



**STRATEGI KOMUNIKASI RELAWAN DALAM MELAKUKAN
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT WILAYAH TERMARJINALKAN
(STUDI KASUS PADA PROGRAM TATAR NUSANTARA)**

Muhamad Arifky Ramdani, Eka Yusup, Luluatu Nayiroh

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Di Indonesia banyak terdapat wilayah yang tertinggal dan termarjinalkan. Masyarakat yang hidup di wilayah tertinggal sangat merasakan keterbatasan di dalam hidupnya. Tatar Nusantara merupakan sebuah program pemberdayaan masyarakat yang melakukan penugasan terhadap relawan selama satu tahun di wilayah termarjinalkan, menjadi fasilitator untuk melakukan pendampingan dan pengembangan terhadap masalah yang terjadi di wilayah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi relawan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di wilayah termarjinalkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan yakni teori interaksi simbolik Mead. Teori ini digunakan untuk menganalisis konsep tindakan yang digunakan oleh relawan Tatar Nusantara. Berdasarkan dengan hasil penelitian ini yaitu yang pertama, analisis khalayak dari pemberdayaan masyarakat yang dilakukan program Tatar Nusantara yaitu masyarakat umum yang tinggal di wilayah penempatan masing-masing relawan. Kedua, penyusunan pesan yang disampaikan relawan menggunakan rumus klasik AIDDA. Ketiga, strategi metode yang digunakan dari cara penyampaiannya yaitu Canalizing dan dengan berdasarkan isinya menggunakan metode persuasif dan edukatif. Keempat, strategi seleksi dan penggunaan media yang digunakan relawan yaitu dengan media langsung atau face to face dan dengan menggunakan media sosial facebook, instagram, youtube dan website dalam memberitakan informasi wilayah penempatan kepada pihak luar.

Kata Kunci: strategi, komunikasi, fasilitator, relawan, tatar nusantara.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, banyak terdapat wilayah-wilayah di pelosok nusantara yang tertinggal dan termarjinalkan. Mereka yang hidup di wilayah-wilayah yang tertinggal sangat merasakan keterbatasan dan kekurangan. Tidak hanya dalam hal ekonomi, keterbatasan dan kekurangan itu timbul dari masalah pendidikan, teknologi, akses informasi maupun kesehatan. Faktor-faktor tersebut juga sangat mempengaruhi kualitas sumber daya manusia yang tinggal dan menetap di wilayah yang tertinggal. Wilayah tertinggal secara umum merupakan suatu daerah kabupaten yang daerahnya serta penduduk yang ada di dalamnya dapat dikatakan kurang berkembang bila dibandingkan dengan daerah lainnya yang berada di wilayah perkotaan dalam perhitungan tingkat nasional (Murni, 2014).

Sekolah Relawan merupakan lembaga sosial kemanusiaan yang memfokuskan diri pada edukasi kerelawanan dan pemberdayaan kepada masyarakat, yang diinisiasi oleh Bayu Gawtama (Gaw), dengan dibantu oleh Dony Aryanto dan Roel Mustafa, orang-orang yang sudah sangat berpengalaman dan cukup dikenal di dalam dunia kerelawanan, bahu membahu mendirikan Sekolah Relawan, yang resmi berdiri pada tanggal 13 Januari 2013. Sekolah Relawan dimulai dari sebuah blog yang membahas tentang segala kegiatan dan pengetahuan mengenai kerelawanan atau volunteering yang berkembang di Indonesia sesuai dengan pengalaman yang dimiliki ketiga pendiri Sekolah Relawan tersebut. Melalui sebuah blog, Sekolah Relawan mampu menarik perhatian publik dan kesuksesan pun mampu diraih oleh Sekolah Relawan melalui kegiatan-kegiatan yang diadakannya. Sekolah Relawan resmi terdaftar sebagai lembaga yang sah dan legal pada tahun 2016 (Sekolah Relawan, 2020).

Sekolah Relawan menjalin kerja sama dengan komunitas dan organisasi kebaikan yang tersebar di 34 wilayah yang ada di seluruh Indonesia, di antaranya Aceh, Medan, Jambi, Padang, Lampung, Cilegon, Serang, Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bogor, Depok, Cibinong, Karawang, Bandung, Majalengka, Cirebon, Solo, Semarang, Wonosobo Jombang, Bojonegoro, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Lombok, Banjarmasin, Samarinda, Banjarbaru, Palangkaraya, Makassar, Manado, dan Papua. Serta Sekolah Relawan memiliki jejaring komunitas kebaikan yang tersebar di 4 negara, yakni Turki, Yaman, Myanmar, dan Afrika Selatan (Sekolah Relawan, 2020). Sekolah Relawan melihat masyarakat Indonesia memiliki budaya gotong-royong serta rasa kebersamaan yang kuat. Namun budaya kerelawanan tidak cukup hanya sekedar memiliki rasa gotong-royong dan kebersamaan yang kuat, tapi harus diimbangi oleh pengetahuan, mental yang kuat, kemampuan fisik, serta kapasitas-kapasitas lainnya yang mumpuni. Setiap relawan yang tergabung di dalam Sekolah Relawan harus menjadi sosok relawan yang sigap, cepat dan tuntas dalam menangani masalah (Harsa, 2020).

Program Tatar Nusantara merupakan suatu program pemberdayaan dan pendampingan kepada masyarakat sebagai wujud aksi nyata dengan melakukan penugasan dan pengiriman relawan ke pelosok-pelosok atau daerah-daerah yang termarjinalkan, untuk terlibat aktif dalam upaya memaksimalkan potensi yang ada di wilayah atau daerah penugasan. Program Tatar Nusantara saat ini sudah menjangkau 8 Provinsi di Indonesia yang di dalamnya terbagi ke dalam 10 Kabupaten/Kota dan tersebar di 11 Desa, di antaranya Desa Cilebu, Pardomuan, Simbolon Purba, Kaliwuluh, Sumbermiri, Mendawai, Lamahala, Batu Putih, Oe Ue,

Pulau Hiri dan Yaosakor (Tatar Nusantara, 2019). Keunikan yang ada pada program Tatar Nusantara adalah para relawan yang tergabung dalam program Tatar Nusantara berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan profesi yang berbeda, di tempat penugasan relawan Tatar Nusantara akan ikut hidup dan beraktivitas bersama masyarakat selama satu tahun, mau tidak mau para relawan harus mampu beradaptasi dengan lingkungan, cuaca dan iklim yang jelas berbeda dengan tempat asalnya.

Relawan adalah suatu individu yang tidak memiliki kewajiban untuk menolong suatu pihak tetapi memiliki hasrat untuk berkontribusi dengan meluangkan waktu mereka dalam suatu kegiatan dan mereka rela berkomitmen penuh dan bergerak berdasarkan hati nurani mereka dalam waktu yang lama untuk membantu menyelesaikan suatu permasalahan atau pun bencana yang terjadi, dan memberikan apa saja yang mereka miliki dengan rasa yang ikhlas, baik berupa tenaga, waktu, pikiran, dan materi yang akan diberi kepada orang-orang yang membutuhkan bantuan. Dalam hal ini relawan biasanya tergabung ke dalam satu komunitas atau pun lembaga yang menaungi mereka dalam menjalankan misi kemanusiaan (Siregar, 2017).

Dengan adanya Latar Belakang yang telah dipaparkan di atas, maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana strategi pengenalan khalayak yang dilakukan oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat?
- 2) Bagaimana strategi menyusun pesan yang dibuat oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat?

- 3) Bagaimana metode komunikasi yang dipilih oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat?
- 4) Bagaimana strategi pemilihan dan penggunaan media yang dipilih oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan pemberdayaan masyarakat?

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni:

- 1) Untuk mengetahui strategi pengenalan khalayak yang dilakukan oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat.
- 2) Untuk mengetahui strategi menyusun pesan yang dibuat oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat.
- 3) Untuk mengetahui metode komunikasi yang dipilih oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan program pemberdayaan masyarakat.
- 4) Untuk mengetahui strategi pemilihan dan penggunaan media yang dipilih oleh Relawan Tatar Nusantara saat melakukan pemberdayaan masyarakat.

Tinjauan Teoritis Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah suatu perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk memperoleh tujuan yang dimaksud, strategi komunikasi diharuskan untuk dapat memperlihatkan cara-cara operasionalnya secara taktis yang harus dilakukan, dalam kata lain bahwa

pendekatan (*approach*) yang dilakukan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dengan bagaimana dari situasi dan kondisinya (Effendy, 2003: 301).

Menurut Anwar Arifin dalam (Tiurma, 2018: 22) mendefinisikan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai suatu tindakan yang akan dijalankan untuk memperoleh tujuan, dengan arti lain dalam merumuskan suatu strategi komunikasi berarti memperhitungkan segala situasi dan kondisi khalayak yang akan dihadapi di masa depan dan yang akan dihadapi pada masa ini untuk mencapai efektivitas. Dalam menggunakan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara dengan menggunakan komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Menurut (Arifin, 1984: 58-87) di dalam bukunya yang berjudul Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas, menyebutkan bahwa terdapat empat faktor atau tahapan dan langkah yang harus diperhatikan dalam melakukan suatu analisis strategi komunikasi, di antaranya adalah:

1) Mengenal Khalayak

Khalayak adalah orang yang akan menerima, memahami dan menerjemahkan pesan dalam komunikasi. Mengenal khalayak menjadi langkah utama yang dilakukan oleh komunikator dalam komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dengan komunikan dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi.

Schoen Feld dalam buku Strategi Komunikasi Anwar Arifin mengemukakan klasifikasi khalayak sebagai berikut:

- a. *Innovator* ataupun penemu idea adalah orang-orang yang kaya akan ide baru, dan karenanya mudah atau sukar

menerima idea baru orang lain.

- b. *Early adopters* atau orang-orang yang cepat bersedia untk mencoba apa yang dianjurkan kepadanya.
- c. *Early Majority* atau kelompok orang-orang yang mudah menerima idea baru tetapi yang sudah diterima oleh orang lain.
- d. *Majority* atau kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak idea baru, terbatas pada suatu daerah.
- e. *Non-Adopters* ataupun orang-orang yang tidak suka menerima idea barudan mengadakan perubahan-perubahan atas pendapatnya yang semula.

2) Menyusun Pesan

Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat agar bisa efektif sampai kepada komunikan. syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan ialah mampu membangkitkan perhatian.

Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan yang disampaikan atau yang dikenal dengan *AA Procedure (Attention to Action Procedure)*. Selain itu ada juga rumus klasik AIDDA, yaitu:

- a. *Attention* (perhatian): Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu
- b. *Interest* (minat): Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik
- c. *Desire* (hasrat): Keinginan seseorang dalam suatu hal yang dilihatnya dan memiliki keinginan untuk memperolehnya.

- d. *Decision* (keputusan): Langkah yang diambil seseorang dalam menetapkan suatu hal yang diinginkannya.
- e. *Action* (Tindakan): Suatu kegiatan yang merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

Wilbur Schramm (1955) dalam buku Strategi Komunikasi Anwar Arifin mengatakan syarat-sarat untuk berhasilnya suatu pesan adalah sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian dan sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang disadarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

3) Menetapkan Metode

Menurut Anwar Arifin, dalam mencapai efektifitas dari suatu komunikasi, selain isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Penetapan metode ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu

menurut pelaksanaan dan menurut bentuk isinya.

- a. Menurut cara pelaksanaannya.
 1. *Redudancy* (*repetition*) merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan kepada khalayak.
 2. *Canalizing* merupakan metode penyampaian pesan dengan cara komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan memulai menyampaikan idenya sesuai dengan kepribadian, sikap serta motif khalayaknya.
- b. Menurut bentuk isinya.
 1. *Informative*, merupakan suatu bentuk penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan.
 2. *Persuasive*, merupakan bentuk penyampaian pesan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk.
 3. *Educative*, merupakan bentuk penyampaian pesan yang mendidik, yakni memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.
 4. *Coersive*, merupakan bentuk penyampaian pesan yang mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa tanpa perlu

berfikir lebih banyak lagi untuk menerima gagasan yang di sampaikan.

4) Seleksi dan Penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau informasi disampaikan kepada masyarakat, perlu dipertimbangkan terlebih dahulu penggunaan media atau saluran yang efektif. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat berkomunikasi langsung (*face to face*) atau menggunakan media massa, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Pemilihan media dipengaruhi oleh khalayak sasaran yang akan dituju, efek yang diharapkan dari program yang dijalankan dan diisi pesan yang akan dikomunikasikan. Media tidak hanya berupa alat namun juga penciptaan kondisi atau situasi.

Teori Interaksi Simbolik Mead

George Herbert Mead (1863 – 1931) dikenal sebagai tokoh awal pencetus teori Interaksi Simbolik. Mead mengatakan bahwa ide dasar dalam teori Interaksi Simbolik adalah sebuah simbol yang membedakan manusia dengan binatang. Karena adanya kebutuhan untuk berinteraksi dari setiap individu dengan individu lainnya, maka simbol ini pun muncul. Dalam suatu proses interaksi terdapat suatu tindakan atau perbuatan yang diawali dengan sebuah pemikiran. Mead memberikan kontribusi dengan memberikan tiga konsep yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) dalam bukunya yang diterbitkan oleh murid-muridnya yang berjudul *mind, self, and society* (1934) (Putri, 2017: 3).

Sebuah makna mampu dipelajari melalui interaksi di antara tiap-tiap individu, dan sebuah makna yang muncul dikarenakan adanya pertukaran simbol-simbol dalam suatu kelompok sosial

yang dilakukan oleh tiap individu yang ada di dalamnya. Selain itu, tingkah laku yang dilakukan seseorang pun tidak mutlak ditentukan oleh kejadian-kejadian di masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja dan terbentuk atau tercipta melalui proses interaksi yang berada di dalam suatu kelompok sosial (Kuswarno, 2009: 114).

Memahami makna, simbol serta tindakan yang tersembunyi menurut interaksi simbolik ini membutuhkan metode penelitian kualitatif. Sifat dan kondisi alamiah dari subjek yang diteliti, misalnya dengan memberi mereka kesempatan atau membiarkan mereka berbicara atau berperilaku apa adanya sebagaimana yang mereka kehendaki akan memungkinkan perilaku tersembunyi ini. Pemikiran interaksi simbolik ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol-simbol yang tiap individu pahami dan pikirkan dalam menentukan tindakannya (Kuswarno, 2009: 114-115).

Di dalam bukunya Ritzer mengemukakan ide dari George Herbert Mead mengenai teori interaksionisme simbolik. Ide-ide yang dikemukakan oleh Mead yakni sebagai berikut (Ritzer, 2012 dalam Muhammad Bariqi Najman, 2019):

A. Tindakan

Di dalam teori yang dicetuskannya, Mead menganggap sebuah tindakan sebagai unit yang paling primitif. Dalam konsep tindakan yang ada di dalam teorinya Mead mengenali empat tahap dasar yang saling berhubungan, yakni impuls, persepsi, manipulasi, penyelesaian yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Impuls

Impuls merupakan sebuah tindakan yang melibatkan rangsangan pancaindra seketika dan reaksi aktor terhadap rangsangan,

kebutuhan untuk melakukan sesuatu terhadapnya.

2) Persepsi

Persepsi merupakan tahap dimana seorang individu mengartikan situasi yang dihadapinya ke arak gerak organisme manusia. Pada hakikatnya, individu diarahkan untuk mencari dan mencapai suatu objek, manusia dan peristiwa. Persepsi awalnya hanya respon indrawi terhadap rangsangan dari luar baik dari individu lain maupun lingkungannya.

3) Manipulasi

Saat impuls mulai menampakkan diri dan objek telah dirasakan, maka selanjutnya timbul tindakan manipulasi. Manipulasi muncul untuk mempengaruhi objek dengan mengambil tindakan yang berkenaan dengan objek. Individu memanipulasi lingkungannya dengan berbuat, menangani dan melakukan kontak langsung tertentu dengan aspek-aspek yang dianggap relevan dengan objek. Dengan memanipulasi, individu berusaha mempergunakan objek untuk diarahkan kepada tujuan yang telah diberi arti tertentu.

4) Penyelesaian

Bagian terakhir yang menjadi konsep tindakan yaitu penyelesaian (*consummation*), penyelesaian dipergunakan pada saat pertimbangan-pertimbangan yang telah dirancang oleh impuls, persepsi dan manipulasi, sang aktor atau individu akan membuat sebuah keputusan

akhir atau mengambil tindakan semula dari impuls.

B. Gesture (Gerak Isyarat)

Mead mengartikan gesture sebagai gerakan-gerakan dari organisme pertama yang bertindak sebagai stimuli spesifik yang membangkitkan (secara sosial) respon-respon yang tepat pada organisme kedua (Ritzer, 2012: 609).

C. Simbol-Simbol Signifikan

Mead mendefinisikan simbol-simbol signifikan sebagai lambang ataupun simbol yang maknanya disepakati oleh orang banyak secara umum (West & Turner, 2008: 104). Makna sebuah simbol penting dalam proses suatu komunikasi bagi seseorang. Seseorang menggunakan simbol untuk memberikan pengertian kepada orang lain. Manusia hidup dalam suatu lingkungan simbol-simbol. Manusia memberikan tanggapan simbol-simbol itu seperti juga ia memberikan tanggapan terhadap rangsangan yang bersifat fisik. Pengertian dan penghayatan terhadap simbol-simbol yang tak terhitung jumlah itu merupakan hasil pelajaran dalam pergaulan hidup bermasyarakat. Simbol mengacu pada setiap objek sosial (misalnya benda fisik, isyarat, atau kata).

D. *Mind*

Mind (pikiran) yang dipaparkan oleh Mead didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dan Mead percaya bahwa manusia mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan individu lain (West & Turner, 2008: 104).

E. *Self*

Mead mendefinisikan *self* (diri) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Ketika Mead berteori mengenai diri, ia mengamati

bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk menjadi subjek dan objek bagi dirinya sendiri. Mead menyebut subjek atau diri yang bertindak sebagai "I", sedangkan objek atau diri yang mengamati adalah "Me" (West & Turner, 2008: 107).

F. Society

Mead berargumen bahwa interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis yakni budaya, masyarakat, dan sebagainya. Mead menjelaskan bahwa *society* atau masyarakat sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu yang terlibat di dalam suatu masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela (West & Turner, 2008: 107). Masyarakat sendiri terdiri dari kumpulan individu, ada dua bagian penting di dalam masyarakat yang dibicarakan oleh Mead dalam mempengaruhi pikiran dan diri individu. Pertama, mengenai orang lain secara khusus (*particular other*) merujuk pada individu-individu yang berada di dalam masyarakat yang signifikan bagi kita. Kedua, pemikiran orang lain secara umum (*generalized other*) merujuk pada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan (West & Turner, 2008: 107-108).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus (*case study*). Studi kasus merupakan suatu penyelidikan yang bersifat empiris guna menyelidiki suatu fenomena atau kejadian masa kini (kontemporer) dalam lingkup kehidupan nyata. Sumber data studi kasus bisa berasal dari berbagai sumber yang terlibat di dalam penelitian (Yin, 2011). Subjek dalam penelitian ini yaitu relawan yang mengikuti program Tatar Nusantara yang diinisiasi oleh Sekolah Relawan. Informan pada

penelitian ini dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampel sumber data dengan adanya pertimbangan tertentu, seperti penunjukan informan yang memiliki kriteria tertentu dan dianggap sebagai orang yang paling paham mengenai permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2013). Adapun informan dalam penelitian ini, peneliti memilih empat relawan program Tatar Nusantara yang pernah melakukan pengabdian satu tahun di wilayah termarginalkan di Indonesia, berusia produktif 20-35 tahun, dan berasal dari tempat pengabdian yang berbeda.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, pertama dokumentasi yaitu pengambilan data melalui artikel yang terbit di media massa dan pengambilan gambar saat melakukan wawancara. Kedua melalui proses wawancara, karena jenis penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, jenis wawancara yang digunakan yakni *open ended*, peneliti dapat bertanya kepada informan mengenai fakta-fakta suatu fenomena di samping opini mereka mengenai suatu fenomena yang terjadi. Ketiga observasi, yakni dapat berupa lingkungan sosial atau pun organisasi yang bertujuan sebagai informasi tambahan mengenai permasalahan yang diteliti (Yin, 2011).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, mengacu pada model analisis data Miles and Huberman dengan melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan terakhir penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dengan melakukan wawancara dengan keempat informan penelitian yang merupakan relawan program Tatar Nusantara *batch* pertama dan kedua yang juga berbeda lokasi penugasan satu dengan yang lainnya.

Relawan-relawan yang mengikuti program Tatar Nusantara ditugaskan selama satu tahun di wilayah yang termarjinalkan yang ada di Indonesia. Relawan menamai dirinya sebagai fasilitator karena bertugas untuk kebersamai masyarakat, dengan berupaya untuk membentuk dan mendorong masyarakat agar berkegiatan aktif di lingkungan tempat tinggalnya. Fasilitator pun hanya membantu mendorong dan memicu agar masyarakat setempat peka terhadap kekayaan dan potensi-potensi yang telah dianugerahkan oleh Tuhan untuk kemudian dikembangkan bagi daerahnya sendiri.

Mengenal khalayak merupakan salah satu usaha dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator atau orang yang menyampaikan pesan guna mencapai komunikasi yang efektif. Mengenal khalayak menjadi proses yang sangat penting karena berkaitan dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Informan mengakui pentingnya mengenal khalayak karena bertujuan untuk mengetahui tujuan dari program tersebut sesuai dengan karakteristik masyarakat lokal yang ada di wilayah penempatan. Seperti yang diketahui bahwa sasaran khalayak program Tatar Nusantara merupakan masyarakat umum artinya seluruh masyarakat yang tinggal di tempat penugasan relawan dan tidak mengkategorikan khalayak dari segi usia, pendidikan dan status pekerjaan, karena agar banyak masyarakat yang terlibat dan mampu melakukan pemberdayaan secara lebih luas lagi.

Strategi dan cara pendekatan yang dilakukan oleh relawan dalam mengenali khalayak dilakukan melalui proses yang lama dengan bagaimana relawan harus mengikuti kehidupan sehari-hari yang ada di sana, membaur dan mengikuti kebiasaan serta adat istiadat yang memang sudah tertanam

lama di sana dan melakukan *mapping area*.

Selanjutnya, untuk menjadi seorang komunikator yang baik, seseorang harus mampu menyusun pesan semenarik mungkin yang mampu menarik perhatian khalayaknya. Pesan-pesan yang disampaikan pun harus ringan tetapi dengan tidak menghilangkan makna dari pesan yang ingin disampaikannya. Dalam hal penyampaian pesannya, relawan pun harus ikut terjun ke dalam kehidupan sehari dengan ikut berbaur, berkomunikasi dan beraktivitas dengan masyarakat yang ada di wilayah penugasan.

Informan tentunya mempunyai strategi dan caranya sendiri dalam proses menyusun dan menyampaikan pesan kepada khalayak demi membangkitkan dan mendorong agar masyarakat mempunyai keinginan untuk berkegiatan aktif demi merubah wilayah tempat tinggalnya dan mencapai perubahan ke arah yang lebih baik. Dalam penyusunan dan penyampaian pesan, relawan Tatar Nusantara menggunakan alat bantu atau peraga agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat mudah dimengerti oleh sasaran khalayaknya. Seperti misalnya jika relawan memberikan pengajaran mengenai ilmu komputer ke anak-anak tentunya hal ini membutuhkan bantuan alat peraga berupa komputer atau laptop agar prosesnya mudah dimengerti karena dibarengi dengan praktek tidak hanya melalui teori saja. Dalam menumbuhkan perhatian dan minat masyarakat wilayah penempatan khususnya anak-anak dibutuhkan suatu cara dan pendekatan yang kreatif dan inovatif agar merangsang anak-anak untuk lebih aktif dan berantusias ketika melakukan kegiatan. Penggunaan alat peraga atau alat bantu sangat memberikan banyak manfaat terlebih dalam hal keefektifan dalam melakukan

suatu komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikannya. Karena suatu proses penyampaian pesan dapat dikatakan berhasil apabila proses dan *treatment* yang dilakukan berjalan dengan efektif dan tepat sasaran. Langkah penyusunan pesan yang dilakukan secara kreatif dan inovatif pun dirasa sangat mampu menarik perhatian sasaran khalayaknya.

Setelah melakukan analisis terhadap khalayak dan menyusun pesan, langkah selanjutnya yakni melakukan penerapan metode yang tepat dan efektif apabila digunakan relawan di lokasi penempatannya. Menurut Anwar Arifin, demi mencapai efektifitas dari proses komunikasi selain dipengaruhi oleh isi pesan yang harus berkualitas tapi harus menggunakan metode-metode penyampaian pesan yang tepat dan sesuai pula kepada sasaran. Komunikasi harus disampaikan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dan kepada siapa pesan itu ditujukan.

Menurut pengakuan informan, metode komunikasi yang digunakan oleh relawan Tatar Nusantara dalam upayanya menyampaikan pesan kepada masyarakat di wilayah penempatan kebanyakan menggunakan metode persuasif, mengingat sasaran khalayak mereka adalah masyarakat yang terisolir dan kurangnya perhatian dari akses luar, untuk itu metode persuasif diyakini sebagai metode yang efektif karena relawan harus melakukan *mapping area* dengan pendekatan langsung kepada masyarakat setempat dan menumbuhkan rasa kekeluargaan agar mereka mampu bersifat lebih terbuka kepada relawan yang bertugas di wilayahnya. Penggunaan metode persuasif pun memiliki tujuan untuk membangun hubungan kekeluargaan yang erat tanpa harus ada sekat di antara relawan dengan masyarakat yang ada di wilayah penugasan.

Karena relawan Tatar Nusantara berperan sebagai fasilitator yang membantu memberikan dorongan serta rangsangan kepada masyarakat di wilayah termarginalkan agar mereka berkegiatan aktif di lingkungan tempat tinggalnya, selain menggunakan metode persuasif, para relawan pun menggunakan metode edukatif dalam melakukan proses komunikasi dan menyampaikan pesan. Metode edukatif yang digunakan adalah dengan membagikan ilmu pengetahuan yang dimiliki dan didapatkannya pada bangku perkuliahan dan berdasarkan dengan pengalaman-pengalaman yang mereka dapatkan semasa hidupnya.

Penggunaan media menjadi hal yang berpengaruh dalam menumbuhkan efektifitas pesan. Sebagaimana dalam proses penyusunan pesan dan pemilihan metode yang akan digunakan, dalam memilih media yang nantinya akan digunakan pun harus dilakukan dengan selektif. Karena harus mempertimbangkan bagaimana karakteristik sasaran khalayak dan bagaimana situasi kondisi khalayak serta lingkungan tempat tinggalnya.

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui wawancara dengan informan penelitian, informan memilih dan menggunakan media berdasarkan dengan situasi dan kondisi yang mereka ikut rasakan ketika berada di wilayah penempatannya. Karena sasaran khalayak relawan merupakan masyarakat yang kurang berkembang maka *Face to face* dikatakan menjadi cara yang paling ampuh, karena metode pendekatan yang digunakan relawan pun menggunakan metode persuasif, yang dapat dikatakan bahwa untuk mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia diperlukan pendekatan persuasif dengan dilakukan secara langsung atau bertatap muka antara komunikator dan komunikan.

Hal ini pun diakui oleh salah satu informan, dalam upayanya

menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat, relawan menggunakan media langsung atau tatap muka agar terciptanya kesinambungan antara relawan, media yang digunakan dan sasaran khalayak. Relawan menyisipkan pesan-pesan yang mengandung unsur persuasif serta edukatif ketika berkegiatan langsung dengan masyarakat.

Tentunya penggunaan media pun tidak hanya sebatas untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat wilayah penempatan saja, penggunaan media juga berpengaruh untuk memberitakan dan mendistribusikan bagaimana keadaan yang terjadi di wilayah penugasan kepada pihak-pihak luar dan sebaliknya, akan tetapi untuk mempromosikan pula apa yang dimiliki dan menjadi kekayaan di wilayah penempatannya. Media dalam hal ini adalah internet.

Lebih lanjut lagi penggunaan internet dan media sosial yang digunakan oleh relawan adalah untuk berbagi mengenai keseharian masyarakat lokal dan memperkenalkan potensi-potensi lokal yang dimiliki dan akan diunggah pada *Blog* pribadi serta akun media sosial Tatar Nusantara melalui *Facebook*, *Instagram*, *Website* dan *Youtube* yang bertujuan untuk memperkenalkan, mengangkat dan mensejahterakan masyarakat lokasi penempatan.

Untuk lebih memahami penelitian ini secara komprehensif, penulis akan mengidentifikasi strategi komunikasi yang dilakukan relawan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di wilayah termarjinalkan dengan menggunakan acuan langkah atau tahapan strategi komunikasi anwar arifin yaitu, mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan seleksi penggunaan media, yang akan dianalisis menggunakan teori interaksi simbolik George Herbert Mead

melalui konsep tindakan dalam teori interaksi simbolik Mead, yaitu impuls, persepsi, manipulasi dan penyelesaian.

Sebelum relawan melakukan pengenalan terhadap khalayak, muncul konsep tindakan menurut teori interaksi simbolik Mead, tindakan dalam teori interaksi simbolik Mead yang pertama adalah impuls, yang merupakan dorongan dari dalam hati yang meliputi bangkitnya perasaan yang berhubungan dengan reaksi aktor atau relawan terhadap rangsangan dan perasaan ingin berbuat sesuatu terhadap rangsangan yang diterimanya. Dalam hal ini, relawan sangat ingin mengetahui bagaimana kehidupan masyarakat yang berada di wilayah termarjinalkan yang menjadi wilayah penugasannya. Dorongan tersebut muncul ketika relawan pertama kali turun langsung dan melakukan proses pengenalan terhadap khalayak. Relawan sebagai fasilitator berperan untuk mengembangkan potensi yang ada di lokasi penugasannya dan mendorong masyarakat yang berada di sana untuk berkegiatan aktif demi mengubah wilayah tempat tinggalnya menjadi wilayah yang lebih baik lagi baik dari segi ekonomi, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Permasalahan yang muncul di lokasi penugasan rata-rata di dominasi oleh permasalahan yang menyangkut pola pikir, keterbatasan informasi, dan adat istiadat yang terkadang bertolak belakang dengan aturan pemerintah atau masyarakat pada umumnya. Setelah mengetahui permasalahan yang muncul di lokasi penugasannya, kemudian muncul di dalam diri relawan rasa ingin berbuat sesuatu terhadap rangsangan yang diterimanya ketika melakukan pengenalan terhadap khalayaknya. Karena pada dasarnya di dalam teori interaksi simbolik Mead dikatakan bahwa seseorang atau individu bertindak berdasarkan dengan makna-makna, makna tersebut

didapatkan dari interaksi dengan individu lainnya, serta makna-makna itu terus berkembang dan disempurnakan pada saat interaksi itu berlangsung.

Dalam mengenal khalayak dapat dilakukan dengan cara menganalisis siapa yang akan menjadi tujuan atau sasaran khalayak dari program yang akan kita jalankan. Schoen Feld dalam buku Strategi Komunikasi karya Anwar Arifin mengemukakan lima klasifikasi khalayak, yakni *Innovator*, *Early adopters*, *Early Majority*, *Majority*, dan *Non-Adopters*.

Apabila diklasifikasikan ke dalam tipe khalayak menurut Schoen Feld, bahwa khalayak program Tatar Nusantara yang merupakan masyarakat umum masuk ke dalam tipe *early adopters* dan *early majority*. Karena khalayak atau masyarakat di wilayah penempatan khususnya anak-anak dengan cepat memberikan respon dan mencerna apa yang disampaikan oleh relawan pada saat berkegiatan bersama. Serta beberapa individu yang ada di dalam masyarakat pun dengan mudahnya menerima dan memberikan respon atas kehadiran relawan Tatar Nusantara setelah mereka mengetahui apa tujuan dan visi misi dari relawan Tatar Nusantara.

Adapun strategi yang dilakukan oleh relawan Tatar Nusantara dalam mengenali khalayaknya yaitu dengan berdiskusi dengan tokoh-tokoh masyarakat untuk mendapatkan berbagai perspektif permasalahan yang muncul di wilayah penempatannya, melakukan *mapping area* untuk mengetahui apa yang akan diberdayakan, dan memantau situasi serta kondisi yang terjadi di lapangan, ikut berkegiatan dengan masyarakat untuk mengenal bagaimana karakteristik masyarakat wilayah penempatannya dengan mengukur jenis metode dan media apa yang efektif jika digunakan.

Setelah relawan melakukan analisis kepada khalayak dengan berdasarkan rangsangan yang diterimanya dan keinginannya untuk melakukan perubahan terhadap lokasi penempatannya dengan melakukan dorongan kepada masyarakat untuk berkegiatan aktif memaksimalkan potensi yang dimilikinya yang berhubungan dengan impuls. Kemudian muncul tahap tindakan persepsi yaitu tahap dimana individu mengartikan situasi yang dihadapinya ke arah gerak objek. Pada hakikatnya, individu diarahkan untuk mencari dan mencapai suatu objek, manusia dan peristiwa. Pada tahap persepsi di awal hanya ditandai dengan adanya respon indrawi terhadap rangsangan yang muncul, baik itu dari lingkungan maupun individu lainnya. Pada tahap persepsi ini, relawan masih melihat, mengamati kondisi, dan mengikuti kegiatan yang sehari-hari dilakukan oleh masyarakat, sambil menyelipkan pertanyaan-pertanyaan yang akan menjadi stimulus bagi masyarakat agar mau berkegiatan aktif dan merubah lingkungannya menjadi lebih baik lagi. Untuk menyampaikan suatu pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat di lokasi penempatannya, pada tahap ini relawan masih mempertimbangkan bagaimana cara menyampaikan pesan agar diterima dengan sesuai harapan dan tanpa adanya hambatan dalam proses penyampaiannya.

Maka dari itu langkah selanjutnya adalah melakukan strategi penyusunan pesan. Agar dalam menyampaikan suatu pesan mencapai sebuah keberhasilan, Wilbur Schramm (1955) dalam buku Strategi Komunikasi Anwar Arifin mengatakan syarat-syarat untuk berhasilnya suatu pesan adalah pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian dan sasaran yang dituju, pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang

disampaikan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu dan terakhir pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki

Dalam proses penyampaian pesannya pun, relawan menggunakan suatu rumusan klasik *Attention, Interest, Desire, Decision, Action* (AIDDA), yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

- *Attention* (Perhatian): dalam membangkitkan perhatian sasaran khalayak, relawan menyusun pesan dengan semenarik mungkin dan dalam menyampaikan suatu pesan dan informasi relawan menggunakan bantuan alat peraga yang membuatnya jadi terlihat menarik.
- *Interest* (Minat dan kepentingan): untuk menarik minat masyarakat wilayah penempatan para relawan mulai masuk ke dunianya dan berkegiatan aktif bersama masyarakat, dengan memberikan pesan-pesan dukungan dan dorongan supaya masyarakat mau melakukan perubahan terhadap desanya.
- *Desire* (Hasrat): keinginan masyarakat untuk maju dan memperoleh apa yang diinginkannya. Pada tahap ini masyarakat mulai memiliki hasrat dan antusias ketika berkegiatan dengan relawan.
- *Decision* (Keputusan): dalam hal ini relawan berharap masyarakat memiliki daya

pikir yang maju sehingga mampu melakukan perubahan terhadap wilayahnya secara masif.

- *Action* (Tindakan): dalam hal ini para relawan berharap program Tatar Nusantara berhasil melakukan perubahan terhadap desa. Hal ini ditunjukkan dengan para masyarakat yang semakin memberikan respon positif dengan ikut berkegiatan aktif bersama relawan.

Penggunaan metode yang dipakai oleh relawan Tatar Nusantara berdasarkan dengan cara pelaksanaannya yakni menggunakan metode *Canalizing* yang merupakan suatu metode atau cara penyampaian pesan dengan komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Komunikator atau informan terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan memulai menyampaikan idenya sesuai dengan kepribadian, sikap serta motif khalayaknya atau komunikator memulai komunikasinya dimana khalayak itu berada (*start where audience*) kemudian diubah sedikit demi sedikit kearah tujuan komunikator.

Sedangkan jika menurut isinya, informan lebih menggunakan metode persuasif. Karena berdasarkan alasan yang dipaparkan oleh informan, penggunaan metode persuasif lebih memudahkan relawan dalam menjalin hubungan dengan masyarakat di wilayah penempatan. Dan sesuai dengan peran relawan yakni sebagai fasilitator yang mana bertujuan untuk memberikan dorongan dan sugesti kepada masyarakat agar mau merubah perilakunya menjadi individu yang berkegiatan aktif di lingkungannya. Serta membujuk dan memotivasi masyarakat agar memiliki semangat dan *mindset*

yang mau untuk melakukan perubahan kepada desanya. Akan tetapi metode edukatif pun digunakan di sini tujuannya untuk memberikan suatu pesan yang bersifat mendidik, dan memberikan suatu pemahaman mengenai ilmu pengetahuan kepada masyarakat di wilayah penempatan.

Pada tahap tindakan ketiga adalah manipulasi. Manipulasi didefinisikan sebagai bentuk pengambilan tindakan yang berkenaan dengan objek segera setelah objek yang dituju telah dipahami. Tahap manipulasi muncul untuk membuat pengaruh terhadap objek dengan mengambil tindakan yang berkenaan dengan objek. Individu memanipulasi lingkungannya dengan berbuat, menanganai dan melakukan kontak langsung dengan objek. Dengan memanipulasi, individu berusaha mempergunakan objek untuk diarahkan kepada tujuan yang telah diberi arti tertentu. Tahap manipulasi merupakan tahap jeda yang paling penting dalam proses tindakan agar tanggapan tidak diwujudkan secara spontan. Pada bagian ini, relawan tidak langsung memberikan dorongan kepada masyarakat melainkan dengan melakukan pendekatan terlebih dahulu secara persuasif seperti yang telah dijelaskan di atas, dimana bertujuan agar lebih mudah dalam menjalin hubungan dengan masyarakat yang ada di lokasi penempatan dan tidak menimbulkan sekat karena adanya perbedaan status dalam kependudukan. Kemudian baru memberikan edukasi kepada masyarakat yang berada di lokasi penempatan agar termotivasi dan terdorong untuk memajukan wilayah tempat tinggalnya agar menjadi suatu kekuatan global seperti yang ada pada misi program Tatar Nusantara.

Pemilihan media komunikasi sangat bergantung dengan bagaimana situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Penggunaan media komunikasi juga bertujuan untuk memudahkan

komunikator dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan. Pada bagian terakhir dari tahapan yang dipaparkan oleh Mead di dalam teori interaksi simbolik miliknya adalah tahap tindakan penyelesaian atau konsumsi. Tindakan penyelesaian diartikan sebagai bagian yang dipergunakan membuat keputusan akhir dari berbagai pertimbangan yang telah dirancang pada tahap tindakan impuls, persepsi dan manipulasi. Pada tahap tindakan ini, berdasarkan dengan hasil penelitian yang diperoleh melalui proses wawancara dengan empat orang informan, ketika melakukan pemberdayaan masyarakat di wilayah termarjinalkan rata-rata masyarakat yang tinggal di wilayah tersebut merupakan masyarakat yang kurang berkembang. Maka tahap penyelesaian yang dipergunakan oleh relawan adalah dengan melakukan penggunaan media komunikasi yang efektif adalah melalui media pertemuan langsung atau *face to face*. Pertemuan langsung dirasa efektif karena seperti yang telah dikatakan di atas bahwa masyarakat yang berada di wilayah penempatan merupakan masyarakat yang kurang berkembang, di sana pun sulit segala akses mulai dari jaringan komunikasi hingga listrik, maka media pertemuan langsung merupakan media yang paling efektif untuk digunakan.

Selain itu media internet pun digunakan sebagai jembatan penghubung antara relawan yang berada di lokasi penempatan dengan pihak luar, maupun sebaliknya. Media internet yang dimaksud yaitu media sosial seperti *Facebook, Instagram, Website* dan *Youtube* Tatar Nusantara. Keempat media sosial yang digunakan tersebut bertugas untuk melaporkan bagaimana kehidupan dan keseharian masyarakat di wilayah termarjinalkan, memberitakan apa potensi lokal yang mereka miliki dan mencoba untuk mempromosikan potensi dan kekayaan alam yang berada di

wilayah termarginalkan supaya menjadi suatu kekuatan global yang dimiliki oleh Negara Republik Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang sudah digambarkan sebelumnya mengenai strategi komunikasi yang dilakukan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di wilayah termarginalkan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Muncul konsep tindakan menurut teori interaksi simbolik Mead, tindakan yang muncul adalah impuls, relawan sangat ingin mengetahui bagaimana kehidupan masyarakat yang berada di wilayah termarginalkan yang menjadi wilayah penugasannya. Dorongan tersebut muncul ketika relawan pertama kali turun langsung dan melakukan proses pengenalan terhadap khalayak. Pengenalan khalayak yang digunakan adalah pertama dengan melakukan diskusi dengan tokoh-tokoh masyarakat untuk mendapatkan berbagai perspektif permasalahan yang muncul di wilayah penempatannya, melakukan *mapping area* untuk mengetahui apa yang akan diberdayakan, dan memantau situasi serta kondisi yang terjadi di lapangan dan terakhir ikut berkegiatan dengan masyarakat untuk mengenal bagaimana karakteristik masyarakat wilayah penempatannya dengan mengukur jenis metode dan media apa yang efektif jika digunakan.

2. Kemudian muncul tahap tindakan persepsi yaitu tahap dimana individu mengartikan situasi yang dihadapinya ke arah gerak objek. Pada tahap persepsi ini, relawan masih melihat, mengamati kondisi, dan mengikuti kegiatan yang sehari-hari dilakukan oleh masyarakat, sambil menyelipkan pertanyaan-pertanyaan yang akan menjadi stimulus bagi masyarakat agar mau berkegiatan aktif dan merubah lingkungannya. Pada tahap

ini relawan masih mempertimbangkan bagaimana cara menyampaikan pesan agar diterima dengan sesuai harapan dan tanpa adanya hambatan dalam proses penyampaiannya. Strategi penyusunan pesan yang digunakan oleh relawan Tatar Nusantara adalah dengan menyusun pesan secara sederhana, ringkas dan mudah dimengerti dengan bahasa-bahasa yang lebih ringan. Serta para relawan pun menggunakan alat peraga dalam proses penyampaian pesan. Informasi dan pesan-pesan yang digunakan pun menggunakan rumusan klasih AIDDA yaitu singkatan dari *Attention, Interest, Desire, Decision* dan *Action*.

3. Strategi menetapkan dan penggunaan metode yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan berdasarkan dengan cara pelaksanaannya yaitu dengan metode *Canalizing*, serta berdasarkan pada isinya menggunakan metode *Persuasif* agar mampu memudahkan dalam hal melakukan pendorongan dan perangsangan kepada masyarakat wilayah penempatan. Lalu menggunakan metode *Edukatif* dengan memberikan pengetahuan berdasarkan ilmu pengetahuan yang dimilikinya kepada masyarakat wilayah penempatannya. Pada tahap manipulasi, relawan tidak langsung memberikan dorongan kepada masyarakat melainkan dengan melakukan pendekatan terlebih dahulu secara persuasif dimana bertujuan agar lebih mudah dalam menjalin hubungan dengan masyarakat dan tidak menimbulkan sekat karena adanya perbedaan status. Kemudian baru memberikan edukasi kepada masyarakat yang berada di lokasi penempatan agar termotivasi dan terdorong untuk memajukan wilayah tempat tinggalnya agar menjadi suatu kekuatan global seperti yang ada pada misi program Tatar Nusantara.

4. Strategi penggunaan media sangat bergantung dengan

bagaimana situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Penggunaan media komunikasi juga bertujuan untuk memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan. Pada bagian terakhir dari tahapan yang dipaparkan oleh Mead di dalam teori interaksi simbolik miliknya adalah tahap tindakan penyelesaian atau konsumsi. Pada tahap penyelesaian, ketika melakukan pemberdayaan masyarakat di wilayah termarjinalkan rata-rata masyarakat yang tinggal di wilayah tersebut merupakan masyarakat yang kurang berkembang. Maka tahap penyelesaian yang dipergunakan oleh relawan adalah dengan melakukan penggunaan media komunikasi melalui pertemuan langsung atau *face to face*, maka media pertemuan langsung merupakan media yang paling efektif untuk digunakan. Media internet pun digunakan sebagai jembatan penghubung antara relawan yang berada di lokasi penempatan dengan pihak luar, maupun sebaliknya. Media internet yang dimaksud yaitu media sosial seperti *Facebook, Instagram, Website* dan *Youtube* Tatar Nusantara. Keempat media sosial yang digunakan tersebut bertugas untuk melaporkan bagaimana kehidupan dan keseharian masyarakat, memberitakan apa potensi lokal yang mereka miliki dan mencoba untuk mempromosikan potensi dan kekayaan alam yang berada di wilayah termarjinalkan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV Armico.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti.

Harsa, A. N. (2020). Who, What, Why: Sekolah Relawan Sebuah yayasan yang ingin mengembangkan semangat serta kemampuan masyarakat untuk menjadi relawan melalui edukasi. Retrieved January 4, 2021, from

Whiteboard Journal website:
<https://www.whiteboardjournal.com/ideas/human-interest/who-what-why-sekolah-relawan/>

Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.

Muhammad Bariqi Najman, N. H. (2019). SELF PRESENTATION ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR RX-KING MRC (KAJIAN DRAMATURGI TENTANG PRESENTASI DIRI ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR RX-KING DI KOTA SALATIGA). *Interaksi Online, Vol 7, No.* Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24929>

Murni, R. (2014). Sumber Daya Dan Permasalahan Sosial di Daerah Tertinggal: Kasus Desa Patoameme, Kabupaten Boalemo. *Sosio Konsepsia, 4*(1), 260–273. Retrieved from <http://ejournal.kemensos.go.id/index.php/SosioKonsepsia/article/download/108/75>

Putri, A. K. (2017). JALAN TAMBLONG : KUMPULAN DRAMA MUSIK KARYA REMY SYLADO (KAJIAN INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE HERBERT MEAD) Almayda Kurnia Putri Abstrak. *BAPALA, Vol 4, No, 1-10*.

Ritzer, G. (2012). *Teori sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sekolah Relawan. (2020a). FAQ. Retrieved January 4, 2021, from Sekolah Relawan website: <https://sekolahrelawan.org/faq>

Sekolah Relawan. (2020b). Sejarah. Retrieved January 4, 2021, from Sekolah Relawan website: <https://www.sekolahrelawan.com/sejarah>

Siregar, A. R. (2017). *GAMBARAN MOTIVASI MENJADI RELAWAN DI KALANGAN MAHASISWA* (Universitas Sumatera Utama). Universitas Sumatera Utama. Retrieved from <https://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/year/2020/docId/34242>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tatar Nusantara. (2019). Sejarah. Retrieved January 4, 2021, from Tatar Nusantara website: <http://tatarnusantara.org>

Tiurma, A. (2018). *Strategi Komunikasi Kelompok Kelas Inspirasi Banten (Studi Kasus Dalam Membangun Motivasi dan Minat Siswa Belajar)*. Retrieved from <http://eprints.untirta.ac.id/977/>

Yin, R. K. (2011). *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Edisi ke-1). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.