

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Komunikasi melekat pada diri manusia, sehingga *we can not communicate*. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbincangkan. Akan tetapi, komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.<sup>1</sup>

Proses komunikasi merupakan aspek penting, yang membedakannya dari strategi atau pendekatan pembangunan yang lainnya. Dalam proses kegiatan komunikasi pembangunan yang menekankan pada pentingnya pelibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat. Lain halnya, dengan komunikasi pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang lebih bersifat transaksional dan interaktif dari pada linear. Pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial, peningkatan yang dituju tidak hanya ekonominya, tetapi juga harkat, martabat, rasa percaya diri dan harga dirinya. Dasar pemikiran pemberdayaan masyarakat yang dilakukan harus diarahkan langsung pada akar

---

<sup>1</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h. 9.

persoalannya, yaitu meningkatkan kemampuan rakyat. Pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun daya potensi yang dapat dikembangkan dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Upaya tersebut harus diikuti dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat.<sup>2</sup>

Banyak hal yang melatar belakangi berjalannya pembangunan masyarakat mulai dari pemberdayaan masyarakat dan pendidikan. Upaya-upaya untuk tercapainya perbaikan kesejahteraan hidup bagi setiap individu maupun masyarakat luas, dalam pengertian sehari-hari seringkali disebut dengan upaya “*pembangunan*”. Menurut Riyadi (1981) Pembangunan adalah suatu usaha atau proses perubahan, demi tercapainya tingkat kesejahteraan atau mutu-hidup suatu masyarakat serta individu-individu di dalamnya yang berkehendak dan melaksanakan pembangunan itu.<sup>3</sup> Jadi, pembangunan dapat dilakukan jika suatu masyarakat tersebut memiliki maksud, tujuan dan makna dalam pembangunan yang memiliki arah positif lebih baik dan lebih bermanfaat bagi masyarakat.

Sebagai proses pembangunan masyarakat adanya pemberdayaan masyarakat terlebih dahulu. Dalam pengertian yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam

---

<sup>2</sup>Indardi dan Trisatya, *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Cetakan Kedua*, (Bandung: UNPAD PRESS, 2016), h. 110-111.

<sup>3</sup>Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 2-3.

memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang. Pemberdayaan masyarakat memiliki keterkaitan erat dengan *sustainable development* pemberdayaan masyarakat merupakan suatu prasyarat utama serta dapat diibaratkan sebagai gerbong yang akan membawa masyarakat menuju suatu keberlanjutan secara ekonomi, social, dan ekologi yang dinamis.<sup>4</sup>

Kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dicapai, oleh sebab itu, setiap pelaksanaan pemberdayaan masyarakat perlu dilandasi dengan strategi kerjatertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam pengertian sehari-hari, strategi sering diartikan sebagai langkah-langkah atau tindakan tertentu yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan atau penerima manfaat yang dikehendaki, oleh karena itu pengertian strategi sering rancu dengan: metoda, teknik, atau taktik.<sup>5</sup>

Dalam halnya, pemberdayaan masyarakat bersifat holistic berarti ia mencakup semua aspek. Untuk itu setiap sumber daya local patut diketahui dan didayagunakan. Hal ini untuk menghindarkan masyarakat dari sikap ketergantungan kepada segala sesuatu. Pemberdayaan masyarakat sejalan dengan pembangunan yang berkelanjutan jika programnya dirancang dan dilaksanakan dengan memerhatikan keberlanjutan

---

<sup>4</sup>Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 120.

<sup>5</sup>*Op.cit*, Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014), h.167.

dari segi ekonomi maupun segi social.<sup>6</sup> Pemberdayaan akan bisa berjalan sesuai harapan jika dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Supaya pemberdayaan dapat berjalan sesuai tujuan perlu memperhatikan model pembangunan yang akan digunakan. Model pembangunan alternative menekankan pentingnya pembangunan berbasis masyarakat (*community based development*), berparadigma *bottom up* dan lokalitas. Munculnya model pembangunan alternative didasari oleh sebuah motivasi untuk mengembangkan dan mendorong struktur masyarakat agar menjadi lebih berdaya dan menentang struktur penindasan melalui pembuatan regulasi yang berpijak pada prinsip keadilan. Pendekatan yang dipakai dalam model pembangunan alternative adalah pembangunan tingkat local, menyatu dengan budaya local, bukan memaksakan suatu model pembangunan dari luar serta sangat menyertakan partisipasi orang-orang local.<sup>7</sup>

Pendekatan pembangunan yang berbasis lokalitas seperti ini diasumsikan menjadi salah satu bentuk keberpihakan secara nyata terhadap kepentingan local dan menempatkan pengetahuan local (*local knowledge*) beserta para tenaga keterampilan dari daerah setempat (*local genius*) di garis depan berbagai kegiatan. Melalui upaya mengakomodasi potensi maupun modal social masyarakat sebagai sumber daya

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, h.76-77.

<sup>7</sup>Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 140.

pembangunan pada gilirannya diyakini akan menghilangkan marginalisasi, ketimpangan, ketidakadilan, dan memperkuat sector masyarakat.<sup>8</sup>

Suatu rumusan baru untuk konsep pembangunan bagi negara-negara berkembang hasil yang dipetik dari pelaksanaan pembangunan selain pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan juga sejumlah pelajaran. Yaitu pelajaran bagaimana merumuskan konsep pembangunan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masing-masing. Karena pembangunan pada hakikatnya merupakan suatu proses dinamis yang senantiasa berkembang terus dalam menjawab tuntutan kebutuhan serta kondisi perkembangan zaman, demikian pula halnya dengan konsep-konsep dan gagasan yang mendasarinya, akan terus mengalami penyempurnaan.<sup>9</sup>

Bahkan, dalam proses pembangunan daerah dan nasional akan terlihat keberhasilannya ditentukan ketika melakukan pembangunan desa berhasil karena desa memiliki sumber daya yang dapat memenuhi kebutuhan seperti pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan pariwisata.<sup>10</sup> Selain sumber daya, pembangunan desa harus dilakukan secara optimal karena masih cukup banyak desa yang belum dikembangkan.

Adapun demikian, meskipun pembangunan desa selalu menjadi fokus perhatian pemerintah sejak Indonesia mengawali kemerdekaannya. Namun, strategi

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, h.142

<sup>9</sup>Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 55.

<sup>10</sup>Jurnal Adhi Iman Sulaiman dkk, *Komunikasi Pembangunan Partisipatif Untuk Pemberdayaan Buruh*, (Purwokerto: UNSOED Jurnal Komunikasi, 2016), h. 233.

pembangunan desa sering kali mengalami perubahan. Hal ini memanifestasikan, bukan hanya proses pencaharian strategi pembangunan desa yang dipandang paling efektif untuk suatu kurun waktu tertentu, akan tetapi juga merefleksikan pengaruh strategi pembangunan nasional pada tingkat makro yang dianut dalam kurun waktu tertentu. Titik berat pembangunan desa adalah pada pembangunan masyarakat.<sup>11</sup> Keberhasilan akan pembangunan desa akan terlihat jika adanya pengarahannya tentang terwujudnya pengembangan desa yaitu “desa yang mandiri” yaitu desa yang warganya mempunyai semangat untuk , membangun yang tinggi, yang mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi permasalahan desanya, menyusun rencana untuk memecahkan permasalahan, serta melaksanakan rencana tersebut dengan seefisien dan seefektif mungkin.<sup>12</sup>

Langkah dalam pengembangan masyarakat harus mengetahui lebih jauh terkait dengan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat, namun dari sekian banyak prinsip yang ada, pokok intinya adalah partisipasi, kemandirian, dan kewasdaan. Dalam partisipasi ditunjukkan pada setiap program melibatkan masyarakat baik fisik, ide, dan materi. Keterlibatan pengembangan masyarakat memiliki makna keikutsertaan masyarakat secara fisik dan mentalitas. Program selalu berasal dan untuk pemenuhan masyarakat, sehingga yang merencanakan adalah agen bersama masyarakat. Kemandirian artinya tujuan utama dari program untuk menegakkan

---

<sup>11</sup>Moeljarto Tjokrowinoto, *Pembangunan Dilema dan Tantangan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996), h. 34-35.

<sup>12</sup>*Ibid.*, h. 41.

masyarakat dengan dirinya sendiri. Adapun langkah-langkah pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan memperhatikan sebagai berikut; *Pertama*, melakukan analisis kebutuhan, yaitu agar tidak terjadi kekeliruan di dalam memetakan apa yang mestinya diperbuat untuk pemberdayaan masyarakat. *Kedua*, melakukan analisis situasi social atau sosical analysis, yaitu melakukan kajian terhadap berbagai hambatan dan potensi, baik fisik maupun non-fsik yang mempengaruhi atas hidupnya masyarakat, dan kemudian menempatkan hasil analisis kebutuhan tersebut di dalam peta hambatan dan potensi yang dimaksud. *Ketiga*, menemukan berbagai program yang layak dijadikan sebagai basis pengembangan masyarakat, mungkin akan ditemui sekian banyak program yang relevan dengan analisis kebutuhan dan analisis situasi sosialnya. *Keempat*, menentukan alternatif program yang diprioritaskan. *Kelima*, melakukan evaluasi untuk mengetahui sesuai dengan program prioritas. *Keenam*, melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan atau kegagalan program dan factor-faktor penyebabnya. Melalui evaluasi ini akan ditindaklanjuti program berikutnya. (Tonny,2014:117).<sup>13</sup> Kegiatan tersebut dilakukan untuk memaksimalkan pembangunan.

Penyuluhan pembangunan diposisikan sebagai usaha mengendalikan atau memanipulasi lingkungan sedemikian rupa, sehingga dapat mempengaruhi orang-orang tertentu untuk mau mengubah pola perilakunya untuk memperbaiki mutu

---

<sup>13</sup>Ilyas, *Strategi Pengembangan Komunikasi Masyarakat Kelompok Tani Qoryah Toyiyah Di Kalibening Kecamatan Tingkit Kota Salatiga*, (Semarang: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah UNNES, 2), h. 21.

kehidupan mereka. Sebaliknya, jika peran masyarakat sipil kuat, dan ditempatkan sebagai subjek sasaran penyuluhan, maka penyuluhan tidak lain adalah upaya pemberdayaan sasaran penyuluhan tersebut.<sup>14</sup>

Inti dari setiap upaya pembangunan yang disampaikan melalui kegiatan pemberdayaan, pada dasarnya ditujukan untuk tercapainya perubahan-perubahan perilaku masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu hidup yang mencakup banyak aspek, baik ekonomi, social, budaya, ideologi, politik maupun pertahanan dan keamanan. Karena itu, pesan-pesan pembangunan yang disampaikan oleh fasilitator haruslah mampu mendorong atau mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan yang memiliki sifat “pembaruan” yang biasa disebut dengan istilah “*innovativeness*”.<sup>15</sup>

Salah satu tugas yang menjadi tanggung jawab setiap fasilitator adalah: mengkomunikasikan inovasi dalam rangka mengubah perilaku masyarakat penerima manfaat agar tahu, mau, dan mampu menerapkan inovasi demi tercapainya perbaikan mutu hidupnya. Dalam hubungan ini, perlu diingat bahwa penerima manfaat pemberdayaan masyarakat sangatlah beragam. Baik beragam mengenai karakteristik

---

<sup>14</sup>Ravik Karsidi, *Vol.2 No.1 Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Mediator Jurnal Komunikasi: 2001), h. 115.

<sup>15</sup>Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Edisi Revisi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 217.

individualnya, beragam lingkungan fisik dan sosialnya, beragam pula kebutuhan-kebutuhannya, motivasi serta tujuan yang diinginkannya.<sup>16</sup>

Disini, Komunitas Rumah Belajar Ceria dibentuk pada tanggal 14 Maret 2014 di Palembang ini bergerak dibidang sosial pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat ini merupakan wadah komunitas generasi muda yang memiliki jiwa peduli dipertemukan dengan permasalahan ketertinggalan pembangunan yang dialami masyarakat. Dengan harapan anak-anak muda mampu menjadi solusi, dan masyarakat golongan ekonomi lemah tumbuh berdaya bersama generasi muda yang berkontribusi dalam melakukan tindakan atau kegiatan nyata yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya, menuju kehidupan yang lebih baik.

Dalam kegiatan lokasi dan cakupan wilayah komunitas Rumah Belajar Ceria di Kampung Sungai Pedado, sebuah daerah pinggirn kota Palembang yang kondisinya cukup memprihatinkan. Dengan jumlah 400 Kepala Keluarga yang rata-rata hidup pra sejahtera, Akses pendidikan di kampong ini sangat terbatas hanya ada 1 buah SD, tidak ada PAUD, SMP, mau pun SMA. Untuk keperluan MCK (sanitasi) masyarakat masih mengandalkan air sungai, pada saat musim kemarau/surut, masyarakat mengalami kekuarangan air. Selain itu dari sisi Ekonomi, warga Sungai Pedado tergolong masyarakat menengah ke bawah, mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai buruh serabutan, petani, dan pembantu rumah tangga.

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, h. 197.

Untuk project di Kampung Sungai Pedado, Komunitas Rumah Belajar Ceria mempunyai sebuah program jangka panjang yaitu Pedado Madani 2024, sebuah program berkelanjutan yang ingin mewujudkan Kampung Pedado dari kondisi kampung Pra Sejahtera menjadi kampung istimewa, yang madani, mandiri dan berinovasi. Untuk mewujudkan program tersebut Rumah Belajar Ceria telah menyusun rencana-rencana strategis. Rencana strategis disusun dengan melihat potensi dan hambatan yang ada di lapangan. Rencana strategis juga disusun dengan sumber daya dan jangka waktu yang terukur.

Demikian, berdasarkan latar belakang tersebut di atas penulis ingin melakukan penelitian tentang bagaimana strategi komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di kampung sungai pedado Palembang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah ini adalah :

1. Faktor apa yang menjadi penghambat dan pendukung komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang ?

2. Bagaimana langkah-langkah komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang ?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

##### **a. Secara Teoritis**

Untuk memperoleh informasi mengenai pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di pedesaan khususnya di Kampung Sungai Pedado Palembang.

##### **b. Secara Praktis**

Memberikan acuan dan inspirasi untuk generasi muda dalam melakukan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap supaya penelitian ini dapat berguna sebagai berikut :

##### **a. Secara Teoritis**

- a. Dapat membantu dan bermanfaat untuk mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam supaya dapat memberikan kontribusi pengetahuan di bidang strategi komunikasi komunitas

Rumah Belajar Ceria, serta mendorong dilakukannya penelitian yang lebih mendalam.

- b. Dapat menambah wawasan media pustaka untuk program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang di bidang ilmu komunikasi dalam penelitian kualitatif.

**b. Secara Praktis**

- a. Memberikan masukan kepada masyarakat dalam melakukan kegiatan membangun masyarakat madani di suatu daerah.
- b. Memberikan kontribusi pada lembaga lain dalam penerapan strategi komunikasi.

**D. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan salah satu bagian penting yang tidak terpisahkan dari sebuah penelitian. Tinjauan pustaka ini memuat ulasan dan analisis terhadap berbagai literatur terkait yang telah dipublikasi sebelumnya.

Sebagai suatu wacana tentu masyarakat madani tidak hanya terbatas pada seputar wacana dan berputar pada tataran wacana saja. Namun, bagaimana masyarakat madani itu muncul sebagai tonggak pemikiran dalam pembentukan masyarakat ideal di Indonesia.

Berdasarkan penelusuran penelitian , terdapat penelitian relevan dengan penelitian ini, antara lain :

*Pertama*, Shahnaz Natasya Yaumil Haqqie (2016), Fakultas Ilmu Pendidikan, Pendidikan NonFormal, Universitas Negeri Semarang, mengangkat penulisan “Partisipasi Masyarakat dalam Program Pemberdayaan (Studi Kasus Kegiatan Pembuatan Pupuk Organic di Desa Blagung, Boyolali)” fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan tentang partisipasi masyarakat dalam program pemberdayaan di Blagung Boyolali.

*Kedua*, Andi Nurhikmawati (2015), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Ilmu Komunikasi, UIN Alauddin Makassar, mengangkat penelitian “Strategi Komunikasi Dinas Sosial Kota Makassar Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Tamangapa Kecamatan Manggala” fokus dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam memaksimalkan kinerja kerja Dinas Sosial pada upaya pemberdayaan masyarakat, supaya masyarakat betul-betul paha dengan program yang disampaikan.

*Ketiga*, Yudi (2010), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Pengembangan Masyarakat Islam, UIN Syarif Hidayatullah, mengangkat penelitian “Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (PPMK) di Kelurahan Sunter Jaya”.

Dari berbagai penelitian di atas, perbedaan dan persamaan yaitu terletak di subjek penelitian tentang strategi komunikasi persuasive dan pemberdayaan

masyarakat sebagai persamaan dalam penelitian ini, sedangkan tempat objek penelitian sebagai perbedaannya.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Komunikasi**

Para ahli komunikasi terutama di negara-negara berkembang mempunyai perhatian yang sangat besar terhadap strategi komunikasi dalam hubungannya dengan penggiatan pembangunan nasional di negara-negara masing-masing. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting karena efektivitas komunikasi bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan.

Effendy (1993) mengatakan strategi baik secara makro (planned multimedia strategy) mempunyai fungsi ganda yaitu :

- 1) Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani "cultural gap" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dengan demikian strategi

komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.

Setiap strategi dalam bidang apa pun harus didukung oleh teori, demikian juga dalam strategi komunikasi. Teori merupakan pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi, teori yang barangkali tepat untuk dijadikan sebagai "pisau analisis" adalah paradigma yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell.

Untuk strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang dirumuskan, yaitu who says what in which channel to whom with what effect. Rumus di atas tampaknya sederhana, tetapi jika dikaji lebih jauh, pertanyaan "efek apa yang diharapkan" secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama, yaitu :

- 1) When ( Kapan dilaksanakannya).
- 2) How ( Bagaimana melaksanakannya).
- 3) Why ( Mengapa dilaksanakan demikian).

Tambahan pertanyaan tersebut dalam strategi komunikasi sangat penting, karena pendekatan (approach) terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi.

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa aspek yang harus diperhatikan. Para ahli komunikasi cenderung sependapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan yang disebut A-A Procedure atau from Attention to Action Procedure. A-A Procedure adalah penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Jadi proses perubahan sebagai efek komunikasi melalui tahapan yang dimulai dengan membangkitkan perhatian. Apabila perhatian komunikan telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan.

Selain melalui pendekatan di atas, maka seseorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku apabila dirinya terdapat faktor-faktor kredibilitas dan attractiveness. Rogers (1983) mengatakan kredibilitas adalah tingkat di mana komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan kemampuan oleh penerima. Hovland (dalam Krech,

1982) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh kepada perubahan sikap dalam penerimaan pesan daripada jika disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya rendah. Rakhmat (1989) mengatakan dalam berkomunikasi yang berpengaruh terhadap komunikan bukan hanya apa yang disampaikan, tetapi juga keadaan komunikator secara keseluruhan. Jadi ketika suatu pesan disampaikan, komunikan tidak hanya mendengarkan apa yang dikatakan tetapi ia juga memperhatikan siapa yang mengatakan. Selanjutnya Tan (1981) mengatakan kredibilitas sumber terdiri dari dua unsur, yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian diukur dengan sejauhmana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang benar, sedangkan kepercayaan dioperasionisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam penyampaian pesan. Dari variabel kredibilitas dapat ditentukan dimensi-dimensinya yaitu : keahlian komunikator (kemampuan, kecerdasan, pengalaman, pengetahuan, dsb) dan kepercayaan komunikator (kejujuran, keikhlasan, keadilan, dsb). Demikian juga mengenai daya tarik adalah berkenaan dengan tingkat mana penerima melihat sumber sebagai seorang yang disenangi dalam bentuk peranan hubungannya yang memuaskan. Effendy (1983) mengatakan daya tarik adalah komunikator yang dapat menyamakan dirinya dengan orang lain, apakah idiologi, perasaan, dsb. Demikian juga Tan (1981) mengatakan daya tarik adalah diukur dengan kesamaan, familiaritas, dan kesukaan. Kesamaan meliputi pandangan, wawasan, ide, atau gagasan.

Familiaritas meliputi empati, simpati, dan kedewasaan. Kesukaan meliputi frekuensi, ketepatan, keteladanan, dan kesopanan. Demikian mengenai faktor-faktor yang penting dimiliki oleh komunikator agar komunikasi yang dilancarkan dapat merubah sikap, pendapat, dan tingkah laku komunikan. Dalam strategi komunikasi mengenai isi pesan tentu sangat menentukan efektivitas komunikasi.<sup>17</sup>

Menurut Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (Uchjana,2002: 32), tujuan strategi komunikasi adalah:

- a. *To secure understanding*. Strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan terciptanya saling pengertian dalam berkomunikasi dan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi.
- b. *To establish acceptance*. Strategi komunikasi disusun agar saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*. Strategi komunikasi memberikan dorongan, memotivasi perilaku atau aksi. Komunikasi selalu memberi pengertian yang diharapkan dapat memengaruhi atau mengubah perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.
- d. *To reach the goals which the communicator sought to achieve*. Strategi komunikasi memberikan gambaran cara bagaimana mencapai

---

<sup>17</sup>Mukti Sitompul, *Konsep Komunikasi Pembangunan*, (Medan: USU digital library, 2002), h. 2.

tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.<sup>18</sup>

## 2. Komunikasi

Para ahli komunikasi menyatakan bahwa komunikasi yang efektif adalah hasil dari pemahaman bersama antara komunikator dan penerima. Sebenarnya kata komunikasi berasal dari Bahasa latin (*communis*), yang berarti ‘sama’. Komunikator berusaha menciptakan “kesamaan” dengan penerima. Dengan demikian, dapat didefinisikan komunikasi sebagai *penyampaian informasi dan pengertian menggunakan tanda-tanda yang sama*. Tanda yang sama itu mungkin bersifat verbal dan non verbal.<sup>19</sup>

Komunikasi termasuk komunikasi yang dioperasikan dalam konteks organisasi merupakan suatu aktivitas manusia yang selalu melibatkan sumber komunikasi; pesan komunikasi yang berbentuk verbal dan nonverbal; media atau saluran sebagai sarana atau wadah tempat pesan atau rangkaian pesan dilakukan; cara, alat, atau metode untuk memindahkan pesan; penerima atau sasaran yang menerima komunikasi; tujuan dan maksud komunikasi; dan rangkaian kegiatan antara sumber atau pengirim dengan sasaran atau penerima.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Desy Sylvia Indra Visnu dan MC Ninik Sri Rejeki, *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya), h. 5.

<sup>19</sup>Gibson, dkk, *Edisi Kelima Organisasi Jilid 2 Perilaku Struktur Proses*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 106.

<sup>20</sup>Alo Liliweri, *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 360.

Komunikasi adalah proses dengan nama informasi dan arti atau makna ditransfer dari sender kepada receiver (Colquit, LePine, dan Wesson: 2011:422). Kebanyakan pekerjaan yang dilakukan dalam suatu tim diselesaikan secara *interdependent*, saling bergantung dan menyangkut komunikasi di antara anggota. Karena itu efektivitas komunikasi memainkan peran penting dalam menentukan apakah terdapat keuntungan atau kerugian dalam proses komunikasi. Komunikasi menunjukkan pada proses dengan mana informasi di kirimkan dan di pahami diantara da orang atau lebih (McShane dan Von Glinov, 2010:270). Penekanan pada kata dipahami karena mengirimkan arti yang dimaksudkan *sender* adalah esensi komunikasi yang baik.<sup>21</sup>

Adapun, Kreitner dan Knicki (2010: 402) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah pertukaran informasi antara *sender* dan *receiver* , dan menarik kesimpulan sebagai persepsi tentang makna sesuatu antara individual yan terlibat juga dikatakan sebagai pertukaran interpersonal dari informasi dan pengertian. Sedangkan menurut Greenberg dan Baron (2003: 318), komunikasi adalah proses dengan mana orang, kelompok atau organisasi sebagai *the sender* mengirimkan beberapa tipe informasi sebagai *the message* kepada orang, kelompok atau organisasi lain sebagai *the receiver*.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi* , (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 241.

<sup>22</sup>*Ibid.*, h. 241-242.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan atau informasi dari pihak satu ke pihak yang lain baik itu individu, kelompok ataupun organisasi sebagai pengirim kepada lawan bicaranya sebagai penerima dengan harapan dapat memahami dan akan terbuka peluang memberikan *fadeback* kepada pengirim.

Tanpa komunikasi, pikiran tidak dapat memperkembangkan sifat manusiawi yang sebenarnya; akan tetap berada dalam keadaan yang abnormal dan sukar diterangkan aakah bersifat manusiawi atau bersifat kasar.<sup>23</sup>

### 3. Persuasif

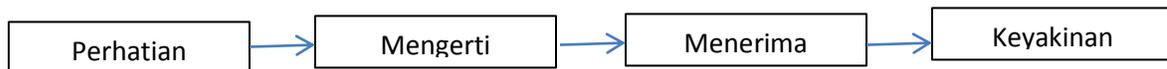
Istilah persuasi bersumber dari perkataan latin, *persuasion* , yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Dalam memahami konsep persuasive, Bettinghouse ( 1973 ) menjelaskan: “Agar bersifat persuasive, suatu situasi komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan.

Persuasif bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang

---

<sup>23</sup>Onong Uchjana Efendy, *Komunikasi dan Modernisasi*, (Bandung: Alumni, 1986), h. 15.

dapat digugah. Dari beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, tampak bahwa persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang, baik secara verbal maupun nonverbal.



**Bagan.1.1.Proses Rasional**



**Bagan.1.2.Proses Emosional**

Komponen-komponen dalam persuasi meliputi bentuk dari proses komunikasi yang dapat menimbulkan perubahan, dilakukan secara sadar ataupun tidak sadar, dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam komunikasi persuasi meliputi kejelasan tujuan, memikirkan secara cermat orang-orang yang dihadapi, serta memilih strategi yang tepat. Ruang lingkup kajian ilmu komunikasi persuasif meliputi sumber, pesan, saluran/media, penerima, efek, umpan balik, dan konteks situasional. Pendekatan yang digunakan dalam komunikasi persuasif adalah pendekatan psikologis. Tiga fungsi utama komunikasi persuasif adalah control function, consumer protection function, dan knowledge function.

Sasaran komunikasi persuasif yang akan dihadapi sangat beragam dan kompleks. Keragaman dan kekompleksan tersebut bisa dilihat dari karakteristik demografis, seperti umur, jenis kelamin, status sosial, status ekonomi, status perkawinan, status pendidikan, dan lain-lain. Oleh karena itu, harus memikirkan secara cermat orang-orang yang dihadapi. Sebelum melakukan komunikasi persuasif, akan sangat bermanfaat jika aspek-aspek pribadi dan sosial *persuade*, dipelajari dan dipertimbangkan dengan seksama melakukan kalsifikasi audiens.

Efektivitas komunikasi persuasif, juga ditentukan oleh strategi yang direncanakan. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yaitu mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang/audiens.

Oleh karena itu, dalam strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, di mana lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.

Kini penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk pemasaran, periklanan, promosi penjualan, *public relations*, lobi, hubungan dengan pers, komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan, dan aspek-aspek lainnya. Peranaan persuasif dalam masyarakat adalah menelaah tentang bagaimana

keterkaitan antara individu dengan pengaruh yang dibentuk oleh individu yang lain, kelompok dan organisasi, serta lembaga tempat individu tersebut bergabung. Juga pengaruh kolektivitas atas individu yang ditimbulkannya.<sup>24</sup>

#### 4. Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah merupakan kelompok orang yang bekerja dalam saling ketergantungan untuk mencapai beberapa tujuan. Orang yang dapat bekerja dengan saling ketergantungan hanya melalui komunikasi. Komunikasi merupakan sarana melalui mana orang yang mengklarifikasi harapan mereka dan mengkoordinasi pekerjaa, yang memungkinkan mereka mencapai tujuan organisasi dengan lebih efisien dan efektif.<sup>25</sup>

Komunikasi di dalam organisasi terdapat empat arah yang berbeda: ke bawah, ke atas, horizontal, diagonal. Karena empat arah komunikasi ini merupakan kerangka komunikasi dalam tubuh organisasi. Hal ini dapat memungkinkan untuk memahami lebih baik berbagai hambatan komunikasi yang efektif dalam organisasi, serta cara mengatasi hambatan tersebut:

- 1) Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi ke bawah mengalir dari tingkat atas ke tingkat bawah dalam sebuah organisasi dan mencakup kebijaksanaan pimpinan, instruksi, dan memo resmi.

---

<sup>24</sup>Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 26-33.

<sup>25</sup>Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 241.

- 2) Komunikasi ke atas, yaitu komunikasi ke atas mengalir dari tingkat bawah ke tingkat atas sebuah organisasi, dan mencakup kotak saran, pertemuan kelompok, dan prosedur keluhan.
- 3) Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi horizontal mengalir melintasi berbagai fungsi dalam organisasi. Bentuk komunikasi ini diperlukan untuk mengkoordinasi dan mengintegrasikan berbagai fungsi organisasi.
- 4) Komunikasi diagonal, yaitu komunikasi diagonal bersilang melintasi fungsi dan tingkatan dalam organisasi, serta penting dalam situasi di mana anggota tidak dapat berkomunikasi lewat saluran ke atas, ke bawah, ataupun horizontal.

Dengan demikian arus komunikasi berlangsung secara diagonal dan bukan vertical (ke atas) dan horizontal. Saluran diagonal mungkin merupakan bentuk komunikasi yang paling efisien dipandang dari segi waktu dan upaya organisasi.<sup>26</sup>

Setiap organisasi dibentuk dengan tujuan mencapai sasaran atau sasaran-sasaran tertentu. Secara luas sasaran dapat dirumuskan sebagai: memuaskan kebutuhan, keinginan, atau sasaran-sasaran para anggotanya. Berikut yang dapat mengklasifikasi sesuatu organisasi sesuai dengan sasaran-sasaran khusus para anggotanya yang berusaha akan dipenuhi. Sebagai contoh dapat dikemukakan adanya hal-hal berikut:

- 1) Organisasi-organisasi pelayanan (*service organizations*), yang siap membantu orang-orang tanpa menuntut pembayaran penuh dari

---

<sup>26</sup>Gibson, dkk, *Edisi Kelima Organisasi Jilid 2 Perilaku Struktur Proses*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 110-111.

masing-masing pihak yang menerima servis yang bersangkutan (badan-badan amal organisasi)

- 2) Organisasi-organisasi ekonomi (*economic organizations*), yaitu organisasi-organisasi yang menyediakan barang-barang dan jasa-jasa sebagai imbalan untuk pembayaran dalam bentuk tertentu.
- 3) Organisasi-organisasi religious (*religious organizations*), yang memenuhi kebutuhan spiritual dari anggotanya.
- 4) Organisasi-organisasi perlindungan (*protective organizations*), yang memberikan perlindungan kepada orang-orang dari bahaya (departemen-departemen kepolisian- ABRI, pemadam kebakaran).
- 5) Organisasi-organisasi pemerintah (*government organizations*), yang memenuhi kebutuhan akan keteraturan dan kontinuitas (pemerintah pusat- pemerintah daerah).
- 6) Organisasi-organisasi social (*social organizations*), yaitu organisasi-organisasi yang memenuhi kebutuhan social orang-orang untuk mencapai kontak dengan orang-orang lain, kebutuhan akan identifikasi dan bantuan timbal balik (komunitas social, tim-tim untuk tujuan tertentu).<sup>27</sup>

## 5. Komunitas Rumah Belajar Ceria

Komunitas Rumah Belajar Ceria (RBC) adalah sebuah komunitas yang peduli pada upaya-upaya peningkatan kualitas pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat, khususnya anak-anak dan masyarakat di daerah tetinggal dan golongan ekonomi lemah. Rumah belajar ceria bersifat dinamis, fleksibel, social kemasyarakatan, independen, dan tidak mengejar keuntungan. Relawan Rumah

---

<sup>27</sup>J.Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 12-13.

Belajar Ceria berasal dari latar belakang pendidikan dan profesi yang berbeda. Rumah Belajar Ceria merupakan nama yang dipilih untuk mewadahi komunitas dengan moto, *Cerdas Ilmunya, Cerdas Akhlaknya* ini. Konsep rumah lebih dipilih untuk menimbulkan kesan bebas dari atribut pakaian, birokrasi sekolah dan suasana nyaman berada di lingkungan keluarga, namun tetap mementingkan konsep akademik.

Selama beberapa bulan mencari dan melakukan survey lokasi di beberapa daerah Palembang, akhirnya dipilihlah wilayah Sungai Pedado. Sungai Pedado adalah salah satu nama kampung yang terletak di pinggiran Sungai Musi Kota Palembang, dengan jumlah penduduk sekitar 400 kepala keluarga dengan rata-rata pendidikan sebatas sekolah menengah pertama. Pendidikan yang minim tersebut membuat mata pencarian mereka pun terbatas. Masyarakat pedado rata-rata bekerja sebagai petani, kuli, tukang becak, supir dan lain-lain. Hidup di kawasan kota besar dengan pendidikan dan keahlian yang terbatas, menjadikan warga Sungai Pedado semakin terpinggirkan.

Komunitas ini berdiri sejak 14 Maret 2014 telah menghadirkan program-program dan kegiatan untuk anak-anak dan masyarakat pra sejahtera tanpa dipungut biaya sedikit pun atau gratis.

Adapun program yang telah RBC lakukan terbagi menjadi 2 (dua) kelompok besar yaitu Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat dengan rincian sebagai berikut:

**a. Pendidikan**

- 1) Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) adalah program pelayanan pendidikan gratis yang diberikan kepada anak-anak pra sekolah. Kegiatan : Belajar dan Mengaja, Ahad Ceria, Kunjungan Edukasi dan Pentas Seni.
- 2) Bina SD-SMP RBC adalah program pembinaan non formal kepada anak-anak usia sekolah di Kampung Sungai Pedado. Kegiatan : Bimbingan Belajar Kreatif, Rumah Baca, Pembinaan Akhlak.
- 3) Program Kakak Asuh (PKA) adalah program pemberian beasiswa kepada adik-adik binaan yang berprestasi untuk melanjutkan pendidikan yang lebih baik lagi. Beasiswa berupa uang pendidikan bulanan dan uang pengembangan (kesehatan dan transportasi pendidikan).

**b. Pemberdayaan Masyarakat**

- 1) Ekonomi Kreatif adalah program pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga masyarakat mampu mengetahui, mengelola, dan memanfaatkan potensi daerahnya. Output dari

program ini adalah produk kreatif yang berasal dari olahan potensi lokal pelatihan, pemasaran, dan pendampingan termasuk permodalan. Produk yang telah didampingi antara lain; a) Jamur Tiram (pembibitan, pembesaran dan olahan makanan dari jamur tiram); b) Kasur lihab- khas Palembang (dukungan permodalan); c) Merchandise kreatif-olahan kain flannel, tas daur ulang sampah (pemasaran); d) Keset rajut (pelatihan, penyediaan alat, dan permodalan).

- 2) Desa Ceria adalah program eventul yang dilakukan RBC dalam rangka pelayanan untuk mewujudkan keceriaan masyarakat. Kegiatan Bakti Sosial, Gotong Royong Kebersihan, Renovasi Masjid, Sosialisasi air bersih dan daur ulang sampah, Cek Kesehatan Gratis.
- 3) Qurban Pedado adalah program penyaluran hewan Qurban berupa sapi melalui masjid Nurul Hidayah Sungai Pedado kepada masyarakat dimana kondisi sebelumnya masyarakat hamper tidak pernah memotong sapi pada saat hari Raya Idul Adha.
- 4) Bina Masyarakat adalah program pembinaan masyarakat supaya mampu mandiri dan rukun dalam kehidupan bermasyarakat. Kegiatan yang telah dilaksanakan adalah

menginisiasi berdirinya dan mendampingi paguyuban masyarakat sungai pedado bersatu.<sup>28</sup>

## 6. Pemberdayaan Masyarakat

Adapun pemberdayaan dalam konteks pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mengubah suatu keadaan atau kondisi masyarakat yang standar hidupnya sangat rendah, kekonidisi yang lebih baik dalam arti ekonomi, sosial, budaya dan politik. Hal ini berarti menyangkut usaha-usaha pertumbuhan modal tenaga kerja yang berkualitas, Perkembangan teknologi baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Definisi lain tentang pemberdayaan masyarakat Menurut Salim Suredjo adalah suatu proses dimana masyarakat, khususnya masyarakat yang kurang memiliki akses kesumber daya pembangunan perlu didorong untuk meningkatkan kemandirian dalam mengembangkan perkehidupan masyarakat Pada prinsipnya, masyarakat mengkaji tantangan utama pembangunan masyarakat lalu mengajukan kegiatan-kegiatan yang dirancang untuk mengatasi problem permasalahan, aktifitas ini kemudia menjadi basis program local, regional, bahkan nasional dengan target pendekatan ini adalah kelompok yang termajinalkan dalam masyarakat.<sup>29</sup>

Kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dicapai, oleh sebab itu, setiap pelaksanaan pemberdayaan

---

<sup>28</sup> Data Komunitas Rumah Belajar Ceria, Palembang: TBM Kreatif Rekreatif 2018.

<sup>29</sup>Yudi, *Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (PPMK) DI Kelurahan Sunter Jaya*, (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2010), h. 19.

masyarakat perlu dilandasi dengan strategi kerja tertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>30</sup>

Menurut Soetrisno, pemberdayaan masyarakat atau *empowerment* adalah merubah kondisi program pembangunan yang sudah ada dengan cara memberi kesempatan pada kelompok orang menengah kebawah untuk merencanakan dan kemudian melaksanakan program pemberdayaan yang telah dipilihnya, serta memberikan kesempatan pada kelompok orang menengah kebawah untuk mengelola dana pembangunan dengan baik yang berasal dari mengelola dana pembangunan dengan baik yang berasal dari pemerintah maupun pihak lain.<sup>31</sup>

Kegiatan pemberdayaan masyarakat merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dicapai, oleh sebab itu, setiap pelaksanaan pemberdayaan masyarakat perlu dilandasi dengan strategi kerja tertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>32</sup>

## **F. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu kerja sistematis untuk memahami suatu subjek dan objek penelitian dalam

---

<sup>30</sup>Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 100.

<sup>31</sup>Desy Sylvia Indra Visnu, *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)*, (Yogyakarta: UAJY Repository, 2014), h.5-6.

<sup>32</sup>*Op.Cit.*, Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 167.

menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan merujuk pada pengertian tersebut, maka diperoleh metodologi penelitian sebagai berikut :

## **1. Jenis dan Sumber Data**

### **a. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2007:68).

### **b. Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan penulis ada dua macam yaitu data primer dan data sekunder :

#### **1) Sumber Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari Founder komunitas Rumah Belajar Ceria melalui observasi, wawancara, angket, dokumentasi serta Relawan Komunitas Rumah Belajar Ceria.

## **2) Sumber Data Sekunder**

Sebagai data pendukung dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, dokumentasi, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam menyelesaikan penelitian yang diambil, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, dan fakta yang akan peneliti lihat guna menyelesaikan hasil akhir dari penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Adapun teknik dalam pengumpulan data-data penelitian, penulis menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

### **a. Observasi**

Observasi yang dilakukan penulis dalam mendapatkan data mengenai strategi komunikasi dalam membangun masyarakat madani yaitu beberapa langkah-langkah dan penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat. Adapun tempat observasi dilakukan penulis yaitu di Kampung Sungai Pedado Palembang terletak di Jalan Syarkowi.

### **b. Wawancara**

Wawancara merupakan kegiatan proses tanya jawab secara lisan, dimana dua orang atau lebih secara *face to face* yaitu antara pewawancara dengan informan (Founder Rumah Belajar Ceria). Penulis melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang sudah ditetapkan.

### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi diperoleh dari arsip, dokumen yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Dapat berupa kamus, majalah, literature-literatur, surat kabar, serta sumber informasi lain yang dapat mendukung penelitian yang dilakukan.

### **d. Angket**

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Cara pemerolehan data dari penelitian ini adalah dengan cara responden mengisi angket yang telah disediakan oleh penulis. Pada penelitian ini juga menggunakan angket *skala likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Sehingga dalam penelitian ini, kuesioner akan dikembangkan dengan hasil wawancara. Adapun lokasi penyebaran angket tersebut bertempat di kampung sungai pedado.

### 3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mengamati fenomena kemudian menganalisis kerja dan aktifitas yang terjadi. Sehingga peneliti dapat mengetahui secara jelas strategi yang diterapkan oleh komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado yang diuraikan oleh *Founder* RBC. Selanjutnya, dapat mengetahui seberapa besar masyarakat berpartisipasi dan mengetahui respon masyarakat dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh Komunitas Rumah Belajar Ceria dari angket yang disebarakan kepada masyarakat Pedado dalam data yang diperoleh melalui survei dengan menggunakan angket diolah dengan menggunakan statistik deskriptif berupa *Skala Likert* . Kemudian hasil penelitian dapat dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

### G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memahami skripsi ini, maka peneliti akan mendeskripsikan secara sistematis dengan cara memaparkan beberapa hal yang akan dibahas, terdiri dari lima bab, sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN** yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan

**BAB II : LANDASAN TEORI** yaitu berisi tentang konsep dan teori-teori yang mendukung mengenai penelitian tentang strategi komunikasi komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang, dimana topik kerangka pemikirannya terdiri tentang strategi komunikasi komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di tempat mereka melakukan pengabdian kemasyarakatan Kampung Sungai Pedado Palembang.

**BAB III : GAMBARAN UMUM** yaitu berisi tentang gambaran umum komunitas Rumah Belajar Ceria yang mengabdikan di Kampung Sungai Pedado Palembang.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN** yaitu berisi tentang menjelaskan bagaimana cara menyelesaikan masalah dengan data yang dimiliki dengan menggunakan metode dan teknik sesuai permasalahan yang diangkat. Analisis data yang berisi tentang strategi komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN** yang berisi mengenai kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian “Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang.