

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS RUMAH BELAJAR CERIA
DALAM PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KAMPUNG SUNGAI
PEDADO PALEMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

OLEH :

Putri Wahyuni Megawati

NIM : 15 25 100043

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
1439 H/ 2018 M**

NOTA PEMBIMBING

Hal: Persetujuan Ujian Munaqasah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

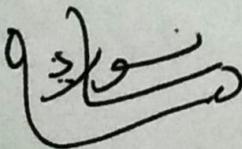
Dengan Hormat,

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh maka kami berpendapat bahwa skripsi **Putri Wahyuni Megawati NIM. 1525100043** yang berjudul "**Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang**" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikian hal ini disampaikan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

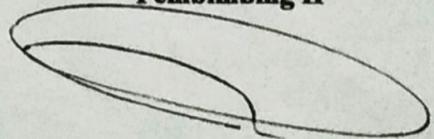
Pembimbing I



Dr. Nurseri Hasnah Nasution, M. Ag

NIP 197804142002122004

Pembimbing II



Candra Darmawan, M.Hum

NIP 197306071998031004

LEMBAR PERNYATAAN

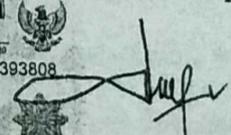
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wahyuni Megawati
NIM : 1525100043
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan di dalam skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi dari akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Palembang, April 2019




Putri Wahyuni Megawati

NIM. 1525100043

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Putri Wahyuni Megawati
NIM : 1525100043
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ KPI Konsentrasi Public Relation
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang Sumatera Selatan

Telah di munaqosyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Hari/ Tanggal : Jum'at/ 24 Mei 2019

Tempat : Ruang Sidang Munaqosyah Lt.3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang Sumatera Selatan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program strata 1 (S1) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Public Relation.

Palembang, 2019



Dr. Kusnadi, M.A

NIP. 197108192000031002

TIM PENGUJI

KETUA

Manalullaili, M. Ed
NIP.197204152003122003

SEKRETARIS

Muzaiyanah, M.Pd
NIP. 197604162007012012

PENGUJI I

Dr. Hamidah, M.Ag
NIP.19661001191032001

PENGUJI II

Mohd. Aji Isnaini, MA
NIP. 197004172003121001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Disaat Ekonomi Lesu, Tinggalkan Kegiatan Tidak Produktif.

Belajar Hal Baru , Bekerja Tiga Kali Lebih Giat”

PERSEMBAHAN

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT atas ridhonya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini, secara khusus saya persembahkan karya tulis ini sebagai tanda cinta saya kepada :

- Ayah Margiono dan Ibu Nirmala Warma yang selama ini senantiasa memberikan dukungan dan kasih sayang di setiap langkah dan pilihan yang saya ambil.
- Saudara dan keluarga besar saya yang tak henti memberikan semangat.
- Teman-teman ‘Istimewa’ Indah Permata Hati, Yala Pertiwi Aisyah, Lucky Meidi Pratama, Amelia Imaji Musik, Yurinda Putri Pertiwi, Citra Putri Hasniawati, Virda Ghesela Rexady, dan Khairunnisa yang menjadi inspiratory utama dalam pembuatan skripsi ini juga telah memberikan pelajaran dan kenangan hidup yang sangat berarti bagi saya.
- Teman-teman Kajian Islam ‘Yuk Ngaji’ yang selalu menguatkan hati dan memberikan arahan lebih baik.

Kata Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji bagi Allah SWT karena atas ridho dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalwat serta salam juga disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Syukur Alhamdulillah, peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul *“Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang”*. Hal ini tentunya dapat tercapai atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Yth. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, MA. Ph.D, Rektor UIN Raden Fatah Palembang atas kesempatan bagi saya untuk menimba ilmu di UIN Raden Fatah.
2. Yth. Bapak Dr. Kusnadi, MA. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan kebijakan dan fasilitas yang baik di fakultas tempat saya menimba ilmu.
3. Yth. Ibu Dr.Nurseri Hasnah Nasution, M. Ag dan Bapak Candra Darmawan, M.Hum selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, kritik, dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Administrasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan pembelajaran dan pelayanan terbaik bagi peneliti selama penelit menimba ilmu di UIN Raden Fatah Palembang.
5. Ayah **Margiono** dan Ibu **Nirmala Warma** serta Mbak **Pratiwi Suci Fabriyani**, yang senantiasa memberikan do'a, memberikan nasihat dan bantuan, dan dukungannya yang tiada terhingga sehingga segala sesuatu yang berkenan dengan tugas akhir ini diberikan kemudahan dan kelancaran oleh Allah SWT.

6. Komunitas Rumah Belajar Ceria, Kak Evan Saputra dan seluruh relawan RBC yang telah memberikan izin dan membantu selama proses pencarian data penelitian berlangsung.
7. Sahabati Ukhti-Q, Yurinda Putri Pertiwi dan Citra Putri Hasniawati yang selalu setia membantu dan menemaniku dalam pengerjaan skripsi ini
8. All Crew Zetizen Sumatera Ekspres, yang selalu memberikan support, ide dan saran yang mendukung.
9. Teman-teman di kelas KPI-A 2015 yang selama empat tahun belakang telah membantu membentuk pribadi saya menjadi lebih kritis dan tangguh untuk bersaing.

Semoga peran serta bantuan yang telah mereka berikan kepada peneliti dapat menjadi amal ibadah dan dibalas oleh Allah SWT dengan pahala dan kebaikan yang berlipat ganda. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Aamin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, April 2019

Peneliti

Putri Wahyuni Megawati

NIM. 1525100043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Kerangka Teori.....	14

G. Metodologi Penelitian.....	31
H. Sistematikan Penulisan	35

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi	37
2. Penetapan Strategi dalam Perencanaan Komunikasi.....	39
3. Tujuan Strategi Komunikasi.....	41

B. Teori Strategi Komunikasi Persuasif

1. Strategi Psikodinamika	42
2. Strategi Persuasi Sosiokultural	45
3. Strategi <i>The Meaning Construction</i>	47

C. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	48
2. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif	53

D. Pemberdayaan Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat.....	54
2. Tahap-Tahap Pemberdayaan	57
3. Proses Pemberdayaan Masyarakat	58
4. Pendekatan dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat	60

**BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG KOMUNITAS RUMAH BELAJAR CERIA DI
KAMPUNG SUNGAI PEDADO PALEMBANG**

A. Sejarah Berdirinya Rumah Belajar Ceria	63
B. Kegiatan Rumah Belajar Ceria	68
C. Visi dan Misi Rumah Belajar Ceria	74
D. Logo Rumah Belajar Ceria	78
E. Susunan Kepengurusan Komunitas Rumah Belajar Ceria.....	80
F. Gambaran Umum Rumah Belajar Ceria	84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Teori Strategi Komunikasi Persuasif Yang Digunakan Komunitas Rumah Belajar Ceria	
1. Strategi Psikodinamika	89
2. Strategi Persuasif Sosiokultural	98
3. Strategi <i>The Meaning Construction</i>	100
B. Faktor Penghambat dan Pendukung Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat	
1. Faktor Pendukung.....	102
2. Faktor Penghambat	107
C. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi Persuasif Yang Digunakan Komunitas Rumah Belajar Ceria	

1. Pengenalan Wilayah	109
2. Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat	112
3. Proses Pemberdayaan Masyarakat	112
4. Pemandirian Masyarakat	115

D. Hasil Analisa Strategi Komunikasi Persuasif Rumah Belajar Ceria dalam
Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang

.....	118
-------	-----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	126
B. Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan atas adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh Komunitas Rumah Belajar Ceria terhadap masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang. Adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh Rumah Belajar Ceria ini agar dapat memberikan nilai ekonomi lebih kepada masyarakat. Seiring berjalannya pemberdayaan yang dilakukan oleh RBC menunjukkan *progress* yang cukup baik bagi masyarakat Kampung Sungai Pedado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berbentuk deskriptif dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan angket berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach terdiri dari psikodinamika, sosio kultural, dan *the meaning construction*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilaksanakan oleh Rumah Belajar Ceria dimulai dengan pengenalan wilayah, sosialisasi pemberdayaan masyarakat serta menjalankan secara bersama proses kegiatan pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado. Adapun faktor pendukung dari kegiatan ini adalah dana yang mencukupi dan partisipasi yang sangat kuat dari masyarakat, sedangkan untuk faktor penghambat adalah minimnya pola pikir masyarakat.

Kata kunci: Rumah Belajar Ceria, pemberdayaan masyarakat, strategi komunikasi persuasif

Daftar Gambar

Gambar.3.1. Kondisi wilayah di Kampung Sungai Pedado	65
Gambar.3.2. Antusias warga Sungai Pedado saat <i>Launching</i> hari perdana 15 Maret 2014.....	66
Gambar.3.3. Perbandingan fasilitas gedung lama dan gedung baru.....	67
Gambar.3.4. Logo Rumah Belajar Ceria	78
Gambar.3.5. Struktur pengurus Komunitas Rumah Belajar Ceria	80
Gambar.3.6. Denah lokasi kegiatan RBC.....	87
Gambar.4.2. Bangunan RBC hasil donasi dari CSR Pertamina	106
Gambar.4.3. Gazebo belajar donasi dari CSR PT.PLN.....	106
Gambar.4.4. Buku fiksi dan non fiksi serta buku-buku belajar merupakan donasi dari Gramedia Palembang.....	106
Gambar.4.5. Pemberian imunisasi dan vaksin oleh Puskesmas Keramasan untuk masyarakat sekitar bersama RBC	107
Gambar.4.6. Proses pembuatan Jamur Crispy oleh ibu-ibu Pedado.....	114
Gambar.4.7. Pembudidayaan jamur tiram merupakan upaya pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi kreatif.....	117
Gambar.4.8. Hidroponik RBC, dengan brandig Hid-Up Farm juga merupakan program pemberdayaan masyarakatdi bidang ekonomi kreatif. Petaninya sendiri diambil bapak-bapak masyarakat Pedado.....	117
Gambar.4.9. Hasil jawaban pada pertanyaan ke 1-7	119
Gambar.4.10. Hasil jawaban pada pertanyaan ke 8-13	120
Gambar.4.11. Tingkat persentase keberhasilan program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang.....	121
Gambar.4.12. Perempuan lebih aktif mengikuti program pemberdayaan masyarakat.....	121
Gambar.4.13. Persentase pekerjaan masyarakat Pedado	122
Gambar.4.14. Tingkat pendidikan masyarakat Pedado tertinggi adalah sekolah dasar	122
Gambar.4.15. Status responden yang mengisi angket penelitian	123
Gambar.4.16. Sebanyak 84% masyarakat Pedado sangat berpartisipasi dalam	123
mengikuti program pemberdayaan masyarakat	124
Gambar.4.17. Lama tinggal masyarakat di Kampung Sungai Pedado	124
Gambar.4.18. Umur responden pengisian angket.....	125

Daftar Bagan

Bagan 1.1. Proses Rasional.....	22
Bagan 1.2. Proses Emosional	22
Bagan 2.1. Proses Rasional.....	49
Bagan 2.2. Proses Emosional	49
Bagan 2.3. Proses Persuasif.....	50
Bagan.4.1. Perkembangan Partisipasi Masyarakat.....	104

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 dipercakapkan. 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.¹

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

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

pemberdayaan masyarakat yang dilakukan harus diarahkan langsung pada akar 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.²

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 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.³

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

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

³Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 120.

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.⁴

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 dari segi ekonomi maupun segi social.⁵ Pemberdayaan akan bisa berjalan sesuai harapan jika dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Pendekatan pembangunan yang berbasis lokalitas seperti ini diasumsikan menjadi salah satu bentuk keberpihakan secara nyata terhadap kepentingan local dan menempatkan pengetahuan lokal (*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 pembangunan pada gilirannya diyakini akan menghilangkan marginalisasi, ketimpangan, ketidakadilan, dan memperkuat sector masyarakat.⁶

⁴*Op.cit*, Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014), h.167.

⁵*Ibid.*, h.76-77.

⁶*Ibid.*, h.142

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.⁷

Adapun pemberdayaan dalam konteks pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mengubah suatu keadaan atau kondisi masyarakat yang standar hidupnya sangat rendah, kekondisi yang lebih baik dalam arti ekonomi, sosial, budaya dan politik.

Meskipun pembangunan desa selalu menjadi fokus perhatian pemerintah sejak Indonesia mengawali kemerdekaannya. Namun, strategi pembangunan desa sering kali mengalami perubahan. Hal ini memanasifestasikan, 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

⁷Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 55.

pembangunan desa adalah pada pembangunan masyarakat.⁸ 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.⁹

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 menegatkan masyarakat dengan dirinya sendiri. Penyuluhan pembangunan diposisikan sebagai usaha mengendalikan atau memanipulasi lingkungan sedemikian rupa, sehingga

⁸Moeljarto Tjokrowinoto, *Pembangunan Dilema dan Tantangan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996), h. 34-35.

⁹*Ibid.*, h. 41.

dapat mempengaruhi orang-orang tertentu untuk mau mengubah pola perilakunya untuk memperbaiki mutu kehidupan mereka.¹⁰

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*”.¹¹

Disini, Komunitas Rumah Belajar Ceria dibentuk pada tanggal 14 Maret 2014 di Palembang, bergerak dibidang sosial pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat 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.

¹⁰Ravik Karsidi, *Vol.2 No.1 Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Mediator Jurnal Komunikasi: 2001), h. 115.

¹¹Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Edisi Revisi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 217.

Salah satu tugas yang menjadi tanggung jawab setiap relawan RBC adalah mengkomunikasikan inovasi dalam rangka mengubah perilaku masyarakat penerima manfaat (Masyarakat Kampung Sungai Pedado) supaya 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 individualnya, beragam lingkungan fisik dan sosialnya, beragam pula kebutuhan-kebutuhannya, motivasi serta tujuan yang diinginkannya.¹²

Dalam kegiatan lokasi dan cakupan wilayah komunitas Rumah Belajar Ceria di Kampung Sungai Pedado, sebuah daerah pinggir 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.

Indikator kemiskinan menurut Badan Pusat Statistik, indikator mengukur kesejahteraan masyarakat adalah standar hidup. Indikator standar hidup antara lain adanya listrik di rumah tangga, kondisi lantai hunian, bahan bakar dalam memasak,

¹²*Ibid.*, h. 197.

akses air bersih, sanitasi layak, dan kepemilikan aset lebih dari satu. Sedangkan, di Kampung Sungai Pedado terlihat kecil dari kesejahteraan masyarakat terlihat dari tingkat pendidikan rendah (rata-rata penduduk lulusan SD), pendapatan kecil sehingga kebutuhan hidup tidak terpenuhi secara maksimal, keterbatasan akses pendidikan, Kesehatan dan kualitas hidup, Tidak mempunyai akses air minum bersih, Sanitasi layak, Tidak punya aset lebih selain motor dan rumah milik sendiri, Dinding terluas selain dari tembok dan kayu, Bahan bakar memasak utama 25% masih menggunakan dengan kayu bakar.

Oleh karena itu, Komunitas RBC 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.

Kegiatan program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan komunitas Rumah Belajar Ceria terdiri dari tiga bidang yaitu bidang pendidikan, bidang kesehatan lingkungan, dan bidang ekonomi masyarakat. Adapun bidang pendidikan terdiri dari Paud (Kb-Tk), Bina SD-SMP, Program Kakak Asuh (merupakan program beasiswa untuk anak-anak Kampung Pedado yang berprestasi di tempat binaan RBC maupun di sekolahnya), Laboratorium Komputer. Bidang kesehatan lingkungan,

kegiatan rutinnnya dilakukan satu bulan 3-4 kali seperti cek kesehatan dan sosialisasi sanitasi mengingat tidak adanya puskesmas di Kampung Sungai Pedado dan masyarakat masih menggunakan air sungai untuk kebutuhan sehari-hari seperti mandi, mencuci, minum, dan lain-lain. Terakhir, bidang ekonomi masyarakat merupakan kegiatan komunitas RBC bekerja sama dengan CSR Pertamina Plaju membentuk program ekonomi seperti Jamur Tiram, Hidroponik, dan tanaman obat, selain itu sosialisasi dan diskusi RBC bersama masyarakat dalam kegiatan *Training For Teacher*, Hari Asyik Relawan Diskusi, dan Bina Masyarakat. Untuk jamur tiram terdiri dari tiga produk yakni, *Bag Log* jamur yang dihargai Rp.3.500 per buah, jamur Rp.20.000 per kg, dan jamur crispy mac-mur seharga Rp.15.000 per bungkus.

Dengan adanya usaha jamur perdado setidaknya dalam satu hari bisa menghasilkan panen minimal sebanyak 10 kg atau menghasilkan sekitar Rp.4,5 juta per bulan jika produksi jamur meningkat. kondisi sawah pasang-surutdi tepian Sungai Musi memang sulit produktif, biasanya warga mulai menanam padi pada saat air surut pada Mei dan panen tiba sekitar Oktober, selanjutnya petak sawah warga terendam air pasang karena musim penghujan tiba.

Untuk pelaksanaan kegiatan di atas agar sesuai rencana, komunitas RBC membuat pembagian jadwal untuk Paud kegiatan di lakukan setiap hari selasa, kamis, sabtu sedangkan untuk Bina SD-SMP setiap hari Minggu dan untuk pemantauan kegiatan di bidang ekonomi masyarakat setiap hari selasa, kamis, sabtu

dan minggu. Komunitas RBC memiliki target pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat 10 tahun kedepan di mulai dari tahun 2014- sekarang.

Upaya yang dilakukan relawan RBC menunjukkan bahwa melalui sinergi, pemberdayaan masyarakat dapat berkembang di Kampung Sungai Pedado. Bahkan, tidak menutup kemungkinan kelak kelompok binaan tersebut bisa menjalankan roda usahanya secara mandiri.

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 Sumatera Selatan.

B. Rumusan Masalah Penelitian

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. Batasan Masalah

Penelitian ini, peneliti memberikan batasan masalah pada strategi komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang. Pembatasan ini dilakukan supaya penelitian menjadi lebih fokus, terarah dan mempermudah dalam proses pencarian data, selain itu pembatasan masalah ini berguna untuk menghindari perluasan pembahasan yang tidak ada hubungannya dengan masalah yang akan di teliti.

D. 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 peneitian 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.

E. 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 pembentukkan 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.

F. 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 dioperasionalkan 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.¹³

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

¹³Mukti Sitompul, *Konsep Komunikasi Pembangunan*, (Medan: USU digital library, 2002), h. 2.

tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.¹⁴

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.¹⁵

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.¹⁶

¹⁴Desy 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.

¹⁵Gibson, dkk, *Edisi Kelima Organisasi Jilid 2 Perilaku Struktur Proses*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 106.

¹⁶Alo 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.¹⁷

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*.¹⁸

¹⁷Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi* , (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 241.

¹⁸*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.¹⁹

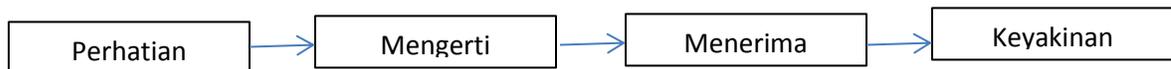
3. Persuasif

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.

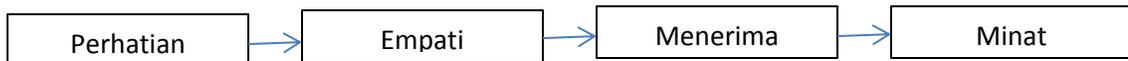
Persuasif bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan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

¹⁹Onong 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.²⁰

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.²¹

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.

²⁰Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 26-33.

²¹Wibowo, *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.²²

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

²²Gibson, 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).²³

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 Belajar Ceria berasal dari latar belakang pendidikan dan profesi yang berbeda.

²³J.Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 12-13.

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) Jamut 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) Kaset 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.²⁴

²⁴ Data Komunitas Rumah Belajar Ceria, Palembang: TBM Kreatif Rekreatif 2018.

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, ke kondisi 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.²⁵

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

²⁵Yudi, *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.²⁶

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.²⁷

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.²⁸

G. Metodologi Penelitian

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

²⁶Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 100.

²⁷Desy 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.

²⁸*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 disebarkan 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.

H. 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.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan :

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal .²⁹

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Dengan demikian, yang dimaksud dengan makna dari suatu strategi komunikasi akan berhadapan dengan kenyataan tentang apa dan bagaimana semua aktivitas yang dilakukan mampu efektif dalam

²⁹Hafied Cangara, *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), h. 64.

mewujudkan ide, pemikiran, dan cara-cara yang sebelumnya diketahui dan dipahami oleh para pelaku komunikasi.³⁰

Quinn dan Mintzberg (1991:23) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu :

- a. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b. *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasikan sesuatu pada posisi yang tepat.
- d. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.
- e. *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain atau menuver spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau competitor.³¹

Strategi komunikasi erat sekali dengan organisasi komunikasi. Strategi komunikasi lebih kepada bentuk dari sejumlah langkah strategis yang diambil oleh sebuah organisasi sehingga semua aktivitas komunikasinya mampu mencapai sasaran secara efektif. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku

³⁰Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*, (Bandung: Rosda, 2018), h. 4-6.

³¹*Ibid.*, h. 10.

komunikasi, tetapi awalnya didahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.³²

Aspek komunikasi juga menjadi hal vital dalam proses strategi yang dihubungkan dengan model komunikasi dasar menurut Harold Laswell : *who says what in which channel to whom with what effect.*³³

2. Penetapan Strategi dalam Perencanaan Komunikasi

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what in which channel to whom with what effect*. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk

³²*Ibid.*, h. 11.

³³Desy 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, 2014), h. 3-4.

itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni; (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).

b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Masyarakat sebagai makhluk sosial, sangat peka dengan hal-hal yang bersifat persuasi, propaganda, agitasi dan perang urat syaraf. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut pikiran dan pengalamannya.

Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program. Kelompok itu adalah :

- a) Kelompok yang memberi izin, yaitu suatu lembaga atau badan yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan.
- b) Kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang akan dilaksanakan.
- c) Kelompok oposisi, ialah mereka yang menantang atau bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilakukan.

- d) Kelompok evaluasi, ialah mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program.³⁴

3. Tujuan Strategi Komunikasi

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 tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.³⁵

³⁴*Ibid.*, h. 133-142.

³⁵Desy 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, 2014), h. 5.

B. Teori Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mengubah 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, dimana lokasi penyampaian, di mana lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.³⁶

Melvin L DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memberikan beberapa Strategi komunikasi persuasif, yaitu :

1. Strategi Psikodinamika

Penyampaian pesan-pesan komunikasi dalam model psikodinamika akan efektif dalam persuasi apabila memiliki kemampuan psikologis mengubah minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa, sehingga individu akan menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator. Dengan kata lain, kunci keberhasilan persuasi terletak pada kemampuan mengubah struktur psikologis internal yang laten (motivasi, sikap, dan lain-lain) dengan perilaku yang diwujudkan sesuai dengan kehendak komunikator. Model psikodinamik berkembang atas dasar

³⁶Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 29.

teoritis maupun empiris. Teori-teori yang penting mengenai jalan bahwa sikap, opini, rasa takut, konsep diri, persepsi dari kredibilitas sumber serta beberapa variable yang berhubungan erat dengan persuasi.³⁷

Strategi psikodinamika didasari pada asumsi bahwa biologis manusia itu merupakan hal yang diwariskan, terdapat sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional, terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kongnitif individu.³⁸

Berasal dari Sigmund Freud, asal kata Psiche; pikiran, namun mencakup perasaan, pengalaman masa lalu, roh dan jiwa. Kata Dinamic: mengacu pada pandangan bahwa psikis individu bersifat dinamis, tidak statis. Teori dasar Freud menekankan pada dorongan insting dari individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal.

Strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Bahwa pada dasarnya, faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia karena tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor

³⁷Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: Buku Kita, 2009), h. 29-30.

³⁸Bustomi Aripin, *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang)*, (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2016) , h. 24.

biologis (seperti tinggi, berat, sex, rasa, dan lain-lain). Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut.

Demikian, faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, faktor-faktor kognitif dapat diubah tentunya perilaku pun dapat diubah. Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan struktur internal jiwa sebagai hasil belajar. Dalam penekanan ini memungkinkan menggunakan media massa untuk mengubah struktur tersebut, seperti perubahan perilaku.³⁹

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai cara, dimana mereka akan merespons secara terbuka dengan bentuk perilaku, seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan persuader. Komunikasi persuasif yang efektif dapat dikatakan terletak dalam belajar hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh persuader. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap dan lain-lain hasilnya tampak pada perilaku yang tampak.

³⁹*Ibid.*,h. 24.

Strategi persuasi psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Salah satu dasarnya bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, dimana sasaran akan merespons secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader.⁴⁰

Dalam perkembangan kepribadian manusia, tercatat ada 3 hal, yaitu Id (insting dan dorongan kepuasan), Ego (daya nalar, proses mental pikiran sehat, dan realitas), dan Super ego (nilai-nilai sosial). Mekanisme pertahanan dalam seorang individu saat menerima stimulan dari luar adalah *repression* (penekanan) berkenaan dengan dorongan hati yang tidak pantas dikeluarkan sehingga didesak kedalam pikiran bawah sadar. *Regression* (kemunduran) kembali ke bentuk-bentuk perilaku awal perkembangan. *Sublimation* mengganti perilaku yang tidak wajar dengan perilaku yang lebih baik. *Displacement* (penggantian) mengubah sasaran pelampiasan dari emosi kepada sebuah objek lain. *Reaction formation* (pembentukan reaksi) bertindak yang berlawanan dengan apa yang dirasakan atau yang diinginkan.⁴¹

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Bahwa perilaku strategi persuasi sosiokultural dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasi

⁴⁰*Ibid.*, h. 25.

⁴¹Yanie Pratiwi Firdaus, *Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT.Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru*, (Riau: Universitas Negeri Riau, 2016), h. 9.

menegaskan terhadap individu aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak yang akan mengatur aktivitas, dimana komunikator mencoba untuk memperolehnya atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut.

Strategi persuasi sosiokultural sering sekali digunakan bersama dengan tekanan antarpersonal untuk kompromi. Artinya, kombinasi antarpesan melalui media dan individu dapat ditukarkan. Strategi multistap ini dapat diilustrasikan dalam pengertian yang kongkret jika kita memeriksa taktik kampanye yang sangat sukses, dimana hampir setiap orang mengenalnya.

Strategi sosiokultural banyak digunakan dalam promosi produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi pengendalian pendanaan. Oleh karena itu, dalam strategi ini sering kali pengertian tentang kultur, pengharapan sosial, serta semua komponen organisasi sosial ditetapkan sebagai dasar konseptual untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan barang-barang.⁴²

Strategi persuasif sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan persuader di dalam meningkatkan orang yang dipersuasif. Perilaku dari orang yang

⁴²*Ibid.*,h. 10.

dipersuasi dipengaruhi faktor lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja.⁴³

Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah perilaku persuade, karena rata-rata persuapasti mendekati orang-orang yang memang dikenal. Seorang dalam kategori ini pasti akan lebih mudah dipersuasif selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan keluarga. Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan di antara kedua pelaku dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diatur dalam kontrak. Dengan adanya kepercayaan antara dua pelaku akan mempermudah dalam mempersuasif seorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.

Asumsi pokok dari strategi persasui sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dirinya. Esensi strategi ini bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan consensus bersama.⁴⁴

3. Strategi *The Meaning Construction*

Statregi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn do*) bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini berawal dari hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apayang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan

⁴³*Ibid.*, h.11.

⁴⁴Bustomi Aripin, *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang)*, (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2016) , h. 25.

pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang dipersuasif. Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang dipersuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah yang harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader

Pada strategi ini persuader berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasi. Persuader memberikan perumpamaan- perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

Dalam memperkenalkan suatu hal, persuader tidak melakukan media periklanan, persuader cukup menjelaskan dengan orang yang dipersuasi langsung pada saat memberikan suatu pemahaman, karena bagi persuader itu sangat efektif dan efisien, ditambah lagi lembaga/instansi cukup mengandalkan nama besar. Selain mengenalkan melalui nama besar instansi, persuader perlu melakukan pengenalan secara personal selling dengan yang dipersuasi, dengan kata lain dari mulut ke mulut saja.⁴⁵

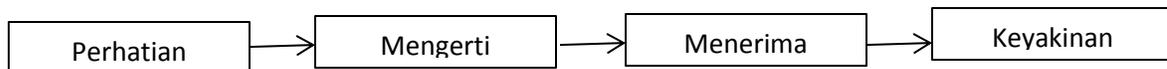
C. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

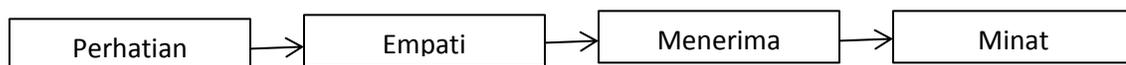
Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan latin, *persuasion*, yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.

⁴⁵*Ibid.*, h. 26.

Persuasi dapat dilakukan baik secara *rasional* maupun *emosional*. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek-aspek yang dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga pada orang tadi terbentuk keyakinan (*belief*), komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk dalam kegiatan dimaksud yaitu mempengaruhi sikap emosi *persuadee*. Sedangkan, persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara ini, aspek simpati dan empati seseorang digugah, sehingga muncul proses senang pada diri orang yang dipersuasi (*the liking process*).⁴⁶



Bagan.2.1 Proses Rasional

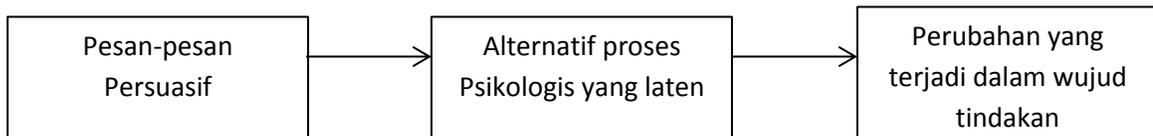


Bagan.2.2 Proses Emosional

Hasil dari komunikasi persuasi sebenarnya tidak bisa dilihat setelah khalayak mendengarkan pesan yang telah disampaikan karena butuh waktu untuk mengevaluasi. Akan tetapi ada yang berpendapat bahwa hasil ajakan dari komunikasi persuasi minimal bisa didapatkan dari tanggapan khalayak setelah mendapatkan

⁴⁶Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 25.

pesan, melalui *post test*. Hal ini mengindikasikan seberapa jauh minat yang akan dilakukan oleh khalayak dari suatu pesan yang telah disampaikan. Khalayak masih perlu menguji tingkat kebenarannya dan tingkat pentingnya dalam kehidupan. Karena sering juga dijumpai ketika pada fase apersepsi atau fase pendahuluan pesan yang akan disampaikan sangat menarik, akan tetapi pada saat pesan itu didengarkan terasa sangat membosankan dan tidak menarik. Untuk itu seorang komunikator harus memperhatikan isi pesan yang akan disampaikan dulu agar pesan tersebut dapat mempengaruhi kognisi dari khalayak. Suprpto T (2002), menggambarkan secara sederhana psikodinamika dari proses komunikasi persuasi sebagai berikut.⁴⁷



Bagan.2.3 Proses Persuasif

Banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar komunikator mau mengubah sikap, pendapat dan perilakunya. Di antara faktor-faktor tersebut adalah :

a. Kejelasan Tujuan

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku audiens. Mengubah pendapat, berkaitan dengan aspek kognitif, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan aspek-aspek kepercayaan (*belief*), ide dan konsep. Dalam

⁴⁷Abdul Muhith dan Sandu Siyoto, *Aplikasi Komunikasi Terapeutik Nursing & Health*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), h. 174.

proses ini, terjadinya perubahan pada diri audiens berkaitan dengan pikirannya. Ia menjadi tahu bahwa pendapatnya keliru dan perlu diperbaiki. Jadi dalam hal ini, intelektualnya menjadi meningkat. Mengubah sikap, berkaitan dengan aspek afektif. Dalam aspek afektif, tercakup kehidupan emosional audiens. Jadi, tujuan komunikasi persuasif dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyangi, dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan.

b. Memikirkan Secara Cermat Orang-Orang yang Dihadapi

Dalam upaya mencermati *persuadee*, Nothstine (1991) mengklasifikasi-kan sebagai berikut.

- a) *Perusadee* yang tidak bersahabat secara terbuka, *persuadee* yang selalu menentang secara aktif melawan dengan bentuk perlawanan berupa bicara langsung atau mengumpulkan bantuan orang lain untuk bersama-sama menentang.
- b) *Persuadee* yang tidak bersahabat, *persuadee* ini cenderung terselubung, yang dilakukannya adalah hanya sebatas penolakan-penolakan yang tidak berupa perlawanan. Mereka tidak mencari bantuan orang lain untuk melawan.
- c) *Persuadee* yang netral, sikap *persuadee* ini tidak memihak, mereka tidak pro ataupun kontra, dan seolah-olah mereka tidak peduli dengan keadaan sekitarnya.
- d) *Persuadee* yang ragu-ragu, karakter ini lebih cenderung peduli namun memiliki sikap bimbang. Mereka terombang-ambing antara mempercayai atau menolak. Dalam membuat keputusan, mereka dalam kondisi yang sulit. Mereka tidak dapat melihat alternative

jawaban apakah menolak atau menerima pesan yang telah disampaikan.

- e) *Persuadee* yang tidak mengetahui, mereka tidak mengenali identitas komunikator atau si penyampai pesan, akibatnya keputusan yang mereka buat bergantung pada seberapa besar komunikator dapat meyakinkan mereka.
- f) *Persuadee* yang mendukung, *persuadee* ini berpikiran positif terhadap tindakan, walaupun hal tersebut dilakukan tidak secara terbuka.
- g) *Persuadee* yang mendukung secara terbuka, *persuadee* ini tidak ragu-ragu dalam menerima informasi yang disampaikan, bahkan mereka mau melakukan suatu tindakan secara aktif sesuai dengan pemikiran atau ide yang kita sampaikan kepada mereka.⁴⁸

c. Memilih Strategi yang Tepat

Efektifitas komunikasi persuasif, selain ditentukan oleh dua faktor yang telah disebutkan, 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 strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi yang harus ditentukan adalah siapa sasaran yang dituju, apa saja pesan yang akan

⁴⁸*Ibid.*,h. 28.

disampaikan, mengapa harus disampaikan, di mana lokasi penyampaian pesan, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.⁴⁹

2. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh persuader sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu. Adapun empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut De Vito (2011 : 499-502) adalah sebagai berikut ;

a. Prinsip Pemaparan Selektif

Prinsip ini menerangkan bahwa : (1) pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka (2) pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses meyakinkan sasaran persuasi akan dilangsungkan, maka pemaparan selektif akan terjadi.

b. Prinsip Partisipasi Khalayak

Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktivitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasi bersifat transaksional, dimana pembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif di dalamnya.

c. Prinsip Inokulasi

⁴⁹*Ibid.*, h. 28-30.

Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentanginya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.

d. Prinsip Besaran Perubahan

Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan untuk melakukan perubahan kecil atau sedikit demi sedikit terlebih dahulu dan diperlukan untuk periode yang cukup lama.⁵⁰

D. Pemberdayaan Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pemberdayaan berakar dari kata daya bermakna: (1) kemampuan untuk melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak; (2) kekuatan, tenaga (yang menyebabkan sesuatu bergerak dan sebagainya); (3) muslihat,

⁵⁰Afiati, A.I. *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap Studi Deskriptif pada Pelatih Pendidikan Militer Tamtama TNI AD di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Diponegoro Kebumen*, (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2015), h. 28-29.

empat, akal, ikhtiar, upaya. Pemberdayaan itu sendiri bermakna proses, cara, perbuatan memperdayakan.⁵¹

Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.⁵²

Dalam penyusunan peraturan desa, pemberdayaan merupakan upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan desa melalui penetapan kebijakan, program, dan kegiatan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa.⁵³

⁵¹Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 241.

⁵²Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama), h. 59-60.

⁵³Wisnu Indrajit dan Soiman, *Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan*, (Malang: Intrans Publishing, 2014), h. 83.

Pemberdayaan masyarakat sejalan dengan prinsip pembangunan yang berkelanjutan jika programnya dirancang dan dilaksanakan dengan memerhatikan keberlanjutan dari segi ekonomi maupun segi sosial. Keberlanjutan ekonomi berarti bahwa tidak ada eksploitasi ekonomi dari pelaku ekonomi yang kuat terhadap yang lemah. Keberlanjutan sosial berarti bahwa pembangunan tidak melawan, merusak dan/atau menggantikan system dan nilai sosial yang positif yang telah teruji sekian lama dan telah dipraktikan oleh masyarakat.⁵⁴

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 memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang. Pemberdayaan masyarakat memiliki keterkaitan erat dengan *sustainable development* dimana pemberdayaan masyarakat merupakan suatu prasyarat utama serta dapat diibaratkan sebagai gerbong yang akan membawa masyarakat menuju suatu keberlanjutan secara ekonomi, sosial, dan ekologi yang dinamis. Melalui upaya pemberdayaan, warga masyarakat di dorong agar *memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara optimal serta terlibat secara penuh dalam mekanisme produksi, ekonomi, sosial dan ekologinya.*⁵⁵

⁵⁴Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 77.

⁵⁵Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 76.

Melalui pemberdayaan orang, kelompok, atau masyarakat dituntun menjadi kuat untuk berpartisipasi dan memiliki kreativitas. Melalui pemberdayaan masyarakat, aspek partisipasi dan kreativitas di kelola sedemikian rupa. Sehingga di pandang perlu untuk melakukan pendampingan agar daya (kuasa) yang di miliki oleh orang, kelompok, atau masyarakat bisa di optimalkan.⁵⁶

2. Tahap-Tahap Pemberdayaan

Menurut Sumdiningrat pemberdayaan tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu untuk mandiri, meski dari jauh di jaga agar tidak jatuh lagi. Dilihat dari pendapat tersebut berarti pemberdayaan melalui suatu masa proses belajar hingga mencapai status mandiri, meskipun demikian dalam rangka mencapai kemandirian tersebut tetap dilakukan pemeliharaan semangat, kondisi dan kemampuan secara terus menerus supaya tidak mengalami kemunduran lagi. Sebagaimana disampaikan dimuka bahwa proses belajar dalam rangka pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut adalah meliputi:

- a) Tahap penyadaran dan tahap pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan kapasitas diri
- b) Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengeahuan kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan

⁵⁶Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 243.

- c) Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan, keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.⁵⁷

3. Proses Pemberdayaan Masyarakat

- 1) Penentuan, yaitu proses untuk menentukan serta mengkaji bentuk dan besaran sumber masyarakat yang dibutuhkan sesuai dengan besaran dan kompleksitas masalah yang dihadapi. Proses ini dilakukan melalui pertemuan-pertemuan yang melibatkan para pakar dan praktisi serta wakil-wakil pemilik sumber. Dengan demikian, proses penentuan sumber ini juga memiliki tujuan sosialisasi/ kampanye sosial terbatas dan penggalangan dukungan awal.
- 2) Penemuan, yaitu proses untuk memperoleh kesepakatan pemilik sumber tentang bentuk dan besaran sumber yang dapat disediakan serta tujuan, sasaran, frekuensi dan pertanggung jawaban penggunaannya, proses ini dilaksanakan melalui negosiasi, persuasi, pengembangan kerja sama dan pemanfaatan kewenangan.

⁵⁷<http://eprints.uny.ac.id/18096/4/PDF%20BAB%20%2009.10.040%20Rif%20p.pdf>, Diakses tanggal 25 November 2018.

- 3) Penggunaan, yaitu proses untuk memanfaatkan sumber yang telah berhasil dihimpun, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pemantauan pencatatan, evaluasi dan pelaporannya.
- 4) Pengembangan, yaitu proses untuk meningkatkan jumlah sumber yang telah diperoleh guna meningkatkan kualitas dan jangkauan upaya tersebut, proses ini terutama dilakukan melalui berbagai bentuk penyuluhan sosial/ kampanye sosial, kunjungan observasi/ kunjungan studi banding antar pemilik sumber di berbagai wilayah, serta pelatihan.
- 5) Pelestarian, yaitu proses untuk mencegah terjadinya penurunan jumlah dan kemampuan pemilik sumber dalam dukungan upaya yang dilaksanakan. Proses ini dilakukan terutama melalui demonstrasi hasil-hasil positif penggunaan sumber. Pendayagunaan media massa maupun pelaporan berkala dan pertanggung jawaban penggunaan sumber daya merupakan cara dalam pelestarian sumber daya ini.
- 6) Pertanggung jawaban, yaitu proses untuk menyajikan hasil positif penggunaan sumber kepada pemilik sumber. Tanpa pertanggung

jawaban secara berkala dan profesional, pemanfaatan sumber sulit berlangsung secara berkelanjutan.⁵⁸

4. Pendekatan dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat

a. Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat

Pendekatan pemberdayaan masyarakat dapat diformulasikan dengan mengacu kepada landasan filosofi dan prinsip-prinsip pemberdayaan, yaitu :

- 1) Pendekatan partisipatif, dalam arti selalu menempatkan masyarakat sebagai titik pusat pelaksanaan pemberdayaan yang mencakup :
 - a) Pemberdayaan masyarakat selalu bertujuan untuk pemecah masalah masyarakat, bukan untuk mencapai tujuan-tujuan “orang luar” atau penguasa.
 - b) Pilihan kegiatan, metoda maupun teknik pemberdayaan, maupun teknologi yang ditawarkan harus berbasis pada pilihan masyarakat;
 - c) Ukuran keberhasilan pemberdayaan, bukanlah ukuran yang “dibawa” oleh fasilitator atau berasal dari “luar” , tetapi berdasarkan ukuran-ukuran masyarakat sebagai penerima manfaatnya.

⁵⁸Yudi, *Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (PPMK) Di Kelurahan Sunter Jaya*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), h. 21-22.

- 2) Pendekatan kesejahteraan, dalam arti bahwa apapun kegiatan yang akan dilakukan, dari manapun sumber daya dan teknologi yang akan digunakan, dan siapapun yang akan dilibatkan, pemberdayaan masyarakat harus memberikan manfaat terhadap perbaikan mutu-hidup atau kesejahteraan masyarakat penerima manfaatnya;
- 3) Pendekatan pembangunan berkelanjutan, dalam arti bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat harus terjamin keberlanjutannya, oleh sebab itu, pemberdayaan masyarakat tidak boleh menciptakan ketergantungan., tetapi harus menyiapkan masyarakat penerima manfaatnya agar pada suatu saat mereka akan mampu secara mandiri untuk melanjutkan kegiatan pemberdayaan masyarakat sebagai proses pembangunan yang berkelanjutan.⁵⁹

b. Strategi pemberdayaan Masyarakat

Strategi pemberdayaan masyarakat pada dasarnya mempunyai tiga arah, yaitu, (a) pemihakan dan pemberdayaan masyarakat, (b) pemantapan otonomi dan pendelegasian wewenang dalam pengolaan pembangunan yang mengembangkan peran serta masyarakat;, (c) modernisasi melalui penajaman arah perubahan struktur

⁵⁹Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 161-162.

sosial ekonomi (termasuk di dalamnya kesehatan), budaya dan politik yang bersumber pada partisipasi masyarakat.

Dengan demikian pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan dengan strategi sebagai berikut :

- a) Menyusun instrument pengumpulan data. Dalam kegiatan ini informasi yang diperlukan dapat berupa hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, referensi yang ada, dari hasil temua dari pengamatan-lapangan;
- b) Membangun pemahaman, komitmen untuk mendorong kemandirian individu, keluarga dan masyarakat.
- c) Mempersiapkan system informasi, mengembangkan system analisis, intervensi , monitoring dan evaluasi pemberdayaan individu, keluarga dan masyarakat.⁶⁰

⁶⁰ Ibid.h.168-169

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG KOMUNITAS RUMAH BELAJAR CERIA DI KAMPUNG SUNGAI PEDADO PALEMBANG

A. Sejarah Berdirinya Rumah Belajar Ceria

Palembang merupakan Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan. Sebagai pusat kota, Palembang terus mengalami peningkatan pembangunan infrastruktur. Salah satu tujuan pembangunan infrastruktur ini untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang ada di Kota Palembang agar terwujudnya masyarakat yang sejahtera.⁶¹

Sudah banyak program Pemerintah Kota Palembang dalam memenuhi hak masyarakat, salah satunya dalam bidang pendidikan, yaitu program sekolah gratis. Namun, sekolah gratis masih belum menjadi solusi penuh oleh masyarakat Kota Palembang. Masih ada anak yang belum mendapatkan pendidikan karena beberapa kendala, salah satunya seperti anak-anak di Kampung Sungai Pedado Palembang. Ada beberapa anak usia SD yang putus sekolah disebabkan keterbatasan ekonomi. Walaupun biaya sekolah gratis, tetapi beberapa keperluan sekolah masih ada yang membutuhkan dana. Selain itu, anak-anak Kampung Sungai Pedado juga mengalami kesulitan untuk melanjutkan sekolah ke tingkat SMP dan SMA. Karena letaknya jauh dari kota besar,

⁶¹Rumah Belajar Ceria, *File Dokumen Esai Rumah Belajar Ceria Jilid I*, (Palembang: RBC, 2018), h. 2.

mereka harus menempuh perjalanan dengan menggunakan perahu mesin untuk menuju ke sekolah lanjutan.⁶²

Sebelum melakukan pengabdian masyarakat, RBC melakukan survey tempat terlebih dahulu selama beberapa bulan mencari dan melakukan survey lokasi di beberapa daerah Palembang, akhirnya dipilihlah wilayah Sungai Pedado. Awal Januari 2014 merupakan langkah awal persiapan dalam mempersuasi warga Sungai Pedado. Tidaklah mudah untuk masuk dalam komunitas warga dengan paradigma terbelakang terhadap pendidikan. Namun, RBC tetap mencoba untuk memaparkan visi dan misi mereka untuk diterima dan bisa dapat bekerjasama. Setelah meminta izin dengan perangkat kampung, akhirnya izin didapatkan dan diperbolehkan untuk menggunakan sebuah pondok milik masjid Nurul Hidayah (Masjid di Kampung Pedado), pada saat itu kondisi pondok sudah hampir roboh. Dengan mengumpulkan dana dari delapan orang pengas RBC, akhirnya pondok tersebut dapat direnovasi supaya layak digunakan untuk rumah baca dan rumah belajar.⁶³

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 merekapun terbatas. Masyarakat pedado rata-rata bekerja sebagai petani, kuli, tukang becak, supir dan lain-lain. Hidup di kawasan kota besar

⁶²*Ibid.*, h. 3.

⁶³*Ibid.*, h. 3.

dengan pendidikan dan keahlian yang terbatas, menjadikan warga Sungai Pedado semakin terpinggirkan. Di Kampung Sungai Pedado hanya ada satu Sekolah Dasar. PAUD dan TK pun belum tersedia di sana sehingga tidak ada tempat untuk memfasilitasi belajar anak-anak usia di bawah tujuh tahun.⁶⁴



Gambar.3.1. Kondisi wilayah di Kampung Sungai Pedado

Tepat tanggal 15 Maret 2014 akhirnya Rumah Belajar Ceria resmi *launching* ditandai dengan antusiasnya warga mengantarkan anak-anak mereka untuk belajar. Antusiasme warga sedikit membuat para penggagas kewalahan, sehingga berinisiatif untuk mencari tenaga tambahan relawan. Publikasi lewat dunia maya, membuat komunitas ini mendapatkan perhatian dari beragam kalangan untuk bergabung menjadi relawan dan menjadi donatur tidak terikat.

⁶⁴*Ibid.*, h. 4.



Gambar.3.2.Antusias warga Sungai Pedado saat *Launching* hari perdana 15 Maret 2014

Tanggal 23 Juni 2015, RBC tercatat sebagai organisasi kemasyarakatan dengan Surat Keterangan Nomor:00-393-0507/0105/VI/2015 dikeluarkan oleh Badan Kesatuan Bangsa dan Politik, Pemerintah Kota Palembang. Keluarnya SK dari Pemerintah Kota Palembang, memberikan kekuatan dan kepercayaan lebih dari beragam pihak untuk dapat bekerja sama, diantaranya: RBC mendapatkan izin menggunakan tanah wakaf untuk membangun rumah yang lokasinya dekat dengan pondok yang hampir roboh. Tanah wakaf ini sejak tahun 2002 diserahkan ke Masjid Nurul Hidayah Kampung Pedado untuk keperluan umum dan sosial seluas 3000 m². Namun sampai dengan 2014 penggunaannya hanya sebatas rumah ibadah. Melalui pendekatan dan musyawarah akhirnya Rumah Belajar Ceria diizinkan menggunakan 500 m² untuk digunakan sebagai tempat pembangunan fasilitas pendidikan Taman Bacaan Masyarakat. Dengan modal izin penggunaan ini, Rumah Belajar Ceria akhirnya melakukan berbagai upaya untuk mewujudkan rumah belajar yang representatif untuk anak-anak dan warga Sungai

Pedado. Pertama Rumah Belajar Ceria melakukan penggalangan dana “open donasi” secara umum ke masyarakat, sampai dengan batas waktu tertentu Rumah Belajar Ceria sudah mengumpulkan dana sebesar Rp30.000.000,00. Kedua, Rumah Belajar Ceria juga mengajukan proposal pembangunan Rumah Belajar kepada beberapa perusahaan besar yang ada di Palembang, dan salah satunya PT Pertamina bersedia untuk membantu jalannya pembangunan. Karena lokasi Rumah Belajar Ceria berada di sawah, maka dana Rp30.000.000,00 dikumpulkan secara swadaya digunakan untuk melakukan penimbunan dan pematangan lahan/tanah sedangkan untuk pembangunan gedung menggunakan dana CSR dari PT Pertamina, sebuah kolaborasi yang baik antara masyarakat, komunitas dan korporat. Setelah beberapa bulan melakukan proses pembangunan, aktivitas belajar mengajar yang dulu dilakukan diatas pondok kayu kini telah menggunakan gedung dan fasilitas yang jauh lebih representatif. Saat ini kegiatan belajar dilaksanakan disebuah gedung dengan fasilitas yang jauh lebih baik dan layak.⁶⁵



Gambar.3.3.Perbandingan fasilitas Gedung lama dan Gedung Baru

⁶⁵*Ibid.*, h. 5.

Bantuan juga didapatkan dari Gramedia, Tbk, setelah mengirimkan permohonan bantuan melalui email dan mendapatkan respon positif dari Gramedia yang bersedia membantu dalam bentuk buku sebanyak enam kotak besar dengan jumlah lebih dari 500 buku bacaan. Buku bacaan ini terdiri dari berbagai macam jenis, mulai dari buku mewarnai dan membaca anak-anak, juga terdapat buku-buku ensiklopedia, novel, gaya hidup, kesehatan dan lain sebagainya. Rumah Belajar Ceria juga pernah mendapat bantuan buku dari Kick Andy Foundation dan Komisi Pemberantasan Korupsi. Buku-buku ini juga terus bertambah karena banyak juga donasi yang dilakukan secara perorangan. Sampai saat ini koleksi buku di Rumah Belajar Ceria sudah mencapai ribuan koleksi. Buku buku ini digunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan di Rumah Belajar Ceria, pelayanan TBM dilaksanakan setiap hari Selasa, Kamis, Sabtu dan Minggu mulai dari pukul 08:00-12:00 WIB , namun tidak menutup kemungkinan dibuka pula pada jam-jam lain karena pengelolaannya pun melibatkan masyarakat sekitar.⁶⁶

B. Kegiatan Rumah Belajar Ceria

Konsistensi dalam melakukan kegiatan sosial, komunitas Rumah Belajar Ceria membuat fokus kegiatan mengabdikan di Kampung Sungai Pedado dalam upaya peningkatan kualitas pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat, khususnya anak-anak di daerah tertinggal dan golongan ekonomi lemah.⁶⁷

⁶⁶*Ibid.*, h. 6.

⁶⁷*Ibid.*, h. 8.

Beberapa program pemberdayaan masyarakat pun dibuat komunitas RBC dalam jangka waktu sepuluh tahun, selaras dengan tujuan pemberdayaan masyarakat, Miller mengemukakan bahwa :

“Lingkup materi program pemberdayaan masyarakat harus mencakup segala aspek kegiatan yang berkaitan dengan upaya-upaya peningkatan produksi, peningkatan pendapatan serta perbaikan kesejahteraan masyarakat penerima manfaatnya”.⁶⁸

Berikut merupakan kegiatan Rumah Belajar Ceria yang bergerak di bidang pemberdayaan masyarakat :

1. Program Pendidikan Terpadu

a.PAUD (KB-TK) Rumah Belajar Ceria

Program pelayanan pendidikan gratis yang diberikan kepada anak-anak pra sekolah, dilaksanakan setiap hari Selasa, Kamis, Sabtu dan Minggu. Pada tahun 2017-2018 jumlah penerima manfaat dari program ini adalah sebanyak 50 peserta didik. Kegiatan yang dilaksanakan antara lain: Belajar dan Mengajar, Ahad Ceria, Kunjungan Edukasi dan Pentas Seni.

b. Bina SD-SMP Rumah Belajar Ceria

Program pembinaan non formal kepada anak-anak usia sekolah (SD dan SMP) di Sungai Pedado. Program ini dilaksanakan pada hari minggu di tahun ajaran

⁶⁸Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 247.

2017/2018 ini jumlah penerima manfaat sebanyak 101 peserta didik. Kegiatan : Bimbingan Belajar Kreatif, Rumah Baca, Kelas Seni, Kelas Musik, Kelas Futsal.

c. Program Kakak Asuh (PKA)

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). Pada tahun ajaran 2017/2018 ini ada 5 peserta didik yang rutin diberi beasiswa masing-masing 2 orang untuk tingkat perguruan tinggi dan 3 orang untuk tingkat Sekolah Menengah Pertama.

d. Laboratorium Komputer Pedado

Program Laboratorium Komputer Pedado merupakan program yang baru dirilis oleh Rumah Belajar Ceria pada tahun 2018 ini. Program ini didasari oleh semakin berkembangnya teknologi informasi saat ini. Dunia digital menjadi alat efektif untuk belajar apa pun. Kampung Pedado bersama Rumah Belajar Ceria kini memiliki empat belas unit komputer yang bisa digunakan secara gratis oleh masyarakat untuk meningkatkan pengetahuannya di dunia digital. Di tahun ajaran baru ini, Rumah Belajar Ceria mulai akan membuka kelas literasi digital, dengan penerima manfaat tidak hanya anak-anak, tetapi juga untuk masyarakat umum yang juga ingin turut belajar terkait informasi teknologi. Selain itu keberadaan laboratorium komputer ini juga diharapkan mampu membuka akses pengembangan

potensi Kampung Pedado dengan dunia luar. Kegiatan yang dilakukan dalam program ini adalah Pelatihan komputer, Pelatihan membuat website dan lain-lain

2. Program Kesehatan Lingkungan

Fasilitas kesehatan yang minim dan kondisi lingkungan pesisir sungai yang rentan melatarbelakangi RBC juga turut menelurkan program Kesehatan Lingkungan. Mimpi besarnya RBC ingin memiliki Rumah Sehat sebagai tempat pelayanan kesehatan umum bagi masyarakat. Sejauh ini Rumah Belajar Ceria telah melakukan FGD bersama dinas kesehatan Keramasan Palembang, terkait mengembangkan Program Kesehatan Lingkungan. Pihak Puskesmas sangat mendukung dan terus mendorong untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Namun secara paralel sambil menunggu izin operasional Rumah Belajar Ceria terus memberikan pelayanan kesehatan gratis eventual, sosialisasi hidup bersih dan pendirian rumah herbal sebagai bagian dari alternatif hidup sehat. Kegiatan dalam program kesehatan lingkungan ialah Cek kesehatan gratis, Sosialisasi penggunaan air bersih, Suntik vaksin difteri

3. Program Ekonomi Masyarakat

a. Ekonomi Kreatif

Program Pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga masyarakat mampu mengetahui, mengelola dan memanfaatkan potensi daerahnya, ada 68 KK penerima manfaat dan akan terus bertambah. Dari program ini mereka telah memiliki tambahan penghasilan dari usaha yang telah mereka bangun bersama relawan RBC. . Program ini telah menelurkan beberapa produk unggulan sesuai dengan potensi dan kearifan

lokal Sungai Pedado. Warga dididik terampil dan berdaya untuk meningkatkan perekonomian keluarga, yang pada akhirnya berimbas terhadap pendidikan anak-anak mereka guna melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi. Produk unggulan yang telah berjalan berupa kasur lihab khas Palembang, budidaya jamur tiram, budidaya sayur dengan metode hidroponik, dan budidaya lele. Program-program ini akan terus dikembangkan guna meningkatkan kualitas hidup perekonomian warga. Sebetulnya kasur lihab telah lama digeluti sebagian warga Sungai Pedado hanya saja kesulitan akses permodalan membuat usaha ini sulit berkembang. Rumah Belajar Ceria berinisiatif untuk ikut mengembangkan usaha ini salah satunya membantu akses permodalan. Saat ini usaha kasur lihab turut melibatkan puluhan ibu-ibu sekitar dan dapat memasok kasur ke Pasar 16 Palembang. Selain itu, karena warga sungai pedado hidup di tepian sungai yang sangat berpengaruh pada kondisi pasang surut sungai, maka kegiatan pertanian sangat mengandalkan musim. Masyarakat hanya mampu menanam pada satu kali satu tahun. karena sisanya daratan di sekitar sungai terendam air karena pasang, sehingga tidak mampu ditanami, hal ini membuat penghasilan warga juga tidak terlalu produktif. Oleh karena itu, perlu upaya-upaya kreatif menindaklanjuti permasalahan ini. Warga bersama Rumah Belajar Ceria akhirnya mencoba metode pertanian yang tidak tergantung dengan musim pasang surut. Salah satunya yaitu bertanam Jamur Tiram dengan media serbuk sekam kayu dan menanam sayur dan buah dengan metode hidroponik. Walau pun masih dalam tahap uji coba, usaha ini telah menunjukkan hasil yang positif. Dengan melibatkan warga usaha ini

telah memiliki produk yang bisa dijual dipasaran. Seperti jamur tiram mentah, buah melon, dan sayur segar. Selain produk-produk segar, RBC bersama warga juga telah mampu mengelola jamur tiram menjadi produk makanan ringan yang memiliki nilai jual yang tinggi, berupa keripik jamur tiram. Penjualan nya pun saat ini tidak hanya disekitar Palembang saja, tetapi juga sudah ke Pulau Jawa. Dari usaha-usaha semacam ini Warga telah memiliki tambahan penghasilan tentu untuk menunjang kualitas ekonomi keluarga. *Output* : produk kreatif yang berasal dari olahan potensi lokal yang mampu menggerakkan perekonomian kampung. Bentuk Kegiatan Penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Produk : Jamur Tiram dan Hidroponik.

b. Bina Masyarakat (BIMAS)

Program pembinaan pemuda untuk siap menjadi pemberdaya masyarakat, hingga siap turut serta dalam pembangunan Kampung Pedado. Kegiatan : Pendampingan Ikatan Remaja Masjid Nurul Hidayah, Pendampingan kepada Paguyuban Masyarakat Sungai Pedado Bersatu.

c. Training For Teacher (TFT)

Program pelatihan yang diberikan kepada semua relawan RBC guna memenuhi kompetensi tertentu sebagai bekal dalam menjalankan kegiatan kerelawanannya. Kegiatan : Pelatihan mengajar Asyik.

d. Hardisk (Hari Asyik Relawan Diskusi)

Program kelas yang diadakan secara berkala dengan muatan-muatan pengetahuan dan/atau keterampilan yang secara praktis dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Kelas ini merupakan kelas tambahan yang dibuka secara umum baik adik-adik binaan, kakak relawan, mau pun masyarakat.

e. Qurban Pedado

Program penyaluran hewan Qurban berupa Sapi melalui masjid Nurul Hidayah Sungai Pedado kepada Masyarakat dimana kondisi sebelumnya masyarakat hampir tidak pernah memotong sapi pada saat hari Raya Idul Adha.⁶⁹

C. Visi dan Misi Rumah Belajar Ceria

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. Bagi kebanyakan anggota organisasi-organisasi, hubungan yang paling diinginkan adalah bahwa sasaran-sasaran pribadi mereka sesuai (kompatibel) dengan sasaran-sasaran keorganisasian. Dengan demikian, dapat diaktakan bahwa apabila sasaran-sasaran keorganisasian tercapai, sasaran-sasaran yang lain pun juga tercapai.⁷⁰

Berdasarkan latar belakang dan kondisi tersebut Rumah Belajar Ceria memiliki visi dan misi sebagai berikut :

⁶⁹Rumah Belajar Ceria, *File Dokumen Esai Rumah Belajar Ceria Jilid I*, (Palembang: RBC, 2018), h. 17-18.

⁷⁰J Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 12-19.

Visi :

1. Mewujudkan kampung unggulan dan mandiri berbasis kecerdasan ilmu dan akhlak
2. Bertumpu pada semangat kewirausahaan dan kreatifitas

Misi :

1. Mendirikan sebuah Smart Center pusat edukasi masyarakat serta anak-anak sekitar
2. Mendampingi masyarakat memenuhi kebutuhan dasarnya
3. Bersinergi dengan berbagai pihak yang peduli mewujudkan kampung unggulan
4. Membangun nilai kreatif dan kemandirian dalam mental masyarakat
- 5 Mengembangkan kampung kreatif yang berkelanjutan dalam aktivitas usahanya.

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut dibutuhkan 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. Waktu yang ideal untuk mencapai visi dan misi tersebut adalah sepuluh tahun.

Tahun Pertama, merupakan tahun persiapan, pada tahun ini aktivitas komunitas Rumah Belajar Ceria lebih difokuskan pada penggalian informasi terhadap masalah dan potensi yang ada di Sungai Pedado. Penggalian informasi ini bisa bersifat formal (kuisioner) maupun informal (diskusi ringan saat berinteraksi dengan warga). Pada tahun pertama juga Komuntas Rumah Belajar Ceria sudah melaksanakan kegiatan-kegiatan pembinaan baik itu pelayanan pendidikan gratis, maupun kegiatan pemberdayaan masyarakat namun masih dengan skala yang terbatas. Output dari semua kegiatan di

tahun pertama ini adalah peta potensi dan permasalahan di Sungai Pedado sekaligus elemen-elemen pendukung pembinaan pendidikan karakter dan pemberdayaan masyarakat.⁷¹

Tahun Kedua, merupakan tahun permulaan, kegiatan-kegiatan pendidikan dan pemberdayaan mulai dikembangkan lebih serius. Output dari Tahun Permulaan ini adalah berdiri nya Smart Center sebagai pusat edukasi masyarakat, dalam hal ini Komunitas Rumah Belajar Ceria bersinergi bersama PT Pertamina (Persero) mendirikan TK PAUD permanen yang representatif di Sungai Pedado. Selain digunakan untuk TK PAUD gedung ini akan digunakan sebagai pusat edukasi masyarakat dimana keahlian, ilmu, kreatifitas dan kemandirian masyarakat akan juga dibina di Smart Center ini dengan program-program yang juga disusun RBC secara berkelanjutan.⁷²

Tahun Ketiga, Keempat, dan Kelima, merupakan tahun pembinaan, fokus utama program kegiatan tahun-tahun ini tetap pada penyelesaian kebutuhan dasar masyarakat, Selain bidang pendidikan diperkuat output tahun ini adalah terbentuknya balai kesehatan masyarakat dan fasilitas sanitasi yang memadai, selain itu kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan ekonomi kreatif ditargetkan sudah memiliki produk-produk andalan yang mampu mencover separuh dari seluruh warga yang ada di Sungai Pedado.⁷³

⁷¹Rumah Belajar Ceria, *File Dokumen Esai Rumah Belajar Ceria Jilid I*, (Palembang: RBC, 2018), h. 3.

⁷²*Ibid.*, h. 3-4.

⁷³*Ibid.*, h. 4.

Tahun Keenam dan Ketujuh, merupakan tahun mandiri, semua pelayanan dasar sudah terpenuhi oleh semua warga, adik-adik binaan serta masyarakat sudah memiliki fasilitas pendidikan, kesehatan dan lingkungan yang layak. Kegiatan pemberdayaan masyarakat pun sudah mampu mengcover semua warga pedado tanpa terkecuali.⁷⁴

Tahun Kedelapan dan Kesembilan, merupakan tahun pengembangan. Daya tarik Sungai Pedado tidak hanya terletak pada usaha kreatif saja, dari sisi pariwisata, Sungai Pedado akan dikembangkan sebagai “Kampung Wisata Sungai” dengan segala kearifannya. Selain berwisata, kedatangan para wisastawan ke Sungai Pedado akan berdampak baik dengan pengembangan usaha-usaha kreatif yang telah dibangun di tahun-tahun sebelumnya.⁷⁵

Tahun Kesepuluh, merupakan tahun madani, selain semua warga telah terpenuhi kebutuhan dasarnya, masyarakat telah mampu mandiri dalam mengembangkan usaha kreatifnya termasuk menjadi Kampung Wisata dengan motor penggerak utama adalah adik-adik yang telah dibina RBC bertahun-tahun sebelumnya. Sungai Pedado mampu bertransformasi dari kampung pinggiran kota yang pra sejahtera menjadi Kampung Unggulan yang diperhitungkan baik skala lokal, nasional, mau pun internasional.⁷⁶

⁷⁴*Ibid.*, h. 4.

⁷⁵*Ibid.*, h. 4.

⁷⁶*Ibid.*, h. 4.

D. Logo Rumah Belajar Ceria



Gambar.3.4. Logo Rumah Belajar Ceria

Logo Rumah Belajar Ceria menunjukkan bentuk sebuah Tiang dan Atap pondasi berbentuk Rumah yang menandakan nama depan komunitas ini serta bentuk seperti tersenyum menandakan Ceria dari nama akhir komunitas tersebut. 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 yaitu Belajar yang merupakan ide awal keputusan untuk membuat rumah baca maupun perpustakaan, yang sekaligus menjadi tempat belajar. Rumah Belajar Ceria merupakan nama yang dipilih untuk mewadahi komunitas dengan moto “*Cerdas Ilmunya, Cerdas Akhlaknya*” yang berarti pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran supaya peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat membentuk pendidikan yang berkarakter.

Pemilihan warna merupakan kekuatan untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan arti dan pesan tanpa menggunakan kata, jika sudah berhubungan dengan *branding*, kekuatan warna adalah emosional dan praktis. Untuk logo RBC terdapat 4 warna yaitu Merah, Kuning, Hijau, Biru dimana 4 warna tersebut jika diuraikan sebagai berikut :

Merah : Untuk kegembiraan, gairah dan energy

Kuning : Optimistis, ceria, menyenangkan dan bahagia

Hijau : Alami, daya hidup, martabat dan kekayaan

Biru : Komunikatif, dapat dipercaya dan menenangkan

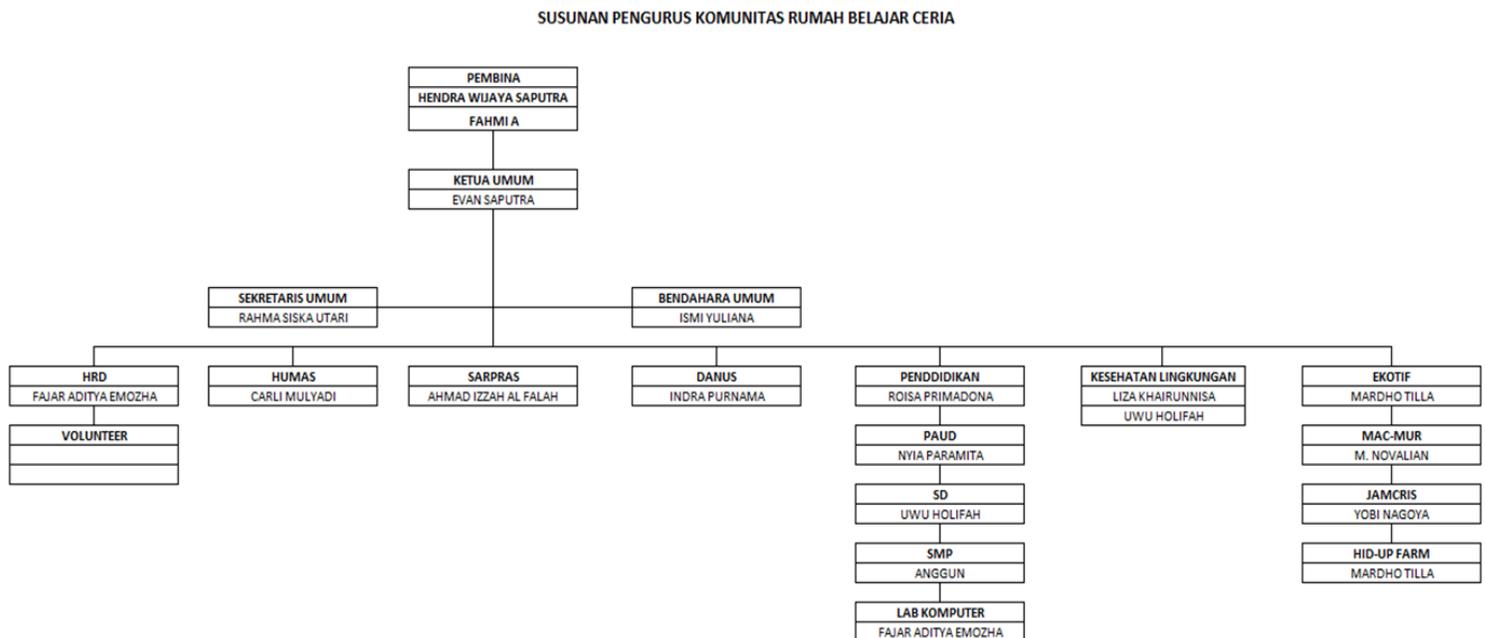
Jika, warna dikaitkan dengan label nama komunitas, maka Rumah (Biru), Belajar (Merah), dan Ceria (Kuning) yaitu Rumah berwarna biru merupakan tempat untuk saling berbagi, memiliki suasana ketenangan dan kualitas harmoni dalam menyampaikan informasi, Belajar berwarna merah merupakan warna yang hidup menyimbolkan kekuatan dan kepercayaan diri dalam meraih informasi, dan terakhir Ceria berwarna kuning merupakan keceriaan, keramahan bahkan kuning juga bisa diasosiasikan dengan kejernihan mental dan kepintaran. Untuk warna hijau yang melambangkan pondasi dari label nama Rumah Belajar Ceria tersebut mengindikasikan pertumbuhan, daya hidup dan menerima pembaharuan.⁷⁷

⁷⁷Makmun Khairani, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Aswaja, 2013), h. 153-155.

E. Susunan Kepengurusan Komunitas Rumah Belajar Ceria

Struktur keorganisasian dapat dirumuskan sebagai pengaturan dan antarmubungan bagian-bagian komponen dan posisi-posisi suatu perusahaan. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa struktur suatu organisasi menspesifikasi aktivitas-aktivitas kerja. Struktur keorganisasian memberikan stabilitas dan kontinuitas. Hal ini memungkinkan organisasi yang bersangkutan menghadapi keluar masuknya individu-individu dan mengoordinasi aktivitas-aktivitasnya dengan lingkungannya.⁷⁸

Berikut struktur kepengurusan komunitas Rumah Belajar Ceria (RBC) :



Tabel.3.5.Struktur Pengurus Komunitas Rumah Belajar Ceria

⁷⁸J.Winard, *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 96.

Keterangan Job Description :**Pembina :**

- 1) Bertanggung jawab terhadap external dan internal kelembagaan/komunitas keseluruhan
- 2) Merupakan pendukung pendirian komunitas.

Ketua Umum :

- 1) Bertugas memimpin komunitas dan mewakili komunitas di dalam maupun di luar
- 2) Mengarahkan jalannya komunitas dan tujuan komunitas
- 3) Bertanggung jawab baik fisik maupun moral terhadap seluruh kinerja kepengurusan dan kegiatan di komunitas
- 4) Mengambil keputusan strategis komunitas
- 5) Memimpin setiap rapat pengurus yang bersifat menyeluruh
- 6) Menciptakan manajemen yang professional
- 7) Memberikan motivasi, saran dan pertimbangan.

Sekretaris Umum :

- 1) Menyusun agenda rapat bersama pengurus dan anggota
- 2) Mendokumentasikan semua hasil keputusan rapat
- 3) Memperlancar lalu lintas distribusi informasi ke segala pihak baik *internal* maupun *eksternal*
- 4) Bertanggung jawab atas semua administrasi kepengurusan
- 5) Sebagai alat komunikasi organisasi dan pusat dokumentasi
- 6) Menyiapkan laporan berkala dan sewaktu-waktu tentang keadaan dan perkembangan organisasi
- 7) Penyelenggaraan monitoring dan evaluasi program serta penyusunan laporan kerja.

Bendahara Umum :

- 1) Bertanggung jawab mengurus semua administrasi keuangan komunitas
- 2) Mengatur dan mengawasi keuangan sesuai dengan rencana dan anggaran
- 3) Mencatat dan melaporkan transaksi keuangan yang berhubungan dengan seluruh kegiatan sesuai ketentuan yang digariskan dalam rapat pengurus
- 4) Berkoordinasi dengan Danus untuk melakukan fungsi dan pengelolaan keuangan komunitas
- 5) Menyusun anggaran biaya penyelenggaraan kegiatan yang diusulkan divisi-divisi
- 6) Bersama ketua umum menandatangani cek dan surat berharga lainnya.

HRD (*Human Resource Development*) :

- 1) Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia, pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.
- 2) Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen relawan, mulai dari mencari calon relawan, wawancara hingga seleksi
- 3) Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada anggota yang dianggap perlu
- 4) Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan, pengetahuan anggota yang sesuai dengan standar komunitas.

Humas (*Hubungan Masyarakat*) :

- 1) Membuat kesan baik dan citra positif komunitas
- 2) Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian
- 3) Menjaga dan mebuat saling percaya
- 4) Memelihara dan menciptakan kerjasama

- 5) Sebagai komunikator yang baik bagi masyarakat ekstern maupun intern

Sarpras (Sarana dan Prasarana) :

- 1) Melaksanakan program kerja dan petunjuk teknis di bidang perencanaan sarana dan prasarana
- 2) Melaksanakan pengawasan dan pengendalian di bidang perencanaan sarana dan prasarana
- 3) Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga dan instansi lain di bidang sarana dan prasarana.
- 4) Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas.

Danus (Dana dan Usaha) :

- 1) Mengadakan usaha pendanaan organisasi
- 2) Mencari sumber pembiayaan guna keberlangsungan kegiatan komunitas
- 3) Menyusun laporan keuangan (pemasukan) dan meneruskannya ke Bendahara Umum
- 4) Berkoordinasi dengan Bendahara Umum untuk melakukan fungsi pengelolaan keuangan komunitas
- 5) Memperluas jaringan dan mengatur strategi untuk menguasai pasar.

Pendidikan :

- 1) Membuat program kerja seperti Beasiswa, PAUD, SD dan SMP
- 2) Membuat modul belajar pendidikan anak
- 3) Mempersiapkan fasilitas belajar dan mengajar.
- 4) Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan dalam program kerja pendidikan.

Kesehatan Lingkungan :

- 1) Melakukan donor darah

- 2) Melakukan cek kesehatan gratis
- 3) Membuat program kerja tentang kesehatan masyarakat
- 4) Melakukan sosialisasi tentang kesehatan
- 5) Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan dalam program kerja kesehatan lingkungan.

Ekotif (Ekonomi Kreatif) :

- 1) Membuat program kerja yang berhubungan dengan kreatifitas dan pengembangan ekonomi masyarakat mandiri
- 2) Membina masyarakat dalam kegiatan program kerja ekotif
- 3) Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan dalam program kerja Ekotif.⁷⁹

F. Gambaran Umum Rumah Belajar Ceria

Pembangunan sebagai suatu kegiatan nyata dan berencana untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam perencanaan pembangunan desa merupakan suatu panduan atau model penggalian potensi dan gagasan pembangunan desa yang menitikberatkan pada peran serta masyarakat dalam keseluruhan proses pembangunan. Perencanaan yang menghasilkan program pembangunan yang diharapkan dapat memberikn dampak terhadap peningkatan kesejahteraan, kemakmuran dan perdamaian masyarakat dalam jangka panjang. Secara umum, perencanaan desa dimaksudkan untuk membantu

⁷⁹Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 09 Desember 2018.

menemukan kebutuhan, merumuskan strategi dan mengelola perubahan masyarakat dalam kerangka perbaikan kesejahteraan dan kualitas hidup di masa depan.⁸⁰

Rumah Belajar Ceria atau lebih dikenal dengan singkatan RBC ini dibentuk karena rasa tanggung jawab terhadap dunia sosial dan memiliki keinginan untuk melakukan pengabdian setiap akhir pekan. Rumah Belajar Ceria (RBC) merupakan nama yang dipilih untuk mawadahi komunitas dengan moto “*Cerdas Ilmunya, Cerdas Akhlaknya*”. Komunitas Rumah Belajar Ceria adalah sebuah komunitas yang peduli pada upaya-upaya peningkatan kualitas pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat, khususnya anak-anak dan masyarakat di daerah tertinggal dan golongan ekonomi lemah. Rumah Belajar Ceria bersifat dinamis, fleksibel sosial kemasyarakatan, independen, dan tidak mengejar keuntungan. Relawan Rumah Belajar Ceria berasal dari latar belakang pendidikan dan profesi yang berbeda. Sejak Maret 2014 telah menghadirkan program-program dan kegiatan untuk anak-anak dan masyarakat pra sejahtera tanpa dipungut biaya sedikit pun atau gratis.⁸¹

Komunitas Rumah Belajar Ceria (RBC) menjadi wadah yang mempertemukan dua hal tersebut, dimana potensi anak-anak muda Palembang yang memiliki jiwa peduli dipertemukan dengan permasalahan ketertinggalan yang dialami masyarakat. Dengan harapan anak-anak muda mampu menjadi solusi, dan masyarakat golongan ekonomi lemah tumbuh berdaya bersama. RBC berdiri 14 Maret 2014 dengan akta pendirian oleh

⁸⁰Nurman, *Strategi Pembangunan Daerah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 262.

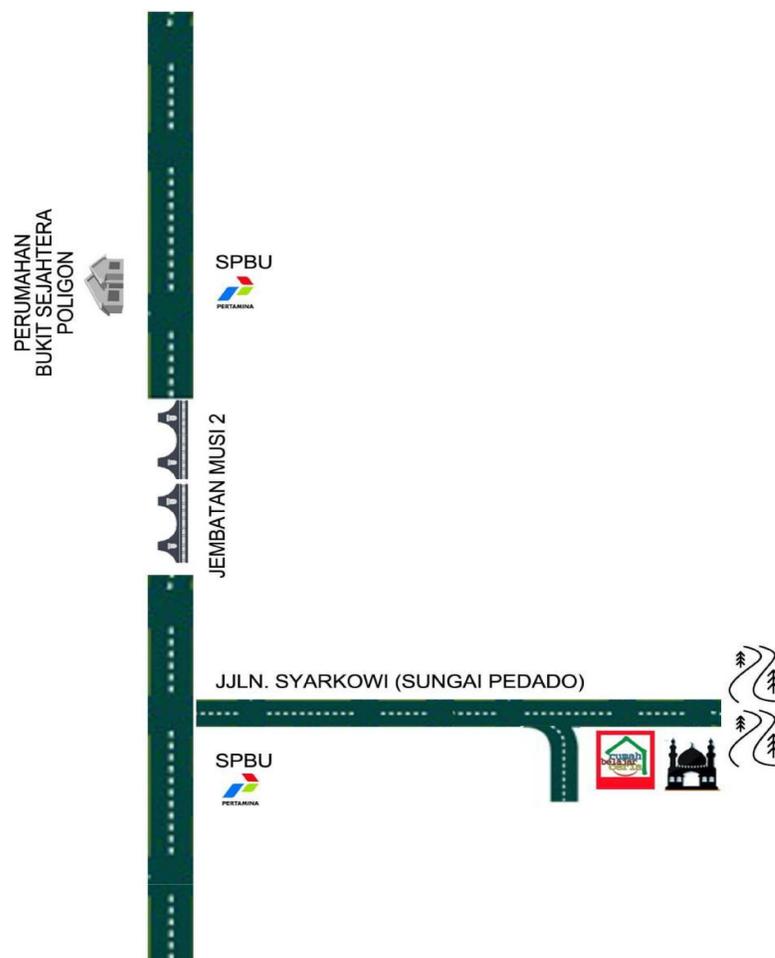
⁸¹Rumah Belajar Ceria, *File Dokumen Esai Rumah Belajar Ceria Jilid I*, (Palembang: RBC, 2018), h. 1.

Notaris Tommy Graha Putra, S.H. M. Kn, Nomor 09 tanggal 11 Mei 2015 dan terdaftar sebagai sebuah komunitas di Kota Palembang dengan Surat Keterangan Terdaftar oleh Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Palembang Nomor : 00-393-0507/0105/VI/2015 , Tanggal 23 Juni 2015 telah menghadirkan program-program dan kegiatan untuk anak-anak dan masyarakat pra sejahtera tanpa dipungut biaya sedikit pun atau gratis. Tenaga pengajar di RBC adalah relawan yang berasal dari latar belakang pendidikan dan profesi yang berbeda. RBC bersifat dinamis, fleksibel, sosial kemasyarakatan, terbuka, independen, dan tidak mengejar keuntungan.⁸²

Project pertama Rumah Belajar Ceria berada di Kampung Sungai Pedado, Kecamatan Keramasan, Palembang, sebuah daerah pinggiran Kota Palembang yang kondisinya cukup memprihatinkan. Dengan jumlah Kepala Keluarga sekitar 400 KK, Sungai Pedado memiliki akses pendidikan yang kurang memadai, tidak memiliki PAUD maupun TK yang dapat memfasilitasi anak-anak Sungai Pedado untuk mendapatkan pendidikan prasekolah, hanya ada sebuah SD, tidak ada SMP mau pun SMA. Fasilitas Sanitasi pun seadanya, untuk kebutuhan MCK (Mandi, Cuci, Kakus) masyarakat masih mengandalkan air sungai sebagai bahan baku utama, sedangkan pada saat musim surut masyarakat mengalami kekurangan air. Sungai Pedado juga tidak memiliki fasilitas kesehatan umum bagi masyarakat. Selain itu, dari sisi ekonomi warga Sungai Pedado tergolong masyarakat menengah ke bawah, mayoritas mata pencaharian warga Sungai Pedado adalah petani, buruh, pembantu rumah tangga bahkan dimusim ekonomi sulit

⁸²*Ibid.*, h.1.

seperti saat ini banyak sekali pengangguran yang ada di Sungai Pedado. Pendidikan yang rendah tanpa memiliki kecakapan hidup membuat warga Sungai Pedado tidak mampu bersaing dengan masyarakat Palembang pada umumnya. Padahal Sungai Pedado memiliki potensi yang sangat bagus, masyarakat hidup dengan kearifan lokal yang sangat terjaga. Sungai Pedado termasuk anak sungai Musi yang masih terjaga kelestariannya.⁸³



Gambar.3.6.Denah lokasi kegiatan RBC

⁸³*Ibid.*, h.1-2.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Teori Strategi Komunikasi Persuasif Yang Digunakan Komunitas Rumah Belajar Ceria

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan Rumah Belajar Ceria (RBC) dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang. Berpengaruh pada prinsip pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk mendirikan masyarakat dan meningkatkan taraf hidupnya, maka arah pemandirian masyarakat adalah berupa pendampingan untuk menyiapkan masyarakat agar benar-benar mampu mengelola sendiri kegiatannya.⁸⁴

Sejalan dengan itu maka strategi komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria yang dilakukan untuk masyarakat Kampung Sungai Pedado dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat harus sesuai dengan strategi komunikasi persuasif yang tepat.

Dari teori yang telah dijelaskan di bab dua, terdapat tiga strategi komunikasi persuasif di dalam teori Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach memiliki tiga pendekatan strategi diantaranya Strategi Psikodinamika, Strategi Sosiokultural, dan Strategi *Meaning Construction*. Ketiga strategi ini digunakan sesuai dengan

⁸⁴Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*,(Bandung: Alfabeta,2017), h. 127.

masyarakat Kampung Sungai Pedado Palembang yang dihadapi oleh Komunitas Rumah Belajar Ceria.

1. Strategi Psikodinamika

Pada pembentukan pengetahuan mengenai program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan komunitas RBC kepada masyarakat Kampung Sungai Pedado Palembang. Masyarakat dihadapkan pada kondisi emosional tersendiri. Mekanisme pertahanan dalam seorang individu saat menerima stimulan dari luar adalah *repression* (penekanan) berkenaan dengan dorongan hati yang tidak pantas dikeluarkan sehingga didesak kedalam pikiran bawah sadar, jika mengacu pada program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado, masyarakat akan menjadi terpengaruh untuk melakukan kegiatan program pemberdayaan masyarakat guna memperbaiki mutu-hidup kesejahteraan masyarakat sebagai penerima manfaatnya dan pemberdayaan masyarakat yang terjamin keberlanjutannya, oleh sebab itu masyarakat dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat ini juga tidak boleh menciptakan ketergantungan tetapi harus mampu menyiapkan masyarakat sebagai penerima manfaat dari program pemberdayaan masyarakat agar pada suatu saat masyarakat akan mampu secara mandiri untuk melanjutkan kegiatan program pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh komunitas RBC. Kegiatan ini dimaksudkan agar masyarakat mampu dan percaya diri dalam mengidentifikasi serta menganalisa keadaannya, baik potensi maupun permasalahannya.

Regression (kemunduran) kembali ke bentuk-bentuk perilaku awal perkembangan. *Sublimation* mengganti perilaku yang tidak wajar dengan perilaku yang lebih baik. *Displacement* (penggantian) mengubah sasaran pelampiasan dari emosi kepada sebuah objek lain. *Reaction formation* (pembentukan reaksi) bertindak yang berlawanan dengan apa yang dirasakan atau diinginkan.

Salah satu strategi pokok dan utama yang digunakan komunitas RBC disaat melakukan sosialisasi kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan secara emosional maupun faktor-faktor kognitif. Komunitas RBC sebagai persuader harus dapat mengutarakan pesan persuasi baik secara rasional maupun menyentuh aspek emosional kepada masyarakat di Kampung Sungai Pedado. Dengan cara rasional komponen kognitif pada diri masyarakat dapat dipengaruhi ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi (berperan dan terlibat) dalam program pemberdayaan masyarakat yang dikomunikasikan. Aspek kognitif ini dimana komunitas RBC memberikan ide-ide ataupun pemikiran yang baru kepada masyarakat akan terbentuk suatu keyakinan bahwa mengikuti program pemberdayaan masyarakat untuk memandirikan masyarakat dan meningkatkan taraf hidupnya sekaligus meningkatkan keberdayaan (*empowering*) masyarakat dengan pengalaman dalam merancang, melaksanakan, mengelola, dan mepertanggung jawabkan upaya peningkatan diri dan ekonominya, maka arah pemandirian masyarakat adalah berupa pendampingan untuk menyiapkan masyarakat agar benar-benar mampu mengelola sendiri kegiatannya.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu yang mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai cara di mana masyarakat akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan persuader.

Dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sebagai penerima manfaatnya dan membuat masyarakat merasa nyaman pada hubungan yang baik dengan komunitas RBC, berkomunikasi dua arah antara persuader dan persuadee yang searah sehingga dalam mempersuasif masyarakat untuk mengikuti program pemberdayaan masyarakat akan mudah. Karena tingkat emosional yang muncul pada saat komunikasi personal yang dilakukan menjadi indikator dalam mempersuasif masyarakat.

Selain dalam konteks hubungan emosional yang mempengaruhi antara anggota RBC dan masyarakat perlu juga suatu unsur kepercayaan antara satu sama yang lain. Pentingnya komunikasi secara *continue* dan menjalin hubungan secara kognitif dengan tujuan utama memang untuk melakukan sosialisasi program pemberdayaan masyarakat tetapi di samping itu juga akan menimbulkan rasa percaya antara satu sama lain dengan anggota RBC, masyarakat dengan memanfaatkan akan situasi komunikasi secara langsung tidak formal dilakukan secara rutin sehingga menjadikan anggota RBC mudah untuk mempersuasif masyarakat untuk mengikuti atau partisipasi dalam kegiatan program yang dibentuk RBC yaitu program pemberdayaan masyarakat dengan situasi yang mendukung.

Komunikasi secara *continue* itu dilakukan oleh anggota RBC dengan cara melakukan kegiatan yang menjadi agenda rutin mereka. Dalam hal ini, program-program yang sudah berada pada program kerja yang dirapatkan oleh pada pengurus RBC. Seperti yang dilakukan dalam pembinaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado dengan membuat program pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Evan Saputra selaku Founder RBC (Rumah Belajar Ceria) dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat pedado relawan RBC lakukan dengan langsung kerumah warga sekitar kampung sungai pedado untuk melakukan upaya pengenalan karakteristik wilayah kerja baik yang berkaitan dengan masalah-masalah teknis maupun sosial ekonomi. Pendekatan ini sangat penting demi kelancaran pelaksanaan kegiatan yang dibentuk oleh RBC. Harus selalu diingat pula bahwa sasaran RBC di kampung sungai pedado ini merupakan masyarakat yang ingin diubah perilakunya agar tahu, mau, dan mampu menerapkan setiap inovasi yang terpilih untuk memperbaiki mutu kehidupan masyarakat pedado sebagai sarannya.

Jika kita melihat hal tersebut, ada pengaruh lingkungan. Di sini adalah lingkungan masyarakat kampung sungai pedado yang sangat berpengaruh terhadap penduduk kampung sungai pedado mulai dari anak-anak dan orang dewasa. Peningkatan kemampuan masyarakat yang akan diupayakan melalui pemberdayaan adalah yang diutamakan seperti sikap-sikap kewirausahaan, profesionalisme, dan kemandirian. Hal tersebut tentunya akan memberkas bagi masyarakat pedado karena

pengaruhnya sangat berdampak untuk kehidupan mereka mulai dari ekonomi, pendidikan dan kesehatan.

Strategi semacam ini menjadi bagian penting, karena di sini lah aspek emosional masyarakat diuji, dilatih serta dipengaruhi. Jika sudah menyentuh aspek emosional ini, maka perjalanan pelaksanaan Rumah Belajar Ceria (RBC) untuk mensosialisasikan tentang program yang ada di RBC salah satunya program pemberdayaan masyarakat bukan hal yang sulit lagi. Penguatan strategi yang dilakukan untuk ini adalah kepada siapa RBC meminta bantuan yang memiliki otoritas atau charisma tinggi.

Kemampuan yang luar biasa tersebut yang dimanfaatkan oleh para anggota Rumah Belajar Ceria demi menggapai masyarakat secara emosional untuk memperbaiki pendidikan, pendapatan, lingkungan, kehidupan, dan masyarakat dalam keadaan kehidupan yang lebih baik, yang didukung oleh lingkungan (fisik dan sosial) yang lebih baik pula. Perbaikan pendidikan yang dilakukan melalui pemberdayaan yang mampu menumbuhkan semangat belajar anak-anak di Kampung Sungai Pedado serta dapat memperbaiki keadaan kehidupan setiap keluarga dan masyarakat mulai dari keinginan untuk berwirausaha, memperbaiki pendapatan yang diperolehnya diharapkan akan terjadi tindakan-tindakan yang semakin lebih baik.

Definisi dari strategi Psikodinamika yaitu, strategi persuasi Psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kongnitif. Salah satu asumsi dasarnya

bahwa faktor-faktor kongnitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Esensinya bahwa pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individu dengan berbagai cara, di mana sasaran akan merespons secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan *persuader*.

Strategi ini dapat digunakan oleh para anggota RBC dalam mengupayakan peningkatan kualitas pendidikan anak dan pemberdayaan masyarakat, khususnya anak-anak dan masyarakat di daerah tertinggal dan golongan ekonomi lemah. Dengan cara memengaruhi masyarakat menggunakan pesan yang efektif melalui persuasi faktor emosional dan kongnitif, sehingga masyarakat dapat merespons secara terbuka dengan berbagai bentuk perilaku yang diinginkan oleh para anggota RBC yaitu melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dalam serangkaian kegiatan untuk memperkuat atau mengoptimalkan keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai proses, pemberdayaan merujuk pada kemampuan, untuk berpartisipasi memperoleh kesempatan atau mengakses sumberdaya dan layanan yang diperlukan guna memperbaiki mutu hidupnya (baik secara individual, kelompok, dan masyarakatnya). Program seperti ini secara umum berkonsentrasi pada pengembangan keterampilan dan perilaku di tingkat kelompok.

Sebagai persuasi Sosiokultural bahwa perilaku manusia di pengaruhi oleh kekuatan luar dirinya. Esensi strategi ini bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan consensus bersama.

Strategi ini lebih banyak digunakan dalam promosi komersial dan untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan produk. RBC menggunakan strategi ini karena sesuai dengan visi misi Rumah Belajar Ceria dalam mempersuasi masyarakat untuk meningkatkan pendidikan dan perekonomian di Kampung Sungai Pedado Palembang.

Strategi persuasi *The Meaning Construction* mengasumsikan bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn-do*), strategi ini menjelaskan bagaimana manusia belajar dan berbuat untuk sebuah perubahan, pengetahuan yang dialami dari pengalaman dapat mempengaruhi perilaku, strategi ini digunakan oleh para anggota RBC karena strategi ini lebih mengedepankan periklanan untuk mempersuasi masyarakat.

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan RBC adalah dengan pendekatan strategi komunikasi persuasif Psikodinamika, Sosiokultural dan *The Meaning Construction*. Komunikasi persuasif psikodinamika mengajak masyarakat dalam melakukan peningkatan pendidikan dan pendapatan masyarakat pedado dalam program pendidikan dan pemberdayaan masyarakat dari komunitas Rumah Belajar Ceria.

Strategi komunikasi persuasif Psikodinamika dan strategi komunikasi persuasif lainnya seperti Sosiokultural dan *The Meaning Construction* merupakan strategi komunikasi yang pas dengan RBC, karena dalam strategi komunikasi

persuasif sosiokultural banyak digunakan dalam promosi produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi pengendalian pendanaan, oleh karena itu dalam strategi ini sering kali pengertian tentang kultur, pengharapan sosial, serta semua komponen organisasi sosial ditetapkan sebagai dasar konseptual untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan produk, begitu juga dengan strategi komunikasi persuasif *The Meaning Construction*, bahwa pengetahuan dapat memengaruhi perilaku, apa yang luput merupakan kalaborasi asumsi, tentang prediposisi dan proses internal, seperti perubahan sikap, disosiasi kognitif atau kejadian sosial yang rumit dan pengharapan sosial. Strategi ini dicirikan oleh belajar-berbuat seperti dilawankan dengan belajar-merasa-berbuat dan pendekatan belajar penyesuaian diri. Sedangkan strategi komunikasi persuasif Psikodinamika dipusatkan faktor emosional dan faktor kognitif, dan tidak untuk mengubah faktor biologis seperti tinggi badan, berat badan, ras dan lain sebagainya dengan pesan persuasif, hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional. Rumah Belajar Ceria dalam mengajak masyarakat Kampung Sungai Pedado untuk melakukan perubahan perekonomian masyarakat serta meningkatkan mutu pendidikan anak-anak yang dimana rata-rata tingkat pendidikan masyarakat disana adalah SD (Sekolah Dasar) melalui program RBC yaitu program pendidikan dan pemberdayaan masyarakat yang sudah dikemas dengan cara menarik sehingga masyarakat Pedado tertarik dan berperan aktif dalam menjalankannya.

Jenis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan anggota RBC melalui pendekatan strategi Psikodinamika dengan menggunakan jenis program kegiatan yaitu seperti Ekonomi Kreatif, Pendidikan, dan lain sebagainya. Program kegiatan RBC merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti, profil RBC, kegiatan berjalannya program pendidikan dan pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado.

Relawan Rumah Belajar Ceria dalam memilih program kegiatan sebagai jenis media publikasi yang digunakan, karena dalam sebuah kegiatan dapat mengetahui situasi dan kondisi masyarakat pinggiran, dan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat pedado dalam turut serta berperan aktif untuk mewujudkan Kampung Pedado dari kondisi Pra Sejahtera menjadi kampung istimewa, yang madani, mandiri dan berinovasi.

Strategi Psikodinamika didasari oleh asumsi bahwa ciri-ciri biologis manusiaini merupakan hal yang diwariskan, terdapat sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional, terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kongnitif individu.

Mempersuasi masyarakat untuk melakukan pengembangan ekonomi guna untuk mendapatkan pendapatan tambahan dan memberikan ide-ide maupun konsep

untuk dikembangkan dalam bidang/sector kegiatan pemberdayaan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh relawan RBC dalam sesi wawancara.

Salah satu tugas yang menjadi tanggung jawab setiap relawan yaitu mengkomunikasikan inovasi, dalam rangka mengubah perilaku masyarakat yang sebagai penerima manfaat, baik pengetahuannya, sikapnya, atau keterampilannya. Dengan demikian, strategi yang diterapkan harus mampu merangsang penerima manfaat untuk selalu siap (sikap dan pikiran) dan dengan suka hati atas kesadaran ataupun pertimbangan nalarnya sendiri melakukan perubahan-perubahan demi perbaikan mutu hidupnya sendiri, keluarganya, dan masyarakatnya.⁸⁵

Hal ini dapat kita gambarkan bahwa relawan RBC bekerja keras dalam memengaruhi masyarakat dalam memberikan inovasi berupa pesan-pesan pemberdayaan masyarakat, dapat dibedakan dalam bentuk-bentuk pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan entertainmen. Meskipun demikian, dalam proses pemberdayaan masyarakat, setiap pesan atau inovasi yang disampaikan harus bersifat inovatif dalam arti mampu mengubah atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan ke arah terjadinya pembaharuan dalam segala aspek kehidupan masyarakat penerima manfaat demi selalu terwujudnya perbaikan-perbaikan mutu hidup setiap individu dan seluruh warga masyarakat Pedado.

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi persuasif sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan relawan RBC di dalam meningkatkan jumlah masyarakat yang lebih

⁸⁵Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

memerhatikan pola perilaku. Perilaku dari masyarakat dipengaruhi faktor lingkungan seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja. Faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan relawan sebelum mempersuasif masyarakat yang menjadi targetnya tersebut.

Faktor lingkungan memang sangat membantu relawan untuk merubah perilaku masyarakat, karena rata-rata relawan pasti mendekati orang-orang yang memang dikenal seperti ketua RT. Seseorang dalam kategori ini pasti akan lebih mudah dipersuasif selain tu kepercayaan telah ada di dalam hubungan keluarga ataupun teman. Dengan adanya kepercayaan antara dua pelaku akan mempermudah dalam mempersuasif seseorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dirinya. Esensi strategi ini bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan konsensus bersama.⁸⁶ Strategi yang seperti ini dinilai cukup efektif untuk merubah kebiasaan masyarakat tersebut.

Setelah adanya program pemberdayaan masyarakat mulai ada perubahan pada masyarakat pedado hamper mencapai 85% karena untuk faktor budaya berkaitan dengan nilai ekonomi anak atau peran ganda wanita dalam pembangunan dan untuk faktor sosial berkaitan dengan tingkat keterbukaan atau kekosmopolitan masyarakat sebagai penerim manfaat. Karena program yang RBC bentuk disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Untuk pendekatan budaya yang dilakukan oleh relawan RBC menjadikan masyarakat

⁸⁶Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), h. 8.31-8.36.

khususnya ibu-ibu lebih kreatif dan aktif dalam mengembangkan bidang kewirausahaan.⁸⁷

Strategi persasi semacam ini menjadi contoh yang paling ideal dan efektif dilakukan oleh sipapun untuk tujuan mempengaruhi dan merubah hal lama ke hal baru, di sini berarti pola hidup masyarakat dari pra-sejahtera menjadi sejahtera.

3. Strategi *The Meaning Construction*

Strategi Ini berawal dari konsep di mana hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Relawan RBC berupaya memberikan pengetahuan-pengetahuan mengenai suatu hal kepada masyarakat yang dipersuasi. Pada strategi ini persuader berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasi. Persuader memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri. Atau dengan kata lain, relawan mengedukasi dengan cara sederhana.

Tujuan dari sosialisasi yang kita lakukan bukan hanya meningkatkan tentang kesejahteraan masyarakat saja tetapi kita juga memberikan pengetahuan dan pelatihan dalam mengembangkan perekonomian mereka (masyarakat pedado). Karena itu, pesan-pesan yang disampaikan oleh RBC harus mampu mendorong atau mengakibatkan terjadinya perubahan yang memiliki sifat pembaruan atau inovasi.⁸⁸

Mengingat pentingnya sosialisasi sebagai sarana persuasi, maka setiap tindakan sosialisasi pada prinsipnya merupakan tindakan persuasi. Tindakan persuasi

⁸⁷Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

⁸⁸Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

mempunyai beberapa karakteristik, pertama, persuasi merupakan komunikasi yang bertujuan atau memiliki kepentingan tertentu pada komunikannya. Kedua, persuasi itu dialektis yaitu terjadi proses timbal balik dimana komunikator menimbulkan perasaan responsive dari komunikannya. Yang terakhir tanggapannya, berupa tindakan dari komunikan setelah menerima pesan persuasif.⁸⁹

Selanjutnya adalah sosialisasi dialogis, yaitu relawan RBC dengan turun langsung ke masyarakat melalui kegiatan kunjungan. Di dalam kunjungan, komunikan, baik itu masyarakat atau komunitas bisa langsung memberikan *feedback* kepada program RBC sebagai subjek sosialisasi berkaitan dengan pesan program pemberdayaan masyarakat yang diterima masyarakat Pedado sebagai penerima manfaatnya, karena target sasaran RBC adalah masyarakat Pedado menjadikan masyarakat miskin yang berdaya.

Kami langsung terjun kelapangan bersama warga, dalam menjalankan kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat berjalan secara efektif. Mulai dari, penanaman bibit jamur dan tumbuhan hidroponik sampai mengadakan program pemberdayaan masyarakat yang baru untuk mengasah kemampuan masyarakat dalam melakukan upaya kemandirian masyarakat di program ini (pemberdayaan masyarakat).⁹⁰

⁸⁹D Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media* (Bandung: PT Remaja, 2006), h. 119-120.

⁹⁰ Sari, Anggota Relawan Program Pemberdayaan Masyarakat Komunitas Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

B. Faktor Penghambat dan Pendukung Komunikasi Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat.

Dalam menjalankan suatu kegiatan tentunya akan menemukan beberapa hambatan komunikasi yang menjadikan proses perguliran pesan akan terhambat.

Proses pemberdayaan masyarakat terkait erat dengan faktor internal dan eksternal. Dalam hubungan ini, meskipun faktor internal sangat penting sebagai salah satu wujud *self organizing* dari masyarakat, namun kita juga perlu memberikan perhatian pada faktor eksternalnya. Proses pemberdayaan masyarakat mestinya juga didampingi oleh suatu tim fasilitator yang bersifat multidisiplin. Tim pendampingan ini merupakan salah satu *external factor* dalam pemberdayaan masyarakat. Peran tim pada awal proses sangat aktif tetapi akan berkurang secara bertahap selama proses berjalan sampai masyarakat sudah mampu melanjutkan kegiatannya secara mandiri.⁹¹

1. Faktor Pendukung

Ada beberapa yang menjadi faktor pendukung dari program pemberdayaan masyarakat ini ialah partisipasi masyarakat (dukungan dari masyarakat) atau antusiasme masyarakat serta adanya keinginan masyarakat Pedado untuk berubah dan kegiatan dana pemberdayaan masyarakat yang mencukupi.

Dalam kegiatan pembangunan, partisipasi masyarakat merupakan perwujudan dari kesadaran dan kepribadian serta tanggung jawab masyarakat terhadap pentingnya

⁹¹*Ibid.*, h. 127.

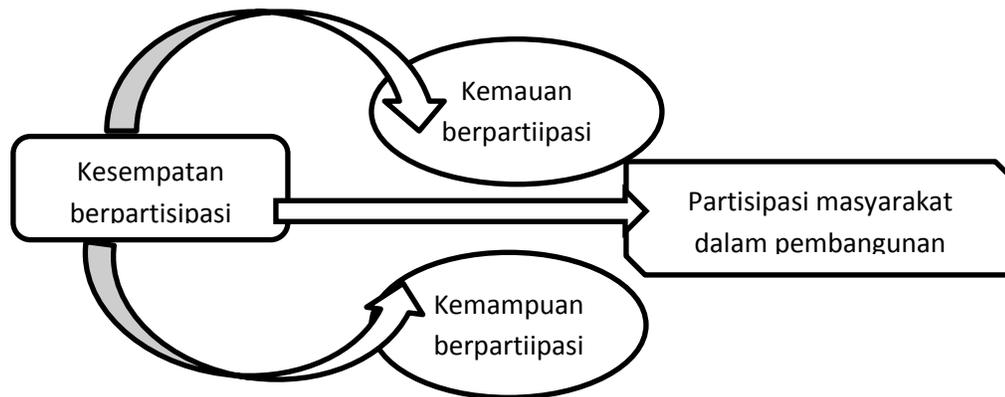
pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup mereka., artinya, melalui partisipasi yang diberikan, berarti benar-benar menyadari bahwa kegiatan pembangunan bukanlah sekedar kewajiban yang harus dilaksanakan dari suatu pihak tersendiri, tetapi juga menuntut keterlibatan masyarakat yang akan diperbaiki mutu-hidupnya.⁹²

Pemberdayaan pada hakikatnya adalah untuk menyiapkan masyarakat agar mereka mampu dan mau secara aktif berpartisipasi dalam setiap program dan kegiatan pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup (kesejahteraan) masyarakat, baik dalam ekonomi, sosial, fisik maupun mental. Meskipun partisipasi masyarakat merupakan sesuatu yang harus ditumbuhkembangkan dalam proses pembangunan, namun di dalam praktiknya, tidak selalu diupayakan dengan sungguh-sungguh. Di pihak lain, tumbuh dan berkembangnya partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan, mensyaratkan adanya kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada masyarakat untuk terlibat secara aktif di dalam proses pembangunan. “Pada umumnya partisipasi itu ada tiga unsur pokok yaitu adanya kesempatan yang diberikan kepada masyarakat untuk berpartisipasi, adanya kemauan masyarakat untuk berpartisipasi, dan adanya kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi.”⁹³

Ini merupakan faktor pendorong tumbuh dan berkembangnya partisipasi masyarakat tumbuhnya kemauan dan kemauan akan menentukan kemampuannya.

⁹²Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 82.

⁹³Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.



Bagan.4.1. Perkembangan Partisipasi Masyarakat

Keadaan umum yang sering menyebabkan tidak tumbuhnya partisipasi dalam pembangunan adalah karena mereka hanya diminta untuk berpartisipasi dalam memberikan input, tanpa mengetahui dengan jelas tentang manfaat apa yang akan mereka peroleh dan rasakan (secara langsung atau tak langsung).⁹⁴

Pemberdayaan dan partisipasi merupakan strategi yang sangat potensial dalam rangka meningkatkan ekonomi, sosial, dan transformasi budaya. Dalam hal ini cara terbaik untuk mengatasi masalah pembangunan adalah membiarkan semangat wiraswasta tumbuh dalam kehidupan masyarakat berani mengambil risiko, berani bersaing, menumbuhkan semangat untuk bersaing, dan menemukan hal-hal baru (inovasi) melalui partisipasi masyarakat.⁹⁵

Pemberdayaan harus langsung mengikutsertakan atau bahkan dilaksanakan oleh masyarakat yang menjadi penerima manfaatnya yakni supaya program pemberdayaan

⁹⁴Harry Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Humaniora, 2013), h. 91.

⁹⁵*Ibid.*, h. 4.

masyarakat RBC tersebut dapat efektif karena sesuai dengan kehendak dan kemampuan serta kebutuhan masyarakat Pedado.

Masyarakat sangat berpartisipasi untuk kemajuan di daerahnya dilihat dari mereka memiliki kemauan dalam bertindak bersama untuk pelaksanaan kegiatannya dan juga memberikan dukungan untuk mengembangkan agenda kegiatan, terlihat ketika komunitas RBC dalam menggelar acara atau program tambahan dari pemberdayaan masyarakat mereka selalu merespon dengan baik dengan ikutserta kegiatan yang kita buat untuk mereka (Masyarakat Pedado).⁹⁶

Adanya peran-serta aktif setiap warga masyarakat, sebenarnya belum cukup jika tidak disertai dengan dorongan-dorongan yang mereka berikan demi keberhasilan program. Sebab, peran serta masyarakat seringkali hanya terbatas kepada pemenuhan harapan yang dimintakan kepadanya, tanpa dibarengi oleh sikap atau kehendak yang dilandasi oleh pemahaman dan penghayatan tentang manfaat program yang dilaksanakan. Oleh sebab itu, dalam setiap perencanaan program perlu untuk selalu ditumbuhkan semangat membangun di kalangan setiap warga masyarakat, sehingga mereka tidak hanya berpartisipasi karena diminta, tetapi secara aktif mendorong keberhasilan program-program yang direncanakan.

Selain partisipasi masyarakat, pendanaan dana kegiatan RBC pun cukup memadai untuk melakukan berbagai kegiatan program pemberdayaan masyarakat.

Allhamdulillah, untuk donasi kegiatan program pemberdayaan masyarakat di Pedado RBC mulai dari CSR Pertamina, Gramedia, CSR PT.PLN, dan didukung dari beberapa penggerak sosial kemasyarakatan yang ada di Palembang serta Puskesmas Keramasan. Selain itu juga kita memiliki tujuan yang sama di bidang

⁹⁶Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

kemasyarakatan untuk mensejahterakan masyarakat pinggiran atau golongan ekonomi lemah/miskin.⁹⁷



Gambar.4.2. Bangun rumah belajar hasil donasi dari CSR Pertamina



Gambar.4.3. Gazebo belajar donasi dari CSR PT.PLN



Gambar.4.4. Buku fiksi dan non fiksi serta buku-buku belajar merupakan donasi dari Gramedia Palembang

⁹⁷Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.



Gambar.4.5.Pemberian Imunisasi dan Vaksin oleh Puskesmas Keramasan untuk masyarakat sekitar bersama RBC

Untuk pendanaan harian program pemberdayaan masyarakat, menggunakan kas bulanan RBC atau disebut dengan “RBC Cinta”

Kalau untuk hal-hal yang tidak terlalu besar biayanya kita menyiapkan dana sendiri yaitu kas bulanan RBC, ini merupakan salah satu strategi kita juga supaya dana yang diberikan oleh beberapa pihak tersebut kita simpan kalau ada event atau pembangunan. Oleh karena itu kita (relawan) menyiapkan kas bulanan yang digunakan untuk kepentingan program pemberdayaan masyarakat di Pedado ataupun kepentingan relawan. Dan kita juga selalu terbuka bagi yang lain untuk ikut bersama menjalankan program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado ini.⁹⁸

2. Faktor Penghambat

RBC sebagaimana proses komunikasi yang lain, tentu saja ada penghambat. Beberapa kendala atau yang menjadi faktor penghambat dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado diantaranya pola pikir masyarakat yang sulit diubah.

⁹⁸Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

Dalam menyampaikan program kendala yang dialami RBC yaitu pola pikir masyarakat Pedado yang sulit diubah, hal ini dikarenakan banyak faktor termasuk kondisi ekonomi lemah serta pendidikannya yang terbilang sangat minim. Kesulitan pemberdayaan masyarakat termasuk penyampaian programnya diakibatkan pola pikir masyarakat yang sulit untuk diubah. Oleh karena masyarakat Pedado layaknya organ tubuh manusia yang saling berhubungan seperti pada konsep teori fungsional, maka masyarakat memilih lembaga-lembaga yang saling tergantung satu sama lain serta menjalankan fungsinya untuk tetap menjaga stabilitas dalam masyarakat.

Rumah Belajar Ceria merupakan bagian dari komunitas sosial yang bergerak di bidang kemasyarakatan, maka RBC harus menjalankan fungsinya yaitu memberdayakan masyarakat salah satunya dengan cara memenuhi pola pikir masyarakat. Mengubah pola pikir masyarakat hendaknya digunakan komunikasi yang efektif yang sesuai dengan kadar pengetahuan mereka.

C. Langkah-langkah Strategi Komunikasi Persuasif Yang Digunakan Komunitas Rumah Belajar Ceria di Kampung Sungai Pedado Palembang

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 kerja tertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁹⁹

Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan, baik karena kondisi eksternal (misalnya, ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil).¹⁰⁰ Pada dasarnya, program pemberdayaan masyarakat adalah upaya supaya masyarakat golongan ekonomi lemah untuk hidup lebih baik, memiliki sumber pencaharian yang nantinya akan menjadi sumber penghalan dan dari situlah masyarakat seperti itu akan mencapai kemandirian. Sebuah program yang disampaikan kepada masyarakat merupakan bagian dimana program tersebut adalah tahapan awal untuk mencapai tujuan dari penyampai program. Memberdayakan masyarakat bermakna merangsang masyarakat untuk mendiskusikan masalahnya serta merumuskan pemecahannya dalam suasana kebersamaan.

1. Pengenalan Wilayah

Di dalam pelaksanaan komunitas RBC (Rumah Belajar Ceria) dalam program pemberdayaan masyarakat, seorang anggota RBC tidak cukup hanya mengenal masyarakat penerima manfaatnya saja, tetapi juga harus mengenal beragam kekuatan yang mempengaruhi proses perubahan, baik yang menyangkut lingkungan fisik,

⁹⁹Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 167.

¹⁰⁰Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), h. 60.

lingkungan sosial dll. Selaras dengan itu, salah satu tugas yang harus dilakukan oleh setiap anggota adalah melaksanakan pengenalan wilayah kerja pemberdayaan masyarakat.

Oleh sebab itu, tanpa pengenalan wilayah kerja yang baik, bukan saja akan menyulitkan komunitas RBC untuk menyusun program dan kalender kerja pemberdayaan masyarakat yang akan dilakukan, tetapi sekaligus juga akan menyulitkan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan. Hal ini disebabkan karena, data/informasi atau gambaran tentang situasi yang diperoleh berdasarkan pengamatan sekilas atau berdasarkan data sekunder yang tersedia. Di pihak lain, karena obyek utama dari kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah manusia yang memiliki perasaan, kebutuhan, keinginan, dan harapan-harapan yang selalu berubah-ubah tergantung keadaan (fisik dan sosial) lingkungannya, akan sangatlah sulit bagi komunitas RBC tanpa melakukan pengenalan wilayah tempat mereka mengabdikan, dan mengetahui karakteristik masyarakat setempat yang akan diberdayakan diperlukan hubungan timbal balik antara relawan RBC dengan masyarakat Pedado. Melalui pengenalan wilayah kerja, RBC juga akan membiasakan dirinya sendiri untuk bekerja berdasarkan data atau fakta yang benar-benar diyakini, dan bukan bekerja berdasarkan prakiraan-prakiraan, asumsi-asumsi, atau menurut "kata orang".¹⁰¹ RBC dalam seleksi lokasi dilakukan sesuai dengan kriteria yang disepakati oleh setiap

¹⁰¹*Ibid.*, h. 186-187.

relawan. Penetapan kriteria penting supaya pemilihan lokasi dilakukan sebaik mungkin, sehingga tujuan pemberdayaan masyarakat akan tercapai seperti yang diharapkan.

Pengenalan wilayah kerja sebelum melaksanakan pengabdian/tugas tidak hanya penting, tetapi justru merupakan persyaratan mutlak, sebab, hanya dengan mengenal wilayah kerja RBC dapat memahami keadaan masyarakat sebagai penerima manfaatnya, keadaan lingkungan fisik dan sosial masyarakat, masalah-masalah yang akan dihadapi oleh masyarakat sebagai penerima manfaat, kendala-kendala yang akan dihadapi untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat, faktor-faktor pendukung pelancar kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilaksanakan.

Melalui pengenalan wilayah kerja yang mendalam, RBC tidak hanya mengetahui kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat yang menjadi penerima manfaat, tetapi melalui pengenalan wilayah kerja yang mendalam, relawan RBC akan memahami keadaan alam (iklim,keadaan hama penyakit yang biasa mengganggu, dan bencana alam rutin), kegiatan usaha, keadaan penduduk (kebiasaan-kebiasaannya, kebutuhan dan keinginannya, agama dan nilai-nilai sosial yang dianut), keadaan kelembagaan yang akan mempengaruhi kegiatan usaha dan perilaku masyarakat, terakhir sarana dan prasarana yang tersedia dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan serta keuntungannya.¹⁰²

Pembangunan kewilayahan dimaksudkan agar semua daerah dapat melaksanakan pembangunan secara proporsional dan merata sesuai dengan potensi yang dimiliki daerah tersebut.¹⁰³

¹⁰²Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

¹⁰³Nurman, *Strategi Pembangunan Daerah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 157.

2. Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat

Setelah itu, RBC melakukan sosialisasi pemberdayaan masyarakat yang merupakan upaya mengkomunikasikan kegiatan untuk menciptakan dialog dengan masyarakat. Melalui sosialisasi akan membantu untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pihak terkait tentang program atau kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan. Proses sosialisasi menjadi sangat penting, karena akan menentukan minat dan ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi dalam program pemberdayaan masyarakat yang dikomunikasikan. Melalui pemberdayaan orang, kelompok, atau masyarakat dituntut menjadi kuat untuk berpartisipasi dan memiliki kreativitas. Melalui pemberdayaan masyarakat, aspek partisipasi dan kreativitas dikelola sedemikian rupa. Sehingga dipandang perlu untuk melakukan pendampingan agar daya (kuasa) yang dimiliki oleh orang, kelompok, atau masyarakat bisa dioptimalkan.¹⁰⁴

Adapun materi pemberdayaan masyarakat dalam sosialisasi yang disampaikan oleh relawan RBC , harus selalu mengacu kepada kebutuhan yang telah dirasakan oleh masyarakat Pedado sebagai penerima manfaatnya.

3. Proses Pemberdayaan Masyarakat

Langkah berikutnya tentang proses program pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf

¹⁰⁴Damsar dan Indriyani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 243.

hidupnya. Dalam proses tersebut RBC dan masyarakat Pedado bersama-sama melakukan kegiatan identifikasi serta menganalisa keadaannya, baik potensi maupun permasalahannya. Pada tahap ini diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai aspek sosial, ekonomi dan kelembagaan (pembentukan kelompok untuk menggabungkan potensi ekonomi dan berbagai sumberdaya masyarakat yang akan lebih memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai fasilitas untuk pengembangan kegiatan produktif masyarakat).

Sebenarnya ini langkah awal, jadi dalam proses ini diliputi persiapan masyarakat Pedado untuk melakukan pertemuan bersama masyarakat setempat lalu kita menganalisa masalah-masalah dan memberikan pemecahan masalah yang terbaik dengan memperdayakan sumberdaya yang tersedia lalu mengembangkan rencana kegiatan serta melakukan pengorganisasian pelaksanaannya.¹⁰⁵

Setelah rencana telah disusun bersama dengan dukungan fasilitas dari RBC selanjutnya diimplementasikan dalam kegiatan yang konkrit dengan tetap memperhatikan relisasi dan rencana awal. Termasuk dalam kegiatan ini adalah pemantauan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat yang telah disediakan oleh RBC dan kemajuan kegiatan menjadi perhatian semua pihak baik dari RBC maupun masyarakat, selain itu juga dilakukan perbaikan jika diperlukan.

Untuk memantau proses dan hasil kegiatan secara terus menerus secara partisipatif, ini dilakukan secara mendalah pada tahapan program pemberdayaa masyarakat supaya prosesnya berjalan sesuai dengan tujuan. Proses penilaian,

¹⁰⁵Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

pengkajian dan pemantauan baik prosesnya maupun hasil dan dampaknya supaya dapat disusun proses perbaikan kalau diperlukan.

Untuk pemantauan berjalannya program pemberdayaan masyarakat khususnya di bidang Ekonomi Kreatif kita (RBC) melakukannya seminggu 4 kali pada hari Selasa, Kamis, Sabtu dan Minggu karena 4 hari tersebut para relawan RBC *stand by* jadi sembari melaksanakan bidang pendidikan yaitu mengajar anak-anak TK/SD/SMP, relawan RBC juga melakukan *monitoring* perkembangan seperti Jamur Tiram, Tumbuhan obat-obatan, dan Hidroponik serta setiap minggu juga kita sering mengadakan dokter kecil yang merupakan salah satu program pemberdayaan masyarakat di bidang kesehatan jadi pemantauan merupakan langkah untuk pendekatan kepada masyarakat setempat supaya mereka lebih akrab dengan RBC dan menumbuhkan rasa keinginan tersendiri untuk menjalankan program RBC menjadi lebih baik.¹⁰⁶



Gambar.4.6. Proses Pembuatan Jamur Crispy oleh Ibu-Ibu Pedado

Kegiatan pemberdayaan yang bertujuan untuk mewujudkan perubahan yaitu terwujudnya proses belajar yang mandiri untuk terus menerus melakukan perubahan. Dengan kata lain, pemberdayaan harus didesain sebagai proses

¹⁰⁶Evan Saputra, Founder Rumah Belajar Ceria, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

belajar, atau dalam setiap upaya pemberdayaan, harus terkandung upaya-upaya pembelajaran atau penyelenggaraan pelatihan, dll.

Dalam kaitan ini, keberhasilan relawan RBC tidak diukur dari seberapa banyak ajaran yang disampaikan, tetapi seberapa jauh terjadi proses belajar bersama yang dialogis yang mampu menumbuhkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan “baru” yang mampu mengubah perilaku kelompok sarannya ke arah kegiatan dan kehidupan yang lebih menyejahterakan. Pemberdayaan sebagai proses pemberlajaran, harus berbasis dan selalu mengacu kepada kebutuhan masyarakat serta diusahakan guna sebesar-besar kesejahteraan masyarakat yang diberdayakan.

Sekarang terbantu sekali adanya program pemberdayaan masyarakat dari RBC di Pedado. Pendapatan mulai mencukupi kebutuhan rumah tangga hingga sekolah. Bahkan, RBC tidak hanya memperhatikan dari segi ekonomi saja tetapi mereka juga turut memperhatikan pendidikan dan mengajarkan akhlak kepada anak-anak di Kampung Sungai Pedado.¹⁰⁷

4. Pemandirian Masyarakat

Langkah terakhir yaitu pemandirian masyarakat, salah satu tujuan program pemberdayaan masyarakat yaitu untuk memandirikan masyarakat dan meningkatkan taraf hidupnya, maka arah pemandirian masyarakat berupa pendampingan untuk menyiapkan masyarakat supaya benar-benar mampu mengelola sendiri kegiatannya.

¹⁰⁷Mael, Masyarakat Kampung Sungai Pedado, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Maret 2019.

Kemandirian bukan diartikan sebagai berdikari (memenuhi kebutuhannya sendiri), melainkan kemampuan dan keberaniannya untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi dirinya sendiri dan masyarakat.

Dalam hal pemandirian masyarakat Pedado, RBC membuka *FGD (Forum Grup Discussion)* disana akan ada narasumber yang profesional dalam bidang kewirausahaan dengan memberikan ide-ide kreatif atau inovatif yang membangun masyarakat untuk memiliki keinginan merubah kondisi kehidupan lebih baik, berbagai pelatihan untuk menambah atau memperbaiki pengetahuan teknis serta perubahan sikap. Selain pelatihan untuk menambah wawasan masyarakat Pedado, RBC juga melakukan kegiatan peningkatan pendapatan yang merupakan upaya terpenting untuk membiayai kegiatan yang diperlukan dan membangun kemandirian. Peningkatan pendapatan juga penting supaya masyarakat semakin yakin bahwa RBC memberikan bantuan benar-benar mampu memperbaiki kehidupan mereka, minimal secara ekonomi. Seperti RBC memberikan ruang kreatif wirausaha, RBC mengajak ibu-ibu janda di Pedado untuk mendapatkan tambahan penghasilan dengan membuat jamur krispy lalu dijual ke pasaran, bukan hanya ibu-ibu saja tetap bapak-bapak Pedado juga yang pekerjaannya rata-rata petani memberikan ruang untuk mengembangkan kemampuan bertanam mereka yang sudah menjadi kultur masyarakat Pedado dengan membuat Hidroponik dan Tanaman obat-obatan.



Gambar.4.7.Pembudidayaan jamur tiram, merupakan upaya pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi kreatif



Gambar.4.8.Hidroponik RBC, dengan branding Hid-Up Farm juga merupakan program pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi kreatif. Petaninya sendiri diambil bapak-bapak masyarakat Pedado.

Strategi pembangunan desa merupakan suatu kerangka kerja pembangunan yang komperhensif dan sistematis dalam mencapai harapan yang dicita-citakan. Kebijakan strategis yang dituangkan dalam perencanaan desa menentukan arah perubahan dan

orientasi pembangunan yang perlu dilakukan untuk mencapai harapan dan kesejahteraan masyarakat.¹⁰⁸

D. Hasil Analisa Strategi Komunikasi Persuasif Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang

Perencanaan program yang baik, harus mengungkapkan hasil analisis fakta dan keadaan yang lengkap yang menyangkut keadaan sumber daya alam, sumber daya manusia, kelembagaan, ketersediaan sarana dan prasarana, dan keadaan sosial. Untuk keperluan tersebut, pengumpulan data dapat dilakukan dengan menghubungi beberapa pihak dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data agar data yang terkumpul tidak saja cukup lengkap tetapi juga dijamin kebenarannya.¹⁰⁹

Dalam hasil penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket untuk mengetahui seberapa aktif penerima manfaat (masyarakat Pedado) dalam program pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh komunitas Rumah Belajar Ceria.

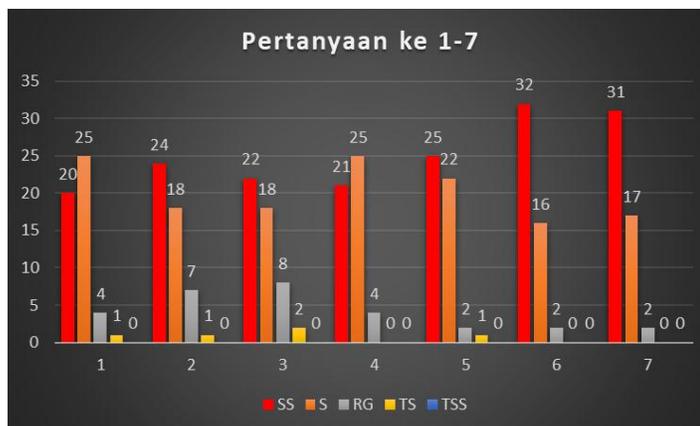
Untuk mendapatkan hasil, peneliti menyiapkan 13 pertanyaan untuk 50 responden yang ikut serta dalam program pemberdayaan masyarakat dengan petunjuk pengisian kuesioner memberikan tanda (X) pada jawaban a) SS= Sangat Setuju, b) S= Setuju, c) RG= Ragu-Ragu, d) TS= Tidak Setuju, e) STS= Sangat Tidak Setuju. Dengan skor

¹⁰⁸ Nurman, *Strategi Pembangunan Daerah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 263.

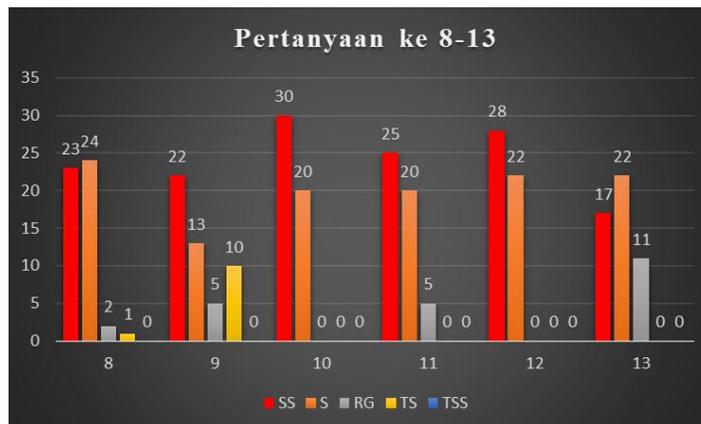
¹⁰⁹ Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 235.

pada setiap jawaban yaitu; SS= Sangat Setuju (5), S= Setuju (4), RG= Ragu-Ragu (3), TS= Tidak Setuju (2), STS= Sangat Tidak Setuju (1).

Berdasarkan diagram persebaran jawaban Skala Likert masing-masing item pertanyaan diperoleh informasi bahwa item pertanyaan yang memiliki jumlah jawaban Sangat setuju terbanyak adalah item pertanyaan ke 6 yaitu sebanyak 32 responden sedangkan yang memiliki jumlah jawaban sangat setuju terendah adalah item pertanyaan ke 13 yaitu sebanyak 17 responden. Pada diagram tersebut diperoleh informasi bahwa tidak ada responden yang menjawab tidak sangat setuju pada semua item pertanyaan. Sedangkan pada semua item pertanyaan pilihan jawaban sangat setuju memiliki tingkat jawaban terbanyak dibandingkan pilihan yang lain.

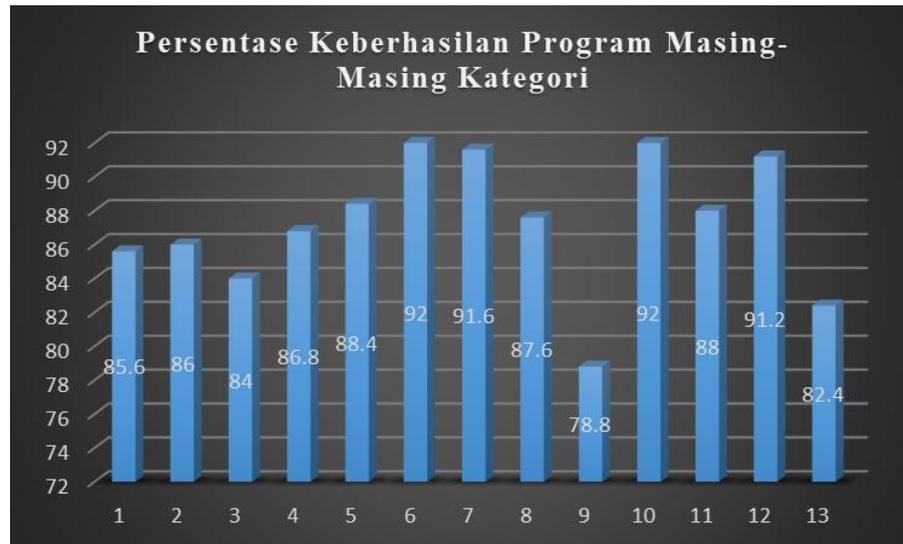


Gambar.4.9. Hasil Jawaban pada pertanyaan ke 1-7



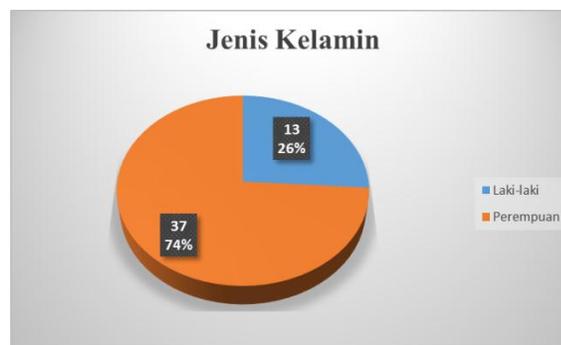
Gambar.4.10.Hasil Jawaban dari Pertanyaan 8-13

Persentase tingkat keberhasilan tertinggi diperoleh pada item pertanyaan ke 10 yaitu sebesar 92 % yaitu masyarakat sekitar Kampung Sungai Pedado mendapat hak pemberdayaan secara berkelanjutan, oleh karena itu di Bab 3 RBC membuat program perencanaan jangka panjang dalam suatu rangkaian kegiatan yang berkelanjutan seperti perubahan-perubahan yang perlu dilakukan, selaras dengan perubahan kebutuhan dan masalah yang akan dihadapi. Sedangkan tingkat keberhasilan terendah adalah pada item ke 9 yaitu 78,8 % tidak adanya kesenjangan antarkelas di kampung Sungai Pedado, ini tidak menutup kemungkinan masyarakat yang lain tidak berjalan dengan kompak, sifat solidaritas selalu tertanam dalam masyarakat tersebut. Sedangkan total rata-rata tingkat keberhasilan pada semua item pertanyaan/kategori adalah sebesar 87,26 %.



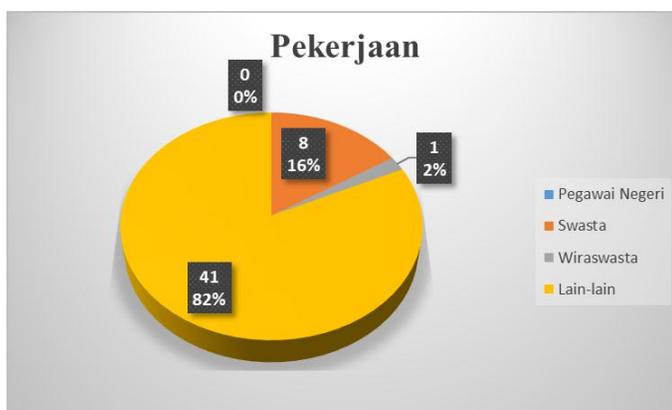
Gambar.4.11. Tingkat Persentase Keberhasilan Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang

Pada penelitian ini melibatkan responden yang terdiri dari 74 % atau sebanyak 37 responden perempuan dan sebanyak 26 % atau 13 responden laki-laki.



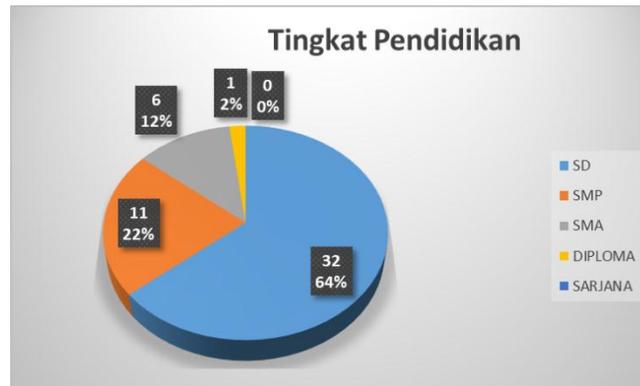
Gambar.4.12. Perempuan lebih aktif mengikuti Program Pemberdayaan Masyarakat.

Penelitian ini juga melibatkan 16 % responden yang bekerja sebagai pekerja swasta atau sebesar 8 responden, kemudian 2 % responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta dan sisanya sebanyak 82 % atau sebesar 41 responden memiliki pekerjaan selain pekerja swasta dan wiraswasta. Masyarakat yang menjawab lain-lain mereka bekerja sebagai buruh, serabutan, pembantu rumah tangga dan petani.



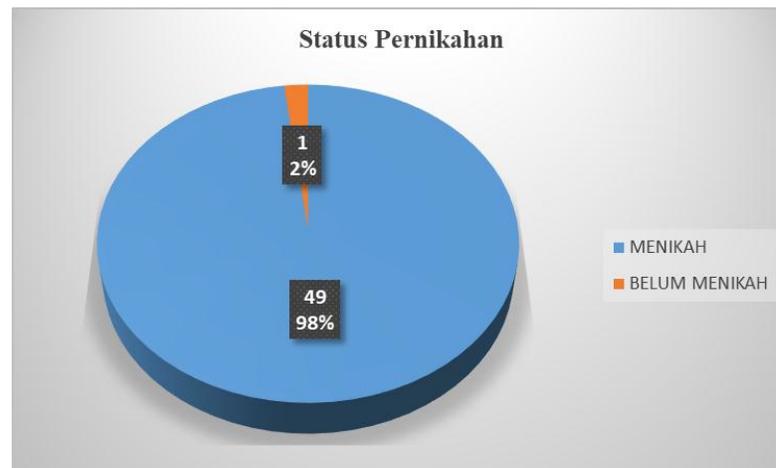
Gambar.4.13.Persentase Pekerjaan Masyarakat Pedado

Untuk tingkat pendidikan, penelitian ini melibatkan 64 % atau 32 responden yang memiliki tingkat pendidikan sekolah dasar, 22 % atau 11 responden yang memiliki pendidikan SMP, 12 % atau 6 responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA dan 2 % atau 1 responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA. Tidak heran, jika RBC melakukan program pemberdayaan masyarakat bukan hanya dalam bidang ekonomi kreatif dan kesehatan saja tetapi bidang pendidikan juga dibentuk oleh komunitas RBC.



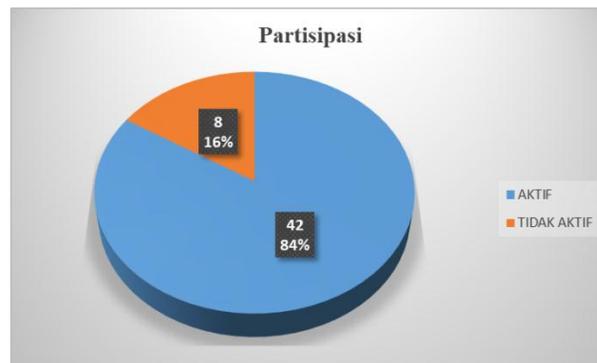
Gambar.4.14.Tingkat Pendidikan Masyarakat Pedado Tertinggi adalah Sekolah Dasar.

Pada penelitian ini melibatkan 98 % atau 49 responden yang sudah menikah dan sisanya belum menikah.



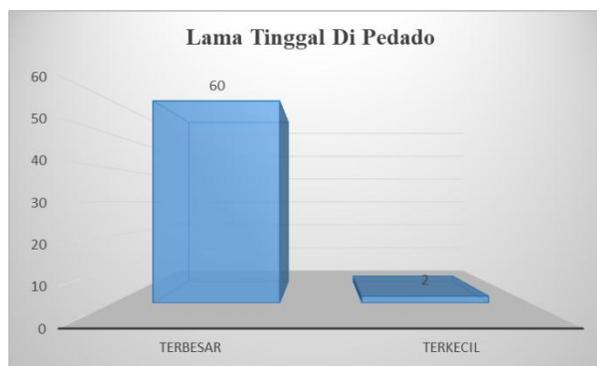
Gambar.4.15.Status Responden yang Mengisi Angket Penelitian

Tingkat partisipasi masyarakat pedado dalam mengikuti program pemberdayaan masyarakat dalam penelitian ini melibatkan 84 % atau 42 responden yang merupakan anggota aktif dan 16% atau 8 responden yang merupakan anggota tidak aktif.



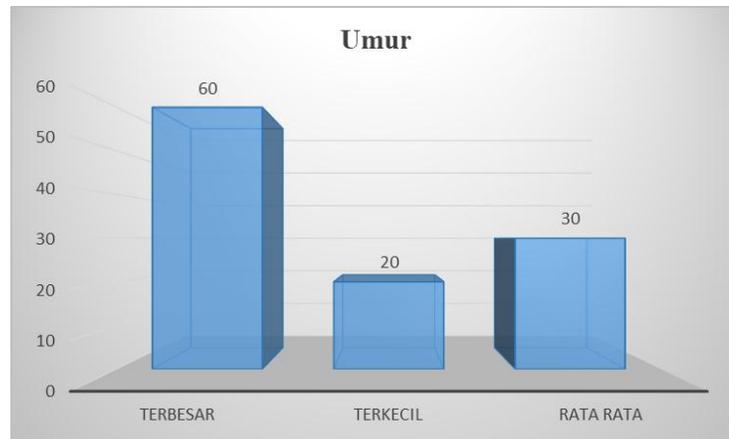
Gambar.4.16. Sebanyak 84% Masyarakat Pedado Sangat Berpartisipasi dalam Mengikuti Program Pemberdayaan Masyarakat

Pada penelitian ini diperoleh informasi bahwa lama tinggal terbesar responden di Pedado adalah tahun 60 tahun dan lama tinggal terkecil adalah 2 tahun.



Gambar.4.17.Lama Tinggal Masyarakat di Kampung Sungai Pedado

Pada tingkat usia, penelitian ini melibatkan responden dengan usia terbesar adalah 60 tahun dan usia terkecil 20 tahun sedangkan rata-rata semua usia responden adalah 30 tahun.



Gambar.4.18.Umur Responden Pengisian Angket.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan peneliti tentang strategi komunikasi persuasif komunitas Rumah Belajar Ceria dalam program pemberdayaan masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Langkah-langkah komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Rumah Belajar Ceria kota Palembang pada dasarnya adalah proses yang dilakukan secara langsung. Kegiatan pemberdayaan masyarakat dimulai dari proses seleksi lokasi sampai dengan pemandirian masyarakat. Seleksi wilayah dilakukan sesuai dengan kriteria yang disepakati oleh relawan RBC sehingga tujuan pemberdayaan masyarakat akan tercapai seperti yang diharapkan. Setelah itu, RBC melakukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pihak terkait tentang program atau kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah direncanakan. Setelah melakukan sosialisasi, proses pemberdayaan dilaksanakan oleh masyarakat Pedado dan dibantu relawan RBC. Proses pemberdayaan dilakukan untuk memandirikan masyarakat dan meningkatkan taraf hidupnya, maka arah pemandirian masyarakat adalah berupa

pendampingan untuk menyiapkan masyarakat supaya benar-benar mampu mengelola sendiri kegiatannya.

2. Upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Rumah Belajar Ceria, terdapat beberapa faktor pendukung seperti dana kegiatan yang mencukupi sehingga proses pemberdayaan masyarakat tetap berjalan sesuai rencana dan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi sehingga masyarakat dapat bekerja sama dengan baik dalam melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang sudah disusun oleh RBC. Sedangkan faktor penghambat adalah minimnya pola pikir masyarakat dimana rata-rata pendidikan masyarakat pedado 64% SD sehingga RBC mengalami kesulitan dalam melakukan penyadaran kepada masyarakat secara penuh untuk menunjukkan pentingnya perubahan untuk memperbaiki keadaannya.

Target sasaran Komunitas Rumah Belajar Ceria adalah Kampung Sungai Pedado Palembang dalam menerapkan program pemberdayaan masyarakat dengan konsep mengatasi sumber dari kemiskinan itu sendiri, tentunya masyarakat diberikan bimbingan dan arahan untuk melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan peneliti secara langsung, maka beberapa saran yang akan disampaikan diantaranya :

1. Program pemberdayaan masyarakat RBC untuk ke depan bisa lebih baik lagi dalam melakukan tugas-tugasnya dan lebih menerapkan rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap masyarakat supaya program ini berjalan terus di lingkungan masyarakat Pedado.
2. Program pemberdayaan masyarakat RBC ke depan selalu memfokuskan menjadi agen perubahan di bidang ekonomi dan sosial, supaya program pengentasan kemiskinan dapat lebih terarah
3. Program pemberdayaan masyarakat RBC, harus bisa menjadi contoh untuk komunitas lainnya di Palembang dalam melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat di daerahnya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- A Ubaedillah, A. R. (2015). *Edisi Revisi Pendidikan Kewarganegaraan Pancasila, Demokrasi, HAM, dan Masyarakat Madani*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, H. (2014). *Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Bandung: Rajawali Pers.
- Donnelly, G. d. (1996). *Edisi Kelima Organisasi Jilid 2 Perilaku Struktur Proses*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1989). *Komunikasi dan Modernisasi*. Bandung: Alumni.
- Indrayani, D. (2016). *Pengantar Sosiologi Pedesaan*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardikanto, T. d. (2017). *Edisi Revisi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Naution, Z. (2012). *Edisi Revisi Komunikasi Pembangunan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurman. (2015). *Strategi Pembangunan Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soiman, W. I. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan*. Malang: Intrans Publishing.
- Suharto, E. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuha Analisi Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: ROSDA.
- Suryana, S. S. (2014). *Komunikasi Persuasif Cetakan Keenam*. Banten: Universitas Terbuka.

- Tjokrowinato, M. (1996). *Pembangunan Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Trisatya, I. (2016). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Cetakam Kedua*. Bandung: UNPAD PRESS.
- Wibowo. (2014). *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winardi. (2014). *Teori Organisasi & Pengorganisasian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zubaedi. (Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik). 2014. Jakarta: Kencana.

B. Jurnal

- Afiati, A. I. (2015). Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap Studi Deskriptif padaPelatih Pendidikan Militer Tamtama TNI AD di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Diponegoro Kebumen). *Repository UIN Syarif Hidayatullah*, 28-29
- Aripin, B. (2016). Strategi Komunikasi Persuasif Vounteer Earth Hour Tangerang dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang). *Repository UIN Syahid*, 24-26.
- Ilyas. (2016). Strategi Pengembangan Komunikasi Masyarakat Kelompok Tani Qoryah Toyyibah di Kalibening Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *Inject, Interdisciplinary Journal of Communication*, vol.1 no.2.
- Irfan Charis, m. N. (2015). Pendidikan Islam dan Masyarakat Madani. *Mudarissa Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.7 No.2.
- Karsidi, R. (2001). Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Mediator*, Vol.2 No.1.
- Sitompul, M. (2002). Konsep-Konsep Komunikasi Pembangunan. *USU digital Library*, pp.1-12.
- Sulaiman, A. I. (2016). Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pemberdayaan Buruh Migran. *Jurnal Ilmu Komunkasi UNSOED*, vol.13 no.2.

- Suroto. (2015). Konsep Masyarakat Madani di Indonesia dalam Masa Postmodern (Sebuah Analitis Kritis). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, Vol.5 No.9.
- Visnu, D. S. (2014). Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera). *e-journal uajy*, pp.1-13.
- Yudi. (2010). Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (PPMK) Di Kelurahan Sunter Jaya. Repository UIN Syarif Hidayatullah, 19.

C. Internet

<http://eprints.uny.ac.id/18096/4/PDF%20BAB%202%2009.10.040%20Rif%20p.pdf>

6. Lama tinggal di Pedado :
7. Menjadi Anggota Aktif Program Pemberdayaan Masyarakat Rumah Belajar Ceria
 - a. Ya
 - b. Tidak

II. Hasil Program Pemberdayaan Masyarakat Komunitas Rumah Belajar Ceria

1. Peningkatan kesejahteraan masyarakat setelah adanya program pemberdayaan masyarakat dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Tidak Sangat Setuju
2. Peningkatan perekonomian masyarakat setelah adanya program pemberdayaan masyarakat dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Tidak Sangat Setuju
3. Peningkatan pendapatan masyarakat setelah adanya program pemberdayaan masyarakat dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Tidak Sangat Setuju
4. Peningkatan motivasi hidup setelah adanya program pemberdayaan masyarakat dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Tidak Sangat Setuju
5. Peningkatan potensi masyarakat setelah adanya program pemberdayaan masyarakat dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Tidak Sangat Setuju
6. Peningkatan kemampuan masyarakat menjadi masyarakat yang lebih mandiri.

- a. Sangat Setuju c. Netral e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
7. Adanya kemudahan akses terhadap sumber daya yang ada.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
8. Kesadaran terhadap kesenjangan yang terjadi pada masyarakat.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
9. Tidak adanya kesenjangan antarkelas di sekitar Kampung Sungai Pedado.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
10. Masyarakat sekitar Kampung Sungai Pedado mendapat hak pemberdayaan secara berkelanjutan.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
11. Kemandirian masyarakat Kampung Sungai Pedado setelah adanya program pemberdayaan yang dilaksanakan.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
12. Berkembangnya usaha yang berada di Kampung Sungai Pedado.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju
13. Kecukupan ekonomi masyarakat Kampung Sungai Pedado setelah adanya pemberdayaan dari Komunitas Rumah Belajar Ceria.
a. Sangat Setuju c. Ragu-ragu e. Tidak Sangat Setuju
b. Setuju d. Tidak Setuju

DAFTAR PERBAIKAN

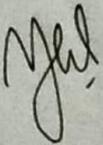
Nama : Putri Wahyuni Megawati
NIM : 1525100043
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang Sumatera Selatan

TANGGAL	HAL YANG DIPERBAIKI
27 MEI 2019	1. Latar Belakang Masalah 2. Penambahan Sumatera Selatan di akhir Judul

Palembang, 2019

Mengetahui,

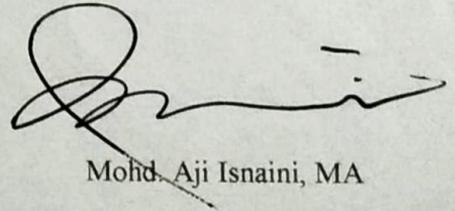
PENGUJI I



Dr. Hamidah, M.Ag

NIP. 19661001191032001

PENGUJI II



Mohd. Aji Isnaini, MA

NIP. 197004172003121001

1-1-2010	Penyerahan Bab V Revisi kesimpulan Revisi rumusan masalah	3/
20-1-2010	ACC Bab V	2/
2-2-2010	Penyerahan abstrak	3/
10-2-2010	ACC Abstrak	2/
20-2-2010	Skripsi sudah bisa dimajukan ke sidang muna dasyah	3/

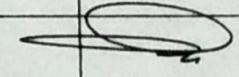
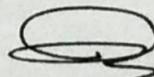
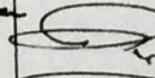
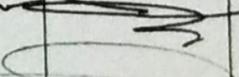
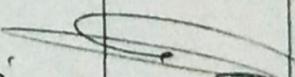
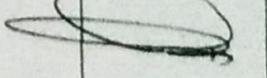
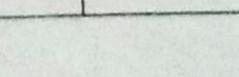
LEMBAR KONSULTASI

Nama : Putri Wahyuni Megawati
 NIM : 1525100043
 Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang
 Pembimbing I : Dr. Nurseri Hasnah Nasution, M. Ag

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
	6-11-2018	Penyerahan Bab I	Revisi LB, kerangka teori disistematiskan, tambahkan batasan masalah	3/
	12-11-2018	ACC Bab I		3/
	20-11-2018	Penyerahan Bab II	Pertajam teori, tambahkan teori ttg pemberdayaan Masyarakat	3/
	02-12-2018	Penyerahan Bab III	Eksplorasi program pemberdayaan masyarakat	3/
	10-12-2018	ACC Bab III		3/
	20-12-2018	Penyerahan Bab IV	Revisi analisa data, pertajam pembahasan	3/
	25-12-2018	ACC Bab IV		3/

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Putri Wahyuni Megawati
NIM : 1525100043
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang
Pembimbing I I : Candra Darmawan, M.Hum

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	5/11 2018	Kontribusi proposal	ACC	
2	27/11 2018	Bab II	Perbaikan tentang dan cara penulisan resume of pedoman	
3	3/12 2018	Bab II	ACC	
4	17/12 2018	Bab III	Perbaikan dan referensi	
5	8/1 2019	Bab III	ACC	
6	11/03 2019	Bab IV	perbaikan	
7	12/03 2019	Bab IV	ACC	
8	24/04 2019	Bab I - V	ACC	

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi :

Nama : Putri Wahyuni Megawati

NIM : 1525100043

Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang Sumatera Selatan**

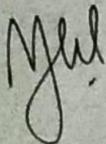
Sudah disetujui untuk dijilid. Demikianlah perihal ini kami buat dengan sebenar-benarnya atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr, Wb.

Palembang,

2019

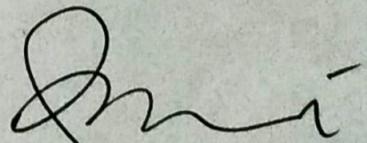
Penguji I



Dr. Hamidah, M.Ag

NIP. 19661001191032001

Penguji II



Mohd. Aji Isnaini, MA

NIP. 197004172003121001

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 207 TAHUN 2018

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- MeNIMbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah ;
6. Keputusan Menteri Agama RI No.232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr.Nurseri Hasanah Nasution, M.Ag NIP : 19780414 200212 2 004
2. Candra Darmawan, M.Hum NIP : 19730607 199803 1 004

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : : **PUTRI WAHYUNI MEGAWATI**
NIM/Jurusan : 1525100043 / KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Semester/Tahun : GANJIL / 2018 - 2019
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS RUMAH BELAJAR CERIA DALAM PROGRAM PERBERDAYAAN MASYARAKAT DI KAMPUNG SUNGAI PEDADO PALEMBANG.

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 19 bulan Nopember Tahun 2019.
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
TANGGAL : 19 - 11 - 2018
REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI



KUSNADI

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI / BPI / Jumalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN-RF Palembang ;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



RUMAH BELAJAR CERIA

Instagram: @Rbceria, Youtube: Rumah Belajar Ceria

Sekretariat Jalan H.Sarkowi, Kel.Keramasan, Kec.Kertapati Kota.Palembang

(telp)+62813 7378 0373 (email) rbceria.hoihoi@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 017/RBC/III/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini selaku *Founder* dari komunitas Rumah Belajar Ceria. Menerangkan bahwa:

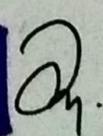
Nama : Putri Wahyuni Megawati
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 1525100043
Program Studi/Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas/Universitas : Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah
Alamat : Jl.Pangeran Ayin Perumahan Puspasari Blok.J No.02

Telah melaksanakan penelitian di Rumah Belajar Ceria dalam rangka menyusun skripsi dengan judul "***Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Sungai Pedado Palembang***" mulai tanggal 29 November 2018 sampai dengan selesai.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 18 Februari 2019

Founder Rumah Belajar Ceria



Cerdas Assessing
Evan Saputra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi :

Nama Lengkap : Putri Wahyuni Megawati

Tempat Tanggal Lahir: Palembang, 18 Juni 1997

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Alamat : Jl.Pangeran Ayin Perumahan Puspasari Blok.J No.02 Kenten

No HP : 0899 875 3181

E-mail : Putriwahyuni1841@gmail.com

Pendidikan :

SD Negeri 04 Palembang (2003-2009)

SMP Negeri 41 Palembang (2009-2012)

SMK Swakarya Palembang (2012-2015)

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (2015-2019)

Pengalaman :

Part Time Journalist – Zetizen Sumatera Ekspres (2016-2019)

Event & Promotion Supervisor – Zetizen Sumatera Ekspres (2016-2019)

Super Intern Creative Assistant – Radio 97,5 Play FM (2019)