komunikasi pendekatan yang membangun hubungan yang baik sampai akhirnya kita sekarang diterima dengan baik di tengah masyarakat dengan citra yang baik di mata masyarakat.

2. Promosi tidak langsung

a. Penggunaan media sosial

Salah satu bentuk berhasilnya pelaksanaan strategi komunikasi adalah dengan memilih media yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Komunitas Peduli Anak Jalanan menggunakan banyak media, seperti yang dikemukakan oleh humas KPAJ Aldi Dewa menyatakan bahwa:

“sejauh ini kita terbantu dengan penggunaan media sosial dalam menyediakan informasi kepada masyarakat umum mulai dari gambar atau foto-foto kegiatan yang kita *upload*, konten audio visual serta bermacam-macam poster yang kita bagikan. Sehingga masyarakat dapat mengetahui segala aktivitas dan informasi yang telah kita sediakan.

Berdasarkan hasil wawancara dari tiga narasumber, mengenai strategi komunikasi KPAJ dalam kampanye program pembangunan rumah belajar peneliti menyimpulkan ada beberapa langkah-langkah yang dilakukakn yaitu pertama, melakukan pendekatan kepada masyarakat setempat agar menerima kegiatan yang akan dilakukan. Untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat Komunitas Peduli Anak Jalanan menggunakan pendekatan makro. Kedua, menciptakan citra yang baik dengan selalu terbuka dan transparan kepada pihak eksternal dan internal, melakukan promosi langsung dan tidak langsung, dan yang terakhir menaikkan *brandawarness* serta meningkatkan kredibilitas organisasi agar pihak eksternal mengenal percaya kepada Komunitas Peduli Anak Jalanan.

4.2.2 Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar.

Dalam berjalannya proses Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar pastinya dipengaruhi oleh beberapa faktor, hal itu akan berpengaruh terhadap keefektivitasan dari strategi komunikasi yang akan dilakukan, faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Faktor Pendukung

a. Media Sosial

Komunitas peduli anak jalanan menganggap berhasilnya strategi komunikasi dalam kampanye program pembangunan rumah belajar sangat terbantu dengan adanya sosial media (*instagram*) saat ini. Seperti yang disebutkan dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 28 September 2021, Humas KPAJ Farah Dzahiraj mengatakan bahwa:

“sejauh ini kita terbantu di media sosial (*instagram*), Alhamdulillah juga media sosial KPAJ sudah memiliki banyak pengikut (5.369 +- *followers*) , Alhamdulillah juga ketika kita membuat kampanye open donasi di media sosial banyak yang ikut, apalagi dibantu oleh kakak-kakak volunteer untuk mengshare di akun media sosialnya masing-masing, jadi informasinya itu cepat tersebar, sehingga sangat mendukung banyak donator-donatur kecil yang ikut berdonasi sekaligus menjadi pengikut baru di sosial media *instagram* KPAJ”.

b. Networking (hubungan dengan banyak orang)

Komunitas peduli anak jalanan juga menganggap berhasilnya strategi komunikasinya pada perencanaan pembangunan rumah belajar sangat terbantu dengan *networking* yang luas dengan menjalin hubungan dengan banyak relasi. Seperti yang disebutkan dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 30 September 2021, wakil ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan Aldi Dewa mengatakan bahwa:

“Karena di KPAJ kita itu bukan cuman mahasiswa saja yang ada bahkan seperti ketua KPAJ kan itu dosen dan bendahara KPAJ juga Kaprodi, dengan beberapa platform yang dia punya jadi *networking*nya luas. Jadi, kalau misalnya ada kegiatan atau program seperti ini lah perencanaan pembangunan rumah belajar adek-adek yang membutuhkan istilahnya orang dalam kita akan lebih mudah menghubungi relasi tersebut lewat beliau”

2. Faktor Penghambat

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam sebuah komunitas sumber daya manusia sangat dibutuhkan. Namun, dengan adanya sumber daya manusia tidak akan berjalan lancarnya sebuah kegiatan jika tidak memenuhi standar dan sesuai kriteria yang diinginkan Komunitas Peduli Anak Jalanan. Inilah menjadi faktor penghambat bagi kpaj, Seperti yang disebutkan dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 19 Oktober 2021, ketua Yudha Prawira Hasta mengatakan bahwa:

“Sumber daya manusianya kita adalah salah satu penghambat kita, karena sekali lagi yah kerelawanan kita itu tolak ukurnya susah seperti baiknya saya dan baiknya kita itu berbeda-beda yah niatnya juga berbeda-beda, maka dari itu kita coba perketat di *open recruitment* volunteernya kita, karena kita pengen *longlasting* dan prosesnya inikan berkelanjutan, kita mencoba di *open recruitmen* ini secara bagus, selektif dan teratur, sehingga SDM yang kita inginkan berkompeten dibidangnya masing-masing jadi tidak asal-asalan begitu”.

Setelah Komunitas Peduli Anak Jalanan melakukan segala strategi komunikasinya dari perencanaan, pelaksanaan yang dilakukan baik berhasil atau tidaknya strategi komunikasi tersebut, apa kampanye program yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan terkait Program Pembangunan Rumah Belajar Anak Jalanan?

Ketua Yudha Prawira Hasta mengatakan bahwa:

“kampanye KPAJ dalam strategi komunikasi kita itu akan melakukan usaha yang lebih maksimal kedepannya dalam program pembangunan rumah belajar ini dengan insyAllah menambah lebih banyak lagi rumah belajar untuk adek-adek anak jalanan di kota Makassar”.

Wakil ketua Aldi Dewa menambahkan bahwa:

“para pengurus KPAJ yang sekarang melakukan pembangunan rumah belajar lebih banyak lagi kedepannya untuk pembangunan rumah belajar anak jalanan yang ada di Makassar ini, hasilnya baik atau buruknya kita akan melakukan evaluasi dan perbaikan nantinya”.

Humas Farah Dzahiraj menambahkan bahwa:

“Rekomendasi kita kedepannya kami akan terus menambah area binaan lagi yang ada di Makassar, kita akan melakukan kampanye program rumah belajar bukan cuma di kota Makassar saja kita akan coba di kota lain yang ada anak jalannya seperti daerah kota Maros dan sekitarnya. Tentu dengan bantuan kakak-kakak dan para donator kita

4.3 Hasil Pembahasan Penelitian

4.3.1 Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar berhasil menyampaikan pesan-pesan yang baik kepada masyarakat sekitar dan mendapatkan kepercayaan dengan baik pula sehingga dapat menjalankan progres pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan.

Pada pembahasan ini, peneliti menguraikan data-data yang telah diperoleh dari hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah

belajar. Dari hasil observasi dan penjelasan yang didapatkan oleh peneliti, strategi komunikasi yang didapatkan di Komunitas Peduli Anak Jalanan terdiri dari beberapa komponen yaitu perencanaan dan pelaksanaan.

1. Perencanaan

Menurut Gregory dan Simmons dalam Venus (2018, 34) bahwa perencanaan merupakan awal dari penetapan kegiatan untuk hasil akhir dalam pencapaian oleh organisasi seperti strategi, program, kebijakan, dan anggaran yang diperlukan dalam mencapai tujuan. proses yang wajib dilakukan agar kegiatan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam perencanaan strategi komunikasi dalam kampanye program pembangunan rumah anak jalanan juga menerapkan hal tersebut, dari data yang ditemukan oleh peneliti melalui wawancara dan observasi. Komunitas Peduli Anak Jalanan melakukan kampanye pembangunan rumah belajar anak jalanan ini tiap tahun dan berjalan juga untuk tahun selanjutnya (2012-sekarang).

Perencanaan ini berdasarkan dari evaluasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan itu sendiri, bagi Komunitas Peduli Anak Jalanan perencanaan yang ditetapkan tidak hanya serta merta diterapkan karena memiliki prosedur sendiri dalam penentapannya. Hampir semua yang Komunitas Peduli Anak Jalanan rencanakan berjalan lancar dan dilaksanakan sampai rekomendasi akhir.

Berikut perencanaan dari strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan pada perencanaan pembangunan rumah belajar anak jalanan, dengan menjalankan beberapa langkah-langkah strategi komunikasi pada bab sebelumnya yang dikemukakan oleh Anwar Arifin (2004).

a) Pengenalan Khalayak

Hal pertama yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak jalanan dalam strategi komunikasinya ialah melakukan pengenalan khalayak. Pengenalan khalayak yang dimaksud disini adalah orang atau masyarakat daerah setempat (Kerung-Kerung Makassar) KPAJ yang menjadi sasaran dalam penyampain pesan (komunikas) yang dikirim oleh komunikator yaitu KPAJ. Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator (Cangara, 2008:26).

Hasil dari investigasi dari temuan fakta dilapangan Komunitas Peduli Anak Jalanan peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa pengenalan khalayak disini di maksud adalah merupakan salah satu cara di awal strategi komunikasi yang tepat yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan pada proses pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan dengan mendatangi langsung tempat atau lingkungan yang akan KPAJ ingin lakukan pembangunan rumah belajar dengan melakukan kampanye di lingkungan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, pada perencanaan ini pengenalan khalayak adalah tahap pertama yang dilakukan KPAJ untuk membantu mengenal lebih dekat masyarakat agar terciptanya citra yang baik KPAJ sehingga KPAJ dengan mudah membangun rumah belajar nantinya untuk anak jalanan dengan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti dan diterima tentang program yang KPAJ ingin jalankan ini. Secara tidak langsung, dengan melakukan promosi yang efektif ini KPAJ mendapatkan feedback yang baik serta meningkatkan *brand awarness* dan kredibilitas Komunitas Peduli Anak Jalanan.

b) Penyusunan Pesan

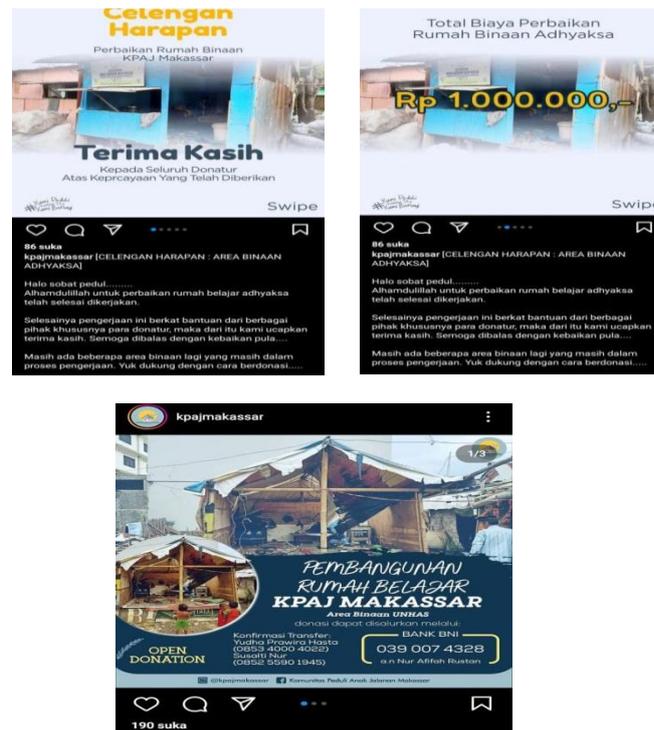
Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menemukan bahwa Komunitas Peduli Anak Jalanan beradaptasi dengan sasaran khalayaknya. Seperti yang peneliti jelaskan sebelumnya, KPAJ berupaya untuk menyampaikan pesan komunikasi mengenai pembangunan rumah belajar dengan cara yang baik dan positif. Di dalam penyampaian pesan Komunitas Peduli Anak Jalanan komunikasi yang KPAJ lakukan ialah *face to face*, penyampaian pesan ini dilakukan secara langsung untuk mendapatkan respon dari lawan bicara saat melakukan proses penyampaian pesan.

Penyampaian pesan yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan yaitu dengan cara mempengaruhi khalayak atau masyarakat sekitar melalui penyampaian visi dan misi dari program yang akan dijalankan serta menyampaikan tujuan, sehingga masyarakat percaya dan menerima adanya program pembangunan rumah belajar dilingkungan tersebut. Namun adapula beberapa masyarakat yang tidak menerima kehadiran KPAJ dikarenakan masyarakat daerah Kerung-Kerung yang ingin KPAJ bangun rumah belajar itu belum bisa (*open minded*) menerima kehadiran orang baru dilingkungan mereka, sehingga KPAJ melakukan cara mediasi untuk menyelasikannya. Pada akhirnya penyampaian pesan atau maksud dan tujuan kedatangan KPAJ ini dapat diterima masyarakat sekitar sehingga masyarakat tersebut akan menularkan atau mempengaruhi masyarakat lainnya untuk menerima program pembangunan rumah belajar yang KPAJ ingin laksanakan.

c) Penggunaan Media

Dengan perkembangan teknologi dan informasi, Komunitas Peduli Anak Jalanan menggunakan media dalam menyebarkan informasi kemasyarakat untuk mengetahui aktivitas dan kegiatan yang KPAJ lakukan yang nantinya mampu menimbulkan kepercayaan masyarakat atau khalayak, bahwa KPAJ adalah komunitas yang amanah dan bertanggung

jawab dan transparansi di sosial media KPAJ. Sehingga, donatur ketika menyalurkan donasinya ada bukti kerja yang dimiliki KPAJ, berikut strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Peduli Anak Jalanan di sosial media dengan penjelasan (*captions*) yang diuraikan pada gambar berikut:



(Gambar 4.2 Poster Open Donasi Dan Transparansi Donasi KPAJ)

Caption: kehadiran rumah belajar KPAJ telah menciptakan kesempatan bagi adik-adik binaan, untuk mencicipi pendidikan nonformal ditengah segala keterbatasan fasilitas dan masalah yang kerap mereka temui sehari. Ditempat yang sederhana inilah, belasan adik-adik KPAJ merasakan kebahagiaan mengenyam pendidikan nonformal tiap hari dan bercengkrama dengan kakak-kakak relawan tiap harinya.

d) Membangun manajemen organisasi

Hasil dari observasi peneliti pada perencanaan ini membangun manajemen organisasi merupakan suatu perencanaan pada perkumpulan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Komunitas peduli anak jalanan meningkatkan manajemen dengan menggunakan database, database merupakan sekumpulan data dan informasi yang tersimpan secara sistematis didalam manajemen organisasi komunitas peduli anak jalanan. Database ini bertujuan untuk mempermudah langkah Komunitas Peduli Anak Jalanan meningkatkan kredibilitas organisasi sehingga memudahkan untuk mendapatkan donatur-donatur serta mitra untuk pembangunan rumah belajar anak jalanan.

2. Pelaksanaan

1. Promosi Langsung

Promosi identik dengan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi dan memperkenalkan suatu aktivitas dari organisasi tertentu agar dapat menarik dan dikenal oleh publik.

Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa pelaksanaan program pembangunan rumah belajar yang dilakukan komunitas peduli anak jalanan yaitu promosi langsung atau turun langsung kelapangan untuk dapat

melaksanakan tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Promosi yang dimaksud adalah melakukan pengenalan Komunitas dan pendekatan kepada masyarakat melalui cara membangun komunikasi serta hubungan yang baik kepada masyarakat dilingkungan yang KPAJ ingin laksanakan programnya. Dengan adanya legalitas yang KPAJ miliki saat ini untuk memberdayakan anak-anak jalanan bagaimana memahami tentang pentingnya pendidikan serta strategi komunikasi pendekatan yang KPAJ bangun, akhirnya diterima dengan baik di tengah masyarakat dengan citra yang baik di masyarakat, hal ini pastinya berpatokan pada perencanaan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Komunitas peduli anak jalanan melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan menggunakan pendekatan makro yang diketahui sebagai suatu struktur global yang berinteraksi secara langsung. Dalam berinteraksi organisasi ini melakukan aktivitas tertentu, seperti memproses informasi yang diperoleh dari lingkungan, mengadakan identifikasi, dan melakukan integrasi menentukan tujuan organisasi.

2. Promosi Tidak Langsung

a. Penggunaan media sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu media bagi komunitas peduli anak jalanan. Selain sebagai media untuk

melakukan pengecekan terhadap tingkat ketertarikan masyarakat kepada komunitas peduli anak jalanan pada perencanaan pembangunan rumah belajar yang sedang dilakukan, media sosial juga berfungsi sebagai sarana informasi mengenai pembangunan rumah belajar ini.



Gambar 4.3 Sosial Media KPAJ Makassar

Gambar 4.3 diatas merupakan sosial media (*instagram*) Komunitas Peduli Anak Jalanan, pada gambar tersebut terdapat strategi komunikasi yang dilakukan di social media Komunitas Peduli Anak Jalanan. Dalam gambar diatas juga tercantum alamat email, rekening donasi KPAJ dengan secara persuasif mengajak khalayak untuk ikut membantu atau mensupport dalam bentuk dukungan maupun donasi.

3. Evaluasi

Evaluasi merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana pencapaian suatu kegiatan. Evaluasi Komunitas Peduli Anak Jalanan

menginginkan strategi komunikasi, perencanaan dan pelaksanaan pembangunan rumah belajar yang dilakukan berharap berjalan dengan lancar sampai selesai, sehingga pembangunan rumah belajar dapat dimanfaatkan dan digunakan dengan baik.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi peneliti bahwa Komunitas Peduli Anak Jalanan semua langkah-langkah yang sudah direncanakan dan dilaksanakan berjalan dengan lancar, semua strategi komunikasi terealisasi.

Berdasarkan strategi yang digunakan dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pembangunan rumah belajar Perencanaan ini berdasarkan dari evaluasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan itu sendiri, bagi Komunitas Peduli Anak Jalanan perencanaan yang ditetapkan tidak hanya serta merta diterapkan karena memiliki prosedur sendiri dalam penentapannya. Hampir semua yang Komunitas Peduli Anak Jalanan rencanakan berjalan lancar dan dilaksanakan sampai rekomendasi akhir.

4.3.2 Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar.

1. Faktor Pendukung

a. Media Sosial (*Instagram*)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat membantu dan berpengaruh positif bagi Komunitas Peduli

Anak Jalanan, khususnya media sosial saat ini yaitu *instagram*. Tersedianya media sosial instagram ini telah memberikan kemudahan bagi penyebaran informasi khususnya dibidang humas mereka sendiri.

Dengan adanya sosial media instagram itu juga sangat membantu untuk mencapai target strategi komunikasinya yang menyediakan informasi kepada masyarakat umum mulai dari iklan disosial media mereka, foto kegiatan serta bermacam-macam poster yang mereka bagikan.

Sehingga masyarakat dapat mengetahui segala aktifitas dan informasi yang mereka sediakan dan yang paling penting sangat mendukung banyak donator-donatur kecil yang ikut berdonasi.



Gambar 4.4 Poster open donasi KPAJ
(Sumber: Social Media Instagram @kpajmakassar)



Gambar 4.5 Dokumentasi proses pembangunan rumah belajar dikerung-kerung

b. *Networking* (Hubungan dengan banyak orang).

Networking atau koneksi merupakan salah satu faktor pendukung berjalannya strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan, hal itu berhubungan dengan *networking* yang luas dan menjalin hubungan dengan banyak relasi. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa dengan *networking* yang mereka miliki di beberapa platform akan berguna pada program pembangunan rumah belajar, jika mereka ingin melaksanakan program yang seperti ini yang mereka butuhkan istilahnya orang dalam sehingga akan lebih mudah untuk menghubungi relasi tersebut lewat *networking*nya itu.

2. Faktor Penghambat

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah salah satu yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah komunitas atau organisasi. Dengan adanya sumber daya manusia tidak akan berjalan lancarnya suatu kegiatan jika tidak memenuhi standar dan sesuai kriteria yang diinginkan. Namun dari hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa jumlah anggota Komunitas Peduli Anak Jalanan yang fluktuatif saat ini masih kurang dan belum sesuai dengan standar yang diinginkan. Oleh sebab itu, komunitas peduli anak jalanan mencoba memperketat perekrutan volunteer mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar terbentuknya SDM yang bagus, selektif, teratur dan berkompeten dibidangnya masing-masing, dan proses ini berkelanjutan setiap tahunnya.

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian diatas sebagaimana telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar sebagai berikut:

1. Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam kampanye program pembangunan rumah belajar anak jalanan, strategi komunikasi yang dilakukan adalah melawati 2 tahap pertama: Perencanaan langkah pertamanya adalah melakukan pengenalan khalayak, khalayak yang dimaksud disini adalah orang tua anak jalanan atau masyarakat serta calon donatur yang menjadi sasaran untuk proses pembangunan rumah belajar di area binaan kerung-kerung. Komunitas Peduli Anak Jalanan pada program yang akan mereka laksanakan yaitu pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan dengan membangun hubungan yang baik, menciptakan citra yang positif dan hubungan yang baik serta citra akan mampu terlihat dan terbentuk melalui strategi komunikasi yang tepat. Setelah itu penyusunan pesan, Komunitas Peduli Anak Jalanan mampu beradaptasi dan menyesuaikan serta mampu membangkitkan perhatian khalayaknya seperti menyampaikan pesan secara *face to face* agar komunikasi yang dilakukan mengenai pembangunan rumah belajar dengan cara

yang baik dan positif. Lalu, penggunaan media ialah mampu memberikan informasi kepada khalayak seperti menyebarluaskan informasi kemasyarakatan untuk mengetahui aktivitas dan kegiatan yang KPJ lakukan yang nantinya mampu menimbulkan kepercayaan masyarakat atau khalayak, bahwa komunitas ini adalah komunitas yang amanah dan bertanggung jawab dan transparansi di sosial media KPJ. Selanjutnya, membangun manajemen organisasi merupakan suatu perencanaan pada perkumpulan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kedua: pelaksanaan yaitu promosi langsung yang menggunakan pendekatan makro yang beriteraksi secara langsung dan turun langsung kelapangan untuk melaksanakan tujuan KPJ dan promosi tidak langsung dengan penggunaan media sosial sebagai sarana informasi mengenai pembangunan rumah belajar. .

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Komunikasi Peduli Anak Jalanan Dalam Kampanye Program Pembangunan Rumah Belajar.

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung berjalannya strategi komunikasi KPAJ ada 2 tahap yaitu pertama: media sosial *instagram* yang sangat membantu dan memudahkan penyebaran luasan informasi. Yang kedua adalah *networking* atau hubungan dengan banyak orang atau relasi.

b. Faktor penghambat

Faktor penghambat jalannya strategi komunikasi Komunitas Peduli Anak Jalanan adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang memenuhi standar kriteria yang diinginkan Komunitas Peduli Anak Jalanan seperti mampu meluangkan waktunya untuk untuk komunitas serta bertanggung jawab dalam tugas yang diberikan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian hingga ketahap akhir kesimpulan dan saran, Ada saran yang penulis ingin berikan yaitu:

1. memanfaatkan atau mengajak bekerja sama influencer atau selebgram yang ada dikota Makassar sebagai mitra untuk membantu menyebar luaskan informasi untuk mendapatkan para donatur dan mitra untuk ikut berdonasi.
2. Pengelolaan pesan yang disampaikan hendaknya lebih muda dipahami dengan kondisi masyarakat yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Assumta, Sr Maria Rumanti. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ardial, H. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Arifin, Anwar. 2004. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armieo
- Budyatna, M dan Ganiem, L.M. 2011. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Gassing, Syarifuddin. dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: CV Andl Offset.
- Mantja. 2008. *Etnografi, Desain Penelitian Kualitatif Pendidikan dan Manajemen pendidikan*. Malang: Elang Mas.
- Miles, Mattew B dan Amichael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohisi. Jakarta: Universitas Indonesia
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi penelitian kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Slamet. 2009. *Dinamika Kelompok, Edisi Revisi cetakan ke III*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P. 2004. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Eko Harry. 2010. *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Jurnal dan Skripsi

- Fauziyah, Cika. 2015. *Peran Komunitas Save Street Child dalam Meningkatkan Kemandirian Anak Jalanan di Malioboro Yogyakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Fitriyani, Nur. 2016. *Pemberdayaan Anak Jalanan di Rumah Singgah Girlan Nusantara Wilayah Prambanan Sleman*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gantara, Daffa. 2018. *Peran Komunitas Anak Jalanan Dalam Mengembangkan Modal Budaya Literasi Melalui Praktik Reproduksi Kultural*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Ningsih, Kurnia. 2014. *Komunikasi Sosial Anak Jalanan (Studi Fenomologi Terhadap Anak Jalanan di Kota Makassar)*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Rafu, Yovita. 2019. *Strategi komunikasi untuk memberdayakan anak jalanan (Penelitian Deskriptif Kualitatif Melalui Program Kegiatan Belajar Mengajar Di Rumah Singgah Anak Mandiri Yogyakarta)*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta.

Sumber dari Laman Web

- Hidayat, Anwar. 2012. *Penelitian Kualitatif: Penjelasan Lengkap*, (Online), (<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>, diakses 10 Oktober 2020)
- Riadi, Muchlisin. 2019. *Karakteristik, Jenis dan Posedur Penelitian Kualitatif*. (Online), (<https://www.kajianpustaka.com/2019/04/karakteristik-jenis-dan-prosedur-penelitian-kualitatif.html>, diakses 10 Oktober 2020).
- Suwarsono, St. (2016). *Pengantar Pengertian Kualitatif*, (online), (https://www.usd.ac.id/fakultas/pendidikan/s2_pen_matematika/f113/etnomatematika/Pengantar%20Penelitian%20Kualitatif%20-%20Prof.%20Dr.%20St.%20Suwarsono.pdf), diakses 16 November 2020)
- <https://kpajmakassar.wordpress.com/blog/>
- <https://www.kajianpustaka.com/2019/04/karakteristik-jenis-dan-prosedur-penelitian-kualitatif.html>
- <http://digilib.uinsby.ac.id/20911/8/Bab%202.pdf>
- <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8443/5/BAB%20II.pdf>
- http://eprints.walisongo.ac.id/7103/3/115112015_Bab2.pdf
- <https://silabus.org/bentuk-dan-jenis-komunikasi/>
- <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-organisasi/>

LAMPIRAN

Lampiran Transkrip Wawancara

Narasumber: Yudha Prawira Hasta, S.I.Kom., M.I.Kom

Jabatan: Ketua Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan

1. Seperti apa program pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan ini?

Jawab: seperti apa program ini, itu kita membangun rumah belajar untuk bisa berguna terhadap peningkatan pendidikan anak jalanan walaupun tidak seperti pendidikan formal lainnya. Karena dengan adanya rumah belajar ini bebas meminimalisir anak jalanan berada dijalanan, serta mengurangi angka anak jalanan berada dijalan. Dan bagaimana anak-anak jalanan ini nantinya? Kita sediakan wadah untuk belajar mengenal dunia pendidikan agar nantinya anak-anak nantinya bisa bergerak untuk melanjutkan pendidikannya dan bisa mandiri nantinya. Dan itu adalah hal yang bagus dengan adanya rumah belajar ini, anak-anak bisa melihat masa depannya bahwa pendidikan itu penting dan dijalanan tidak baik untuk mereka apalagi masih kecil. Pendidikan sangat penting untuk mereka, seperti itu.

2. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan kpaj pada proses pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: strategi komunikasinya kita adalah bagaimana kita melakukan sebuah promosi yang efektif. Promosi yang efektif itu adalah bagaimana kita coba untuk naikin *brandawareness* sama kita coba untuk naikin tingkat kredibilitasnya, jadi kalau orang sudah kenal dan orang sudah percaya pasti orang akan memberikan kita amanah. Jadi 2 point ini sangat penting. Tapi sebelum kita melakukan 2 point ini kita akan perbaiki manajemen, cara memperbaikinya adalah kita coba dari bawah, perbaiki data base adik-adik binaan kemudian data base orang tua jadi kalau misalnya ada donatur yang mempercayakan kita, kita buka datanya bahwa datanya ada.

3. Dari strategi yang direncanakan apakah berjalan dengan lancar?

Jawab: untuk strategi yang kami bangun itu sendiri, sudah berjalan dengan baik.

4. Bagaimanakah cara kpaj mempromosikan program perencanaan pembangunan rumah belajar?

Jawab: Kita para pengurus memperat komunikasi dan hubungan yang baik sama masyarakat setempat agar mendapatkan feedback yang baik dengan melakukan proses pendekatan dengan menggerakkan beberapa pengurus untuk turun kelapangan/lingkungan tersebut memperkenalkan KPAJ pada masyarakat.

5. media apa saja yang digunakan kpaj?

Jawab: sejauh ini kita terbantu dengan media sosial instagram.

6. Apa yang menjadi penghambat kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: Sumber daya manusianya kita adalah salah satu penghambat kita, karena sekali lagi yah kerelawanan kita itu tolak ukurnya susah seperti baiknya saya dan baiknya kita itu berbeda-beda yah niatnya juga berbeda-beda, maka dari itu kita coba perketat di open recruitment volunteernya kita, karena kita pengen longlasting dan prosesnya inikan berkelanjutan, kita mencoba di open recruitmen ini secara bagus, selektif dan teratur, sehingga SDM yang kita inginkan berkompeten dibidangnya masing-masing jadi tidak asal-asalan begitu

7. Apa faktor pendukung kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: yah seperti tadi yang saya bilang kita terbantu dengan sosial media, Karena itu platform utama kita dalam menginformasikan segala aktivitas, kegiatan, open donasi.

8. Apa yang kpaj selanjutnya akan lakukan terkait program pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: untuk planning kedepannya kpaj dalam strategi komunikasi kita itu akan melakukan usaha yang lebih maksimal kedepannya dalam program pembangunan rumah belajar ini dengan insyAllah menambah lebih banyak lagi rumah belajar untuk adek-adek anak jalanan di kota Makassar

Narasumber: Aldi Dewa

Jabatan: Wakil Ketua (penanggung jawab program rumah belajar) Komunitas Peduli Anak Jalanan

1. Seperti apa program pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan ini?

Jawab: mewadahi anak jalan yang tidak sempat mendapatkan pendidikan formal disekolah.

2. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan kpaj pada proses pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: Strategi komunikasinya itu kita melakukan pendekatan kepada warga setempat agar dapat menerima kegiatan yang akan kita lakukan dilingkungan tempat tinggalnya, dan memberikan penjelasan yang mudah diterima dan dimengerti tentang program dari kami

3. Dari strategi yang direncanakan apakah berjalan dengan lancar?

Jawab: Alhamdulillah lancar dikarenakan adanya bantuan dari berbagai pihak dan teman-teman kpaj kami.

4. Bagaimanakah cara kpaj mempromosikan program perencanaan pembangunan rumah belajar?

Jawab: iya, disosial media instagram kami menyediakan informasi kepada masyarakat umum mulai dari gambar atau foto-foto kegiatan yang kita upload, konten audio visual serta bermacam-macam poster yang kita bagikan. Sehingga masyarakat dapat mengetahui segala aktivitas dan informasi yang telah kita sediakan

5. media apa saja yang digunakan kpaj?

Jawab: kami saat ini hanya menggunakan platform instagram

6. Apa yang menjadi penghambat kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: saat ini sumber daya manusia kita yang kurang karena kita mencari yang betul-betul serius menjadi seorang anggota serta volunteer dalam organisasi kpaj ini

7. Apa faktor pendukung kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: Karena di komunitas kita itu bukan cuman mahasiswa saja yang ada bahkan seperti ketua kpaj kan itu dosen dan bendahara kpaj juga Kaprodi, dengan beberapa platform yang dia punya jadi *networkingnya* luas. Jadi, kalau misalnya ada kegiatan atau program seperti ini lah perencanaan pembangunan rumah belajar adek-adek yang

membutuhkan istilahnya orang dalam kita akan lebih mudah menghubungkan relasi tersebut lewat beliau

8. Apa yang kpaj selanjutnya akan lakukan terkait program pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: para pengurus KPAJ yang sekarang melakukan pembangunan rumah belajar lebih banyak lagi kedepannya untuk pembangunan rumah belajar anak jalanan yang ada di Makassar ini, hasilnya baik atau buruknya kita akan melakukan evaluasi dan perbaikan nantinya.

Narasumber: Farah Dzahiraj

Jabatan: Humas Komunitas Peduli Anak Jalanan

1. Seperti apa program pembangunan rumah belajar untuk anak jalanan ini?

Jawab: program ini dilakukan untuk membantu anak jalanan agar dapat merasakan pendidikan dan Program pembangunan rumah belajar yang kami lakukan di kpaj adalah serangkaian usaha untuk mengurangi anak jalanan yang sebisa mungkin jangan turun di jalan untuk mengemis atau meminta-minta karena tempat mereka bukan disitu

2. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan kpaj pada proses pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: Strategi komunikasinya itu kita membangun hubungan yang baik serta menciptakan citra yang baik ke masyarakatnya, untuk menjaga itu kita selalu terbuka atau transparansi kepada orang-orang external maupun internal

3. Dari strategi yang direncanakan apakah berjalan dengan lancar?

Jawab: iya sejauh ini berjalan dengan lancar dengan adanya loyalitas teman-teman kita sekarang dalam bekerja

4. Bagaimanakah cara kpaj mempromosikan program perencanaan pembangunan rumah belajar?

Jawab: Kita sudah memiliki legalitas untuk memberdayakan anak-anak. Dengan memberikan pemahaman bahwa kehadiran kpaj itu berarti, ada niat baik yang ingin kita lakukan untuk membuat anak-anak memahami tentang pendidikan. Yah walaupun awalnya kita tidak terlalu diterima di beberapa area binaan tapi dengan strategi komunikasi pendekatan yang membangun hubungan yang baik sampai akhirnya kita sekarang diterima dengan baik di tengah masyarakat dengan citra yang baik di mata masyarakat

5. media apa saja yang digunakan kpaj?

Jawab: instagram saja

6. Apa yang menjadi penghambat kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: sdmnya, kurangnya disitu karena kita mencari yang aktif dalam artian yang ikhlas dalam bekerja dan menjalankan tanggung jawab dengan baik.

7. Apa faktor pendukung kpaj pada program pembangunan rumah belajar ini.

Jawab: kita terbantu di media sosial (instagram), Alhamdulillah juga media sosial kpaj sudah memiliki banyak pengikut (5.369 +- *followers*). Alhamdulillah juga ketika kita membuat kampanye open donasi di media sosial banyak yang ikut, apalagi dibantu oleh kakak-kakak volunteer untuk mengshare di akun media sosialnya masing-masing, jadi informasinya itu cepat tersebar, sehingga sangat mendukung banyak donator-donatur kecil yang ikut berdonasi sekaligus menjadi pengikut baru di sosial media instagram KPAJ

8. Apa yang kpaj selanjutnya akan lakukan terkait program pembangunan rumah belajar ini?

Jawab: kita kedepannya kami akan terus menambah area binaan lagi yang ada di Makassar, bukan cuma di kota Makassar saja kita akan coba di kota lain yang ada anak jalannya seperti daerah kota Maros dan sekitarnya. Tentu dengan bantuan kakak-kakak dan para donator kita.

DOKUMENTASI BERSAMA INFORMAN



Wawancara dengan HUMAS Komunitas Peduli Anak Jalanan
Farah Dzahiraj (Selasa, 28 September 2021)



Wawancara dengan Wakil Ketua (penanggung jawab program pembangunan rumah belajar Komunitas Peduli Anak Jalanan)

Aldi Dewa (Jum'at, 30 September 2021)



Wawancara dengan Ketua Komunitas Peduli Anak Jalanan
Yudha Prawira Hasta S.i.kom., M.I.Kom (Minggu, 19 Oktober 2021)