

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang termasuk dalam kota besar dengan penduduk yang cukup padat sehingga terdapat berbagai lapisan ekonomi masyarakat yang memerlukan perhatian khusus termasuk bagi keluarga pra sejahtera. Di tengah deretan gedung-gedung hotel dan bangunan lain yang menjulang tinggi, serta pusat pemukiman yang modern, masih banyak anak dari keluarga pra sejahtera yang berusaha untuk menimba ilmu sekaligus mengais pundi-pundi untuk turut menghidupi keluarga.

KPS (Keluarga Pra Sejahtera) merupakan keluarga yang digolongkan ke dalam keluarga tidak mampu di mana keluarga tersebut tidak dapat untuk memenuhi salah satu keenam indikator yang telah ditetapkan oleh BKKBN dalam Keluarga Sejahtera I (KS I) sebagai indikator kebutuhan dasar (*basic needs*) dalam keluarga. Indikator tersebut di antaranya, kemampuan keluarga untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti makan minimal dua kali sehari atau bahkan lebih; setiap anggota keluarga mempunyai pakaian yang berbeda untuk dikenakan ketika mereka di dalam rumah, di wilayah sekolah, di lingkungan kerja, maupun ketika mereka sedang bepergian; keadaan rumah yang dihuni bisa dikatakan lengkap karena memiliki atap yang baik, dinding yang layak, dan lantai; apabila ada anggota keluarga yang sakit mampu untuk membawa ke pelayanan kesehatan; mampu untuk mendatangi tempat pelayanan kontrasepsi; dan yang terakhir semua anak yang sedang dalam usia 7 hingga 15 tahun yang

ada dalam keluarga bisa menempuh pendidikan atau minimal bersekolah formal.

Dengan adanya indikator tersebut, terbukti bahwa pendidikan merupakan hal penting yang harus dipenuhi sebagai standar keluarga sejahtera serta keberlangsungan masa depan anak. Oleh sebab itu, setiap anak berhak untuk mendapatkan pendidikan. Namun pada kenyataannya, belum semua anak mampu mendapatkan dan merasakan pendidikan yang layak sehingga membuat sebagian pendidikan anak-anak di dalam keluarga juga terhambat.

Memang tidak dapat dipungkiri bahwa keadaan ekonomi keluarga memiliki peran penting bagi pendidikan guna keberlangsungan masa depan anak. Namun, keadaan tiap keluarga memang berbeda antara satu keluarga dengan keluarga lainnya. Di dalam setiap lingkungan, tentu akan ditemui keluarga yang kaya dan sangat berkecukupan, dan masih di lingkungan yang sama pula, pastinya terdapat keluarga yang kurang mampu, bahkan tidak jarang ditemui hanya ada keluarga yang hanya memenuhi kebutuhan pangannya saja. Keadaan yang berbeda dari tiap keluarga itulah yang akan memberikan dampak pada keberlanjutan pendidikan anak nantinya.

Berdasarkan sumber yang disampaikan Bapak Muhadjir Effendy selaku Menteri Koordinator dan Kebudayaan Indonesia (PMK) pada acara Rakernas 2020 yang dikutip melalui situs media Okezone.com, menilik berdasarkan data yang didapatkan pada tahun 2019, di negara Indonesia jumlah Keluarga Pra Sejahtera masih tergolong tinggi. Disebutkan sekitar 5 juta dari 57.600.000 atau

sama dengan 9,4 persen keluarga di Indonesia merupakan rumah tangga miskin (Kangsaputra, 2020). Kota Semarang sendiri sebagai salah satu ibu kota provinsi, mengutip fakta dari data yang dituliskan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) Jawa Tengah dari tahun 2019 hingga 2021, jumlah penduduk miskin terus mengalami peningkatan, dengan rincian dalam ribu jiwa sebagai berikut, 2019 (72.00), 2020 (79,58), 2021 (84,45). Ekonomi yang rendah menjadi masalah yang serius dan mengancam keberlangsungan pendidikan seorang anak. Anak-anak menjadi kelompok paling terdampak adanya kemiskinan suatu keluarga karena anak bisa saja menjadi putus sekolah karena terhambat biaya. Oleh sebab itu, masa depan anak-anak perlu diselamatkan dari ancaman ini. Tidak hanya membutuhkan peran pemerintah saja, namun perlu ada campur tangan masyarakat untuk mengatasinya.

Saat ini, banyak ditemui berbagai macam komunitas yang fokus di beragam bidang dan sektor, yakni ekonomi, sosial, politik, olahraga, kesehatan, dan pendidikan. Kehadiran komunitas saat ini tidak hanya atas dasar persamaan persepsi ataupun pemikiran semata, namun juga dijadikan sebagai wadah untuk turut serta menyalurkan ilmu pengetahuan, keahlian, dan bakat anggota komunitas itu sendiri, membangun relasi antar anggota, memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas yang dikelolanya, atau memang memiliki kepedulian terhadap permasalahan sosial tertentu.

Keberadaan komunitas khususnya di bidang sosial ekonomi dan pendidikanlah yang menjadi sorotan. Selain meningkatkan eksistensi komunitas itu sendiri, adanya komunitas juga dapat membantu program pemerintah dalam

meningkatkan mutu pendidikan. Peran serta masyarakat melalui pembentukan komunitas peduli terhadap pendidikan anak dari keluarga miskin juga kian bermunculan guna membantu mengelola isu sosial salah satunya adalah isu pendidikan anak. Salah satu komunitas yang muncul akibat persoalan sosial dalam pendidikan ini ialah Komunitas Satoe Atap. Satoe Atap merupakan sebuah komunitas berbasis sosial pendidikan yang berada di wilayah Kota Semarang. Komunitas Satoe Atap ini terbentuk dari sekumpulan anak muda yang secara sukarela menjadi volunteer dan memiliki ketertarikan di bidang sosial pendidikan untuk membantu kebutuhan pendidikan anak di usia sekolah yang resmi didirikan pada tanggal 12 April 2007 secara independen dengan keanggotaan yang bersifat terbuka atau sukarela. Satoe Atap sendiri berasal dari akronim “Sayang Itoe Asli Tanpa Pamrih” yang mana para volunteer melakukan kegiatan secara sukarela, sepenuh hati, penuh kasih sayang serta ikhlas tanpa pamrih.

Awal mulanya, komunitas ini lahir karena adanya kepedulian anak muda tentang pendidikan anak jalanan yang mayoritas dari anak jalanan tersebut tidak mampu untuk mendapatkan pendidikan formal seperti anak lain seusianya di sekolah. Namun saat ini, Komunitas Satoe Atap hanya berfokus pada anak-anak dari kalangan pra sejahtera di Kota Semarang untuk turut membantu pendidikan anak mulai usia belia seperti PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini), SD (Sekolah Dasar), SMP (Sekolah Menengah Pertama), hingga anak yang sedang duduk di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas) di Semarang.

Hadirnya Satoe Atap sebagai komunitas yang memiliki ketertarikan dalam bidang sosial pendidikan bermaksud untuk turut berpartisipasi aktif melalui gerakan komunitas lokal yang bisa menjadikan wadah untuk menyalurkan minat, bakat, dan ilmu anggotanya dalam menyebarkan gerakan dari komunitasnya di bidang pendidikan. Komunitas Satoe Atap pun hadir dan berusaha untuk membantu dengan menyediakan sarana pendidikan alternatif bagi anak dari keluarga pra sejahtera Kota Semarang melalui fasilitas belajar dan bermain. Melalui aksinya, pemuda-pemudi yang tergabung di dalam Komunitas Satoe Atap ini berusaha untuk memberikan aksi nyata guna membantu anak dari keluarga pra sejahtera untuk turut menyelesaikan permasalahan pendidikan bagi anak usia sekolah.

Dalam mencapai tujuannya, Komunitas Satoe Atap sebagai organisasi nirlaba membutuhkan dukungan dari banyak pihak untuk dapat menjalankan gerakan dan aksi yang dilakukan guna mencapai tujuan komunitas. Namun dalam perjalanannya, gerakan yang dilakukan Satoe Atap ini mengalami beberapa kendala. Dengan status organisasi nirlaba, membuat Komunitas Satoe Atap tentu tidak selalu memiliki dukungan yang tetap. Itulah salah satu alasan mengapa banyak komunitas dengan status organisasi *non profit* guna membantu isu-isu sosial yang berguguran dan tidak bisa bertahan karena tidak banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Walaupun menyandang status sebagai organisasi *non profit* yang tidak berorientasi pada keuntungan, tidak dapat dipungkiri guna mendukung jalannya program, perlu adanya dukungan dari publik untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

Dukungan yang didapatkan pastinya bersifat fluktuatif dari waktu ke waktu. Dukungan yang dimaksud seperti bentuk pemberian dana bantuan, donasi barang atau konsumsi, hingga sukarelawan untuk menunjang sumber daya manusia (SDM) sebagai pengajar. Hal-hal tersebutlah yang menjadi hambatan komunitas sebagai organisasi nirlaba yang bergerak di bidang sosial pendidikan dengan basis rasa kemanusiaan.

Dukungan yang didapatkan organisasi nirlaba umumnya diraih dengan cara menerapkan strategi komunikasi secara efektif. Melalui strategi komunikasi yang efektif seperti penggunaan media sosial, memungkinkan organisasi nirlaba membangun kepercayaan dan terlibat dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*), meningkatkan donasi, dan mempertahankan donatur (Kent & Taylor; Levine & Zahradnik dalam Suh et al., 2021). Keterlibatan aktif seseorang untuk menjadi sukarelawan atau memberikan donasi juga dapat diperkuat dengan adanya komunikasi yang berkelanjutan yang diterapkan melalui praktik *public relations* (McKeever dalam Suh et al., 2021).

Peranan *public relations* dalam mencapai tujuan suatu perusahaan adalah dengan membangun hubungan baik yang saling menguntungkan, hingga pada akhirnya dapat berbuah untuk mendapatkan dukungan, kepercayaan, reputasi, dan kesetiaan yang bisa didapatkan melalui Marketing PR atau CSR dan mencakup program internal (Radita Gora, 2019:28). *Public relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen yang mengoordinasikan pekerjaan internal organisasi untuk membangun hubungan baik dengan berbagai pihak eksternal organisasi. Komunikasi eksternal merupakan sarana penting bagi

organisasi nirlaba untuk dapat terlibat dengan berbagai pihak guna mendapatkan dan mempertahankan donasi dan relawan, untuk menggalang dukungan bagi organisasi, dan membangun serta mempromosikan reputasinya di masyarakat (Suh et al., 2021). Grunic dan Todd Hunt (1984) juga menjelaskan bahwa *Public Relations* bagian dari manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya (Radita Gora, 2019:1)

Dalam penelitian yang dilakukan pada LAZ Dompot Dhuafa sebagai lembaga zakat yang telah berkembang menjadi lembaga sosial kemanusiaan, LAZ Dompot Dhuafa memiliki reputasi atau citra yang baik di mata para donatur, bahkan reputasi tersebut menjadi tolak ukur bagi organisasi nirlaba lain yang ada di Indonesia (Nurdin dalam Dimiyati, 2018). Keberhasilan dalam pencapaian reputasi organisasi tersebut, LAZ Dompot Dhuafa melakukan berbagai strategi komunikasi seperti, memanfaatkan media massa, membuat website sebagai informasi bagi masyarakat, mengadakan pelatihan atau penyuluhan, menyediakan sarana dan tenaga guna kebutuhan konsultasi, membuat materi publikasi, dan melakukan komunikasi serta koordinasi secara intens dengan pegawai ataupun volunteer yang pernah bekerja di LAZ Dompot Dhuafa (Dimiyati, 2018).

Melalui data di atas, komunikasi jelas memberikan peran yang penting bagi keberlangsungan organisasi, khususnya untuk mendapatkan bantuan, dukungan, maupun menjaga reputasi organisasi. Lembaga tersebut dapat berhasil karena menerapkan strategi komunikasi sebagai manajemen komunikasi yang baik. Namun, dalam Komunitas Satoe Atap, ternyata

sukarelawan dari keberadaan volunteer masih dinamis dan donatur yang didapatkan juga tidak tetap. Oleh sebab itu, dukungan yang tidak lancar ini, dibutuhkan keterampilan dari anggota-anggota di dalamnya dalam berkomunikasi dan menyampaikan tujuan komunitas kepada pihak eksternal. Hal ini dikarenakan, bertahan atau tidaknya maupun banyak atau sedikitnya bantuan dan dukungan yang didapatkan, salah satu faktornya ditentukan dari bagaimana cara mereka menyampaikan pesan kepada publik (Dimiyati, 2018).

Aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Satoe Atap dalam mendapatkan dukungan ini merupakan bentuk kegiatan yang memiliki dampak positif luar biasa bagi generasi mendatang. Upaya Komunitas Satoe Atap untuk mendapatkan dukungan ini merupakan praktik dari komunikasi karena terdapat manajemen komunikasi dalam berinteraksi antar sesama anggota maupun dengan pihak luar anggota. Oleh sebab itu, perlu adanya manajemen komunikasi yang baik yang dilakukan oleh Komunitas Satoe Atap agar membantu mendapatkan simpati dari masyarakat untuk bisa mendukung jalannya komunitas.

Kehadiran Komunitas Satoe Atap ini dapat menjadi salah satu strategi penyelesaian masalah dalam dunia pendidikan. Bagaimana Komunitas Satoe Atap ini memperoleh dukungan untuk membantu proses belajar mengajar bagi anak dari keluarga pra sejahtera, pada dasarnya terdapat manajemen komunikasi yang terjadi antar sesama anggota komunitas dengan pihak-pihak yang turut mendukung jalannya gerakan komunitas. Untuk itu, peneliti tertarik

untuk mengetahui lebih lanjut terkait manajemen komunikasi Komunitas Satoe Atap yang telah berdiri selama 16 tahun ini dalam mendapatkan dukungan.

1.2 Rumusan Masalah

Ekonomi masyarakat yang rendah dapat berdampak pada keberlanjutan pendidikan anak. Berlatar belakang dari sekumpulan anak muda yang mendirikan komunitas, Satoe Atap sebagai organisasi yang bergerak di bidang sosial pendidikan menjadi solusi untuk membantu pendidikan anak dari keluarga pra sejahtera melalui pemberian sarana belajar dan bermain. Sebagai organisasi *non profit*, bantuan dan dukungan dari pihak pemberi donatur dan masyarakat sebagai sukarelawan merupakan sumber utama komunitas dapat berjalan. Namun dalam perjalanannya, dukungan berupa finansial, materil, dan SDM yang tidak tentu tersebut seringkali menjadi hambatan bagi jalannya komunitas. Dukungan tersebut bisa didapatkan apabila organisasi menerapkan praktik-praktik manajemen komunikasi yang baik dan efektif serta membangun relasi yang baik dan saling menguntungkan dengan berbagai pihak eksternal.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti memiliki maksud untuk meneliti dengan rumusan masalah: Bagaimana manajemen komunikasi Komunitas Satoe Atap dalam mendapatkan dukungan untuk membantu pendidikan anak dari keluarga pra sejahtera?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

bagaimana manajemen komunikasi komunitas Satoe Atap dalam mendapatkan dukungan untuk membantu pendidikan anak dari keluarga pra sejahtera.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan aspek ilmu komunikasi, khususnya manajemen komunikasi di lingkup komunikasi organisasi. Di samping itu, penelitian ini mampu untuk dijadikan bukti bahwa penelitian yang diangkat ini merupakan sebuah fenomena dalam lingkup komunikasi.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai panduan praktis yang bisa diadopsi oleh kelompok sosial, komunitas maupun organisasi *non profit* yang bergerak di bidang sosial pendidikan. Tujuannya adalah untuk memberikan arahan yang dapat diterapkan dalam manajemen komunikasi untuk meraih dukungan dan menjaga kelangsungan organisasi jangka panjang. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang jelas dan solusi untuk membantu memajukan kualitas pendidikan bagi masyarakat yang membutuhkan.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi bagi penggiat pendidikan anak untuk dapat turut berpartisipasi aktif dan mendorong

keterlibatan masyarakat dalam membantu pendidikan anak yang berasal dari keluarga yang kurang mampu.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma yang berfungsi sebagai lensa peneliti untuk melihat suatu realitas. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme. Di mana asumsi dari paradigma post positivisme menyatakan bahwa suatu realitas itu diasumsikan ada, namun realitas tersebut tidak mampu untuk dipahami secara baik dan sempurna dikarenakan pada dasarnya pengetahuan manusia memiliki batas dan kekurangan, sedangkan kondisi dari fenomena itu sendiri secara pasti bersifat dinamis dan tidak mudah untuk diatur. Paradigma post positivisme berfokus pada kajian untuk melihat bahwa tindakan-tindakan (*actions*) manusia sebagai bentuk ekspresi yang merupakan reaksi dari sebuah keputusan. Post positivisme memiliki reduksionistik, logis, empiris, dan berorientasi terhadap sebab akibat (Creswell, 2012:24).

Melalui paradigma post positivisme, dapat memberikan pandangan yang jelas terkait upaya organisasi *non profit* yang dilakukan Komunitas Satoe Atap untuk membantu pendidikan yang rendah bagi anak keluarga pra sejahtera dalam mendapatkan dukungan. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan jalinan interaksi melalui manajemen komunikasi yang dilakukan Komunitas Satoe Atap secara logis terkait dengan rangkaian langkah-langkah yang berperan bagi berlangsungnya gerakan

sosial pendidikan. Secara logis, artinya penelitian dapat memberikan kegiatan krusial yang membentuk interaksi dan dampaknya terhadap dukungan yang didapatkan. Penelitian ini secara empiris melalui kegiatan wawancara dengan anggota komunitas dan analisis artefak melalui media sosial instagram Satoe Atap untuk memungkinkan penelitian secara konkret melihat sebab-akibat dari upaya manajemen komunikasi. Melalui post positivisme, memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat tindakan manajemen komunikasi yang diambil Satoe Atap dan hasil yang diharapkan. Dengan ini, dapat memungkinkan identifikasi sebab apa saja yang mendasari ketidaklancaran dukungan yang didapatkan oleh Satoe Atap.

1.5.2 State of The Art

- a. Jaringan Komunikasi dalam Partisipasi Gerakan Sosial Lingkungan: Studi Pengaruh Sentralitas Jaringan terhadap Partisipasi Gerakan Sosial Tolak Pabrik Semen Pada Komunitas Adat Samin di Pati Jawa Tengah. Disusun oleh Dwi Retno Hapsari, Billy K. Sarwono & Eriyanto (2018). Jurnal Komunikasi Indonesia. Volume VI Nomor 2.

Penelitian ini menggunakan metode (*mix methods*) atau penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif dengan paradigma post-positivisme. Ada dua teori yang digunakan, yakni Teori Jaringan Aktor/*Actor-Network Theory* dan Teori Penularan/*Contagion*. Fokus dari penelitian ini ialah memberikan analisa terhadap struktur jaringan komunikasi yang terjadi di dalam gerakan sosial lingkungan yakni Komunitas Adat Samin yang ada di

daerah Pati. Hasil penelitiannya adalah pertama, struktur jaringan yang terbangun di dalam Komunitas Adat Samin berkaitan dengan adanya rencana pembangunan pabrik semen ini ditemukan rendahnya tingkat kohesifitas, menyebar dan meluasnya pola jaringan komunikasi yang telah terbentuk. Kedua, penelitian menemukan bahwa tingkat *political engagement* dan persepsi individu memberikan pengaruh pada tingkat sentralitas suatu jaringan. Ketiga, faktor tingkat *political engagement*, tingkat sentralitas, dan tingkat keterlibatan yang ada dalam afiliasi memberikan pengaruh pada tingkat partisipasi dalam gerakan sosial.

b. Model Perilaku Komunikasi Komunitas Hong dalam Melestarikan Permainan dan Mainan Tradisional Sunda.

Disusun oleh Santi Susanti dan Yuji Nurtania (2017). Jurnal Komuniti: Komunikasi dan Informasi. Volume 9 Nomor 2.

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kasus. Teori yang digunakan di dalam penelitian menggunakan Teori yang dikemukakan oleh Harold Lasswel. Penelitian ini berfokus untuk meneliti Komunitas Hong sebagai komunitas yang berupaya untuk melestarikan mainan dan permainan tradisional. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya Komunitas Hong untuk melestarikan mainan dan permainan tradisional yang berasal dari Sunda dengan menitikberatkan pada bagaimana perilaku komunikasinya. Temuan dari penelitian ini

membuktikan bahwa adanya perilaku komunikasi yang telah dilakukan oleh Komunitas Hong disesuaikan dengan target sasaran yang dituju oleh Komunitas Hong itu sendiri, di mana pihak sasaran itu juga disesuaikan dengan upaya kerjasama yang dijalin guna mendukung keberlangsungan dari tujuan komunitas, para pihak tersebut terdiri dari masyarakat atau khalayak, anggota yang tergabung dalam Komunitas Hong, pemerintah, mitra kerja, dan pihak sponsor sebagai pihak yang memberikan support berupa dana bantuan. Komunikasi diimplementasikan dalam berbagai bentuk kegiatan seperti, pelatihan atau *workshop*, festival, publikasi dan kemitraan.

- c. Mobilisasi Sumber Daya dalam Gerakan Literasi (Studi pada Gerakan Vespa Pustaka).

Disusun oleh Luna Febriani (2017). Jurnal Society. Volume V Nomor 1.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan riset naratif sebagai pendekatannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu upaya yang dilakukan Gerakan Literasi Vespa Pustaka untuk mengembangkan aksi dari gerakan literasinya dengan menilik apa saja sumber daya yang digunakan oleh gerakan literasi Vespa Pustaka guna megembangkan dan mempertahankan gerakan literasi sehingga tetap eksis hingga saat ini. Penelitian ini menggunakan salah satu dari jenis teori gerakan sosial baru, yakni Teori Mobilisasi Sumber Daya yang dikemukakan oleh Anthony Obershall. Hasil dari penelitian ini yaitu

menyatakan mobilisasi sumber daya yang dilakukan oleh gerakan Vespa Pustaka di antaranya; Pertama, sumber daya moral yang didapatkan Gerakan Vespa Pustaka ini berasal dari dukungan masyarakat dan tokoh birokrasi. Kedua, pemimpin Gerakan Vespa Pustaka memiliki latar belakang yang baik dan sudah cukup dikenal sehingga jaringan mudah terbangun dan cepat meluas. Ketiga, Sumber daya dan Mobilisasi Sumber daya dari segi moral didapatkan dari dukungan tokoh terkenal sehingga banyak mendapat simpati dan donasi buku, dari segi sumber daya kultural didapatkan dengan melibatkan pemuda-pemuda daerah yang memiliki modal sosial budaya dan keterampilan teknologi informasi, dari segi sumber daya organisasi sosial didapatkan melalui jaringan sosial dan organisasi seperti (KNPI, PBNU, dan HIPMI) serta jaringan rumah baca di luar kota, dari segi mobilisasi SDM dengan menggaet anak muda yang sedang duduk di bangku perkuliahan baik Strata 1 maupun Strata 2, terakhir dari segi sumber daya material didapatkan dari uang pribadi pemimpin organisasi dan iuran anggota sebesar Rp20.000,-.

d. Towards Climate Justice Education: Views From Activists and Educators in Scotland

Disusun oleh Callum McGregor & Beth Christie (2021). *Environmental Education Research. Volume 25 Issue 12.*

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan adalah *Theory of Change*.

Tujuan dari penelitian ini yakni guna mempertimbangkan cara berbagai *stakeholder* yang berbeda dalam membuat konsep tentang keadilan iklim, memeriksa bagaimana guru dan aktivis memandang tantangan dan peluang untuk mengembangkan komunitas *Climate Justice Education* (CJE), dan untuk mengeksplorasi potensi serta mengenali aktivitas dan keterlibatan warga sipil sebagai proses pendidikan dengan mempertimbangkan pandangan aktivis tentang pendidikan dan pandangan pendidik tentang aktivisme. Temuan dari penelitian ini ialah para aktivis telah memahami bahwa pendidikan sebagai perpanjangan dari perubahan sistem, namun dalam mengembangkan CJE ini ada beberapa kendala, pertama, kendala kelembagaan pada lembaga guru, kedua, asumsi tentang ketahanan emosional anak-anak dan remaja, dan ketakutan tentang bias ideologis khususnya terkait klaim pengetahuan yang dihasilkan oleh gerakan sosial ini telah dipolitisasi secara terbuka. Pendidik harus dapat mengembangkan keterampilan analisis terhadap keadaan darurat iklim dan aktivisme iklim.

e. *Cosmopolitan Risk Community in a Bowl: A Case Study of China's Good Food Movement*

Disusun oleh Joy Y. Zhang (2018). *Journal of Risk Research*. Volume 21 Issue 1.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan adalah *Risk Society Theory* oleh Ulrich Beck. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Komunitas *Good*

Food Movement di China di mana komunitas ini memiliki fokus untuk meningkatkan ketahanan risiko sistem pangan kontemporer. Temuan penelitian ini adalah aktivitas *Good Food Movement* ini beragam, seperti, tergabung dalam berbagai gerakan pangan transnasional, mencari ahli atau pakar pertanian, berkomunikasi dengan berbagai produsen lokal dan regional. *Good Food Movement* juga menjalin komunikasi dengan berbagai *stakeholder* untuk mengkonsolidasikan kepentingan yang tumpang tindih dalam masyarakat terkait kondisi pangan.

Semua penelitian di atas mengkaji tentang komunitas. Meskipun tema yang diangkat sama dengan penelitian yang peneliti ingin teliti, Komunitas Hong (Susanti & Nurtania, 2017) merupakan komunitas yang bergerak di bidang budaya sedangkan Komunitas Satoe Atap adalah sebuah komunitas yang berfokus di bidang sosial khususnya di sektor pendidikan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zhang, 2018), (McGregor & Christie, 2021), dan (Hapsari et al., 2018) memiliki persamaan dengan penelitian ini karena aktivitas komunikasi yang mereka lakukan mampu memberikan perubahan dalam kehidupan masyarakat namun perbedaannya, penelitian terdahulu masih fokus di bidang perlindungan pangan, politik, dan keadaan iklim, dan belum ada yang secara spesifik membahas manajemen komunikasi komunitas. Penelitian yang dilakukan Febriani pada Komunitas Vespa Pustaka (Febriani, 2017) hampir sama dengan penelitian karena sama-sama berfokus pada pendidikan, hanya saja Komunitas Vespa Pustaka berfokus pada literasi, sedangkan Komunitas

Satoe Atap berfokus pada pendidikan anak pra sejahtera. Namun, secara garis besar penelitian pada Vespa Pustaka telah memberikan gambaran faktor-faktor apa saja yang memengaruhi berkembangnya komunitas dan belum secara spesifik membahas bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mendapatkan dukungan publik. Untuk itu, penelitian ini berfokus pada manajemen komunikasi gerakan sosial pendidikan pada komunitas untuk anak keluarga pra sejahtera.

1.5.3 Manajemen Komunikasi

Manajemen Komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Manajemen juga memiliki peran dan menjadi penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi. Manajemen komunikasi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana mengelola informasi untuk mencapai tujuan. Adapun kegiatan pengelolaan informasi adalah untuk menghasilkan produk informasi baik berupa cetak, siaran, media, maupun sosialisasi. Setiap aktivitas pendistribusian pesan dan informasi merupakan sebuah aktivitas komunikasi. Dengan begitu, dalam organisasi perlu adanya manajemen untuk mengelola pencarian, pengumpulan, hingga pendistribusian informasi.

Banyak para tokoh dan praktisi mendefinisikan komunikasi yang lebih luas dari *public relations*. Mereka melihat komunikasi sebagai pengelolaan fungsi komunikasi organisasi. *Public relations* dilihat sebagai

salah satu dari beberapa fungsi yang lebih sempit. Seperti sebagai publisitas, promosi, pemasaran, dan *media relation*.

Grunig dan Hunt (1995) mendefinisikan *public relations* sebagai “manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya.” Adanya definisi ini, dapat menyamakan *public relations* dan manajemen komunikasi. *Public relations* dan manajemen komunikasi menggambarkan keseluruhan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi organisasi dengan kelompok publik eksternal dan internal yang dapat memberikan pengaruh pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya (Grunig, 2013:4)

Melalui manajemen komunikasi ini, Komunitas Satoe Atap dapat menggunakan fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi. Melalui manajemen komunikasi juga, dapat digunakan untuk melihat aktivitas dan program yang dijalankan Komunitas Satoe Atap untuk mencapai tujuan organisasi baik secara internal maupun eksternal guna mendapatkan dukungan baik dari publik.

1.5.4 Manajemen Reputasi

Manajemen reputasi atau *reputation management* merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk mempengaruhi pemikiran publik tentang *brand* atau seseorang ketika mereka melihat di berbagai media online (Fauzan et al., 2023:195). Reputasi positif dapat mempengaruhi perilaku pembelian dengan meningkatkan pelanggan pada produk dan iklan

organisasi dan menciptakan efek positif, seperti loyalitas pelanggan, dukungan sosial, dan peningkatan penjualan (Erdemir, 2018:17). Reputasi yang baik dan kuat menjadi keunggulan tersendiri dan penting bagi sebuah organisasi. Apabila dilihat dari sudut pandang sumber daya, sumber daya yang dimiliki perusahaan menciptakan keunggulan. Oleh karena itu, reputasi menjadi baik sehingga sulit ditiru oleh pesaing karena menghasilkan keunggulan. Karena pengaruh yang kuat itulah, sangat penting bagi organisasi untuk terlibat dalam manajemen reputasi (Erdemir, 2018:17). Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai nilai dari reputasi. Pertama, diferensiasi dan verifikasi. Kedua, praktek-praktek korporasi dalam membentuk identitas dan pembuatan citra (Afdhal, n.d.:71). Reputasi juga menjadi salah satu aspek yang harus dibangun organisasi sehingga mampu memberikan daya tarik tertentu kepada *stakeholder* (Rolando et al., 2023:183).

Menurut *Reputation Institute* (2008) dalam buku *Reputation Manajemen* (Warta, 2017:129-130) terdapat tiga aspek penting yang mendasari timbulnya reputasi positif, yaitu:

1. *Stakeholders Experiences*

Pengalaman para *stakeholder* berkenaan dengan segala sesuatu yang dapat dilihat, dirasakan, dan dialami akibat dari segala tindakan (aksi) atau sepak terjang perusahaan dalam menjalankan usahanya. Terdapat empat hal penting, yakni kualitas produk atau jasa (*product quality*), layanan

pelanggan (*customer services*), kinerja investasi (*investment performances*), dan penanganan anggota atau karyawan (*treatment of employess*).

2. *Corporate Messaging*

Pengemasan pesan berkaitan dengan upaya perusahaan dalam mengemas pesan komunikasi yang hendak disampaikan kepada *stakeholders*-nya yang dapat dilakukan melalui empat program. Pertama, aktivitas memasyarakatkan merek (*branding activity*) sebagai upaya memperkenalkan nama atau identitas dan segala atribut yang dihasilkan. Kedua, inisiatif pemberian dukungan (*sponsorship initiatives*) dengan berkomunikasi untuk mendukung program tertentu di lingkungan masyarakat. Ketiga, penyelenggaraan acara kehumasan dan hubungan industrial (*public relations/industrial relations events*) yang bertujuan untuk mendapatkan opini atau pandangan positif, *goodwill*, dan *mutual understanding* atau kehendak baik serta persamaan pengertian. Keempat, program yang mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sebagai upaya bermitra dengan lingkungan sekitar, dengan harapan adanya dukungan dan kerja sama baik.

3. *Media Conversation*

Perbincangan media berkaitan dengan bagaimana upaya perusahaan menggalang suasana dialogis dengan media untuk mendapatkan dukungan. Berkaitan dengan reputasi, media memiliki peran strategis dan sangat menentukan. Terdapat tiga jenis media, yaitu, cetak (*print*), penyiaran (*broadcast*), dan internet (*online media*).

1.5.5 *Structuration Theory*

Teori Strukturasi atau *Structuration Theory* merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh Anthony Giddens. Teori ini menyatakan bahwa suatu tindakan manusia merupakan sebuah proses memproduksi dan mereproduksi berbagai sistem sosial melalui praktik biasa. Menurut Giddens, ketika seorang individu melakukan komunikasi antara satu dengan yang lain, artinya individu tersebut sedang menciptakan struktur yang mencakup pola aturan dan norma yang berasal dari institusi sosial dan budaya yang besar menuju ke hubungan individu yang lebih kecil. Giddens memberikan penjelasan bahwa terdapat dua aspek sebagai kunci dari strukturasi. Pertama adalah sistem, sistem mencakup pola perilaku dan hubungan yang dapat diamati. Kedua adalah struktur, struktur meliputi aturan dan sumber daya yang diandalkan oleh anggota dalam kelompok (Stephen W. Littlejohn et al., 2012:306-308).

Dalam *structuration theory*, ketika seorang komunikator bertindak untuk mencapai tujuan, terkadang mereka tidak sadar bahwa di saat yang bersamaan hal tersebut dapat menciptakan kekuatan yang dapat memberikan pengaruh untuk tindakan lain di masa depan. Struktur yang meliputi jaringan komunikasi, ekspektasi relasional, institusi kemasyarakatan, dan norma serta peran kelompok dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh adanya tindakan sosial. Adanya struktur, dapat memberikan individu sebuah aturan yang dapat memberikan panduan terhadap tindakan mereka, akan tetapi, tindakan mereka juga dapat

menciptakan aturan baru sehingga mereproduksi aturan lama. Dengan begitu, Anthony Giddens menyatakan bahwa proses bolak-balik ini disebut sebagai dualitas struktur. Donald Ellis memberikan istilah “*braided entities*” yang mengartikan bahwa interaksi dan struktur merupakan dua hal yang tidak dipisah dan memiliki kaitan yang sangat erat satu sama lain. Hal ini dapat diartikan sebagai tindakan yang seseorang lakukan dengan sengaja dengan maksud untuk mencapai tujuan, pada saat yang bersamaan tindakan tersebut dapat menciptakan struktur yang juga membentuk tindakan lain di masa depan. (Stephen W. Littlejohn et al., 2012:307)

Giddens percaya bahwa strukturasi selalu melibatkan tiga dimensi utama, diantaranya: 1) interpretasi atau pemahaman, 2) rasa moralitas atau perilaku yang pantas, 3) rasa kekuatan dalam tindakan. Aturan yang digunakan dalam organisasi yaitu untuk memandu tindakan anggotanya, dengan kata lain dapat memberi tahu anggota bagaimana sesuatu itu harus dipahami (interpretasi), apa yang harus dilakukan (moralitas), dan bagaimana cara mencapai sesuatu (kekuasaan). Pada tataran sistem, Giddens menyebutnya sebagai signifikansi, legitimasi, dan dominasi. (Stephen W. Littlejohn et al., 2012:307).

Teori strukturasi ini berasumsi bahwa organisasi dan kelompok dapat menciptakan struktur yang diinterpretasikan sebagai aturan dan sumber daya organisasi, namun struktur itu pada nantinya menciptakan sistem sosial dalam organisasi. Teori strukturasi ini memiliki gagasan bahwa adanya aturan ini dapat memberikan panduan beserta batasan

terhadap adanya perilaku kelompok dengan menjalankan regulasi yang telah dibuat dengan didasarkan pada pengalaman yang sebelumnya.

Giddens berpendapat bahwa sebuah struktur (aturan dan sumber daya) jangan dianggap sebagai hambatan dalam jalannya interaksi, namun justru dijadikan sebagai bagian yang dibutuhkan untuk dapat menciptakan interaksi. Organisasi itu bersifat dinamis, maka dari itu adanya struktur di dalam organisasi bukanlah suatu hal yang bersifat permanen, namun struktur bisa dievaluasi (Kriyantono, 2017:238).

Structuration theory didasarkan pada perbedaan antara sistem, struktur, dan praktek. Berikut elemen yang dapat membentuk definisi strukturasi:

a. Sistem

Sistem merupakan seperangkat pola pertukaran normal yang menghubungkan antara seseorang, pesan, perilaku, hubungan, hal-hal yang termasuk dalam elemen manusia maupun yang bukan manusia.

b. Struktur

Struktur dapat dibedakan dari sistem dengan menjadi diam-diam dan memberdayakan. Pada bagian ini adalah domain aturan dan sumber daya di mana agen menarik untuk bertindak.

- Aturan (*rules*)

Aturan merupakan sebuah prinsip atau rutinitas yang dapat memandu atau mendasari tindakan.

- Sumber daya (*resources*)

Sumber daya adalah segala sesuatu yang dapat digunakan atau diadaptasi oleh orang dalam melakukan tindakan. (Littlejohn & Foss, 2012:936)

Berkaitan dengan penelitian ini, teori strukturasi ini dapat digunakan untuk memberikan penjelasan bagaimana para agen yang tergabung dalam Komunitas Satoe Atap sebagai organisasi *non profit* untuk mencapai tujuannya itu menggunakan sistem dan struktur sesuai dengan teori struktusi, yakni aturan-aturan (*rules*) dan sumber daya (*resources*) yang terlibat dalam praktik sistem. Dengan adanya aturan, maka dapat digunakan untuk melihat bagaimana upaya manajemen komunikasi dalam organisasi, sedangkan adanya sumber daya dapat digunakan untuk memberikan penjelasan upaya apa saja yang dilakukan organisasi untuk mendapatkan sumber daya guna jalannya organisasi, baik sumber daya berupa materi maupun non materi.

1.5.6 Relationship Management Theory

Relationship Management Theory merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh John A. Ledingham dan berfokus pada pembahasan proses manajemen relasi yang terjadi antara organisasi dan publik, baik secara internal maupun eksternal dan dikenal sebagai pusat atau inti dari *public relations*. Dalam perspektif hubungan *public relations*, memberikan petunjuk bahwa menyeimbangkan kepentingan organisasi dan publik itu dapat dicapai melalui pengelolaan hubungan organisasi-publik. Dalam teori ini, *public relations* dilihat sebagai fungsi manajemen yang dapat

menetapkan dan mempertahankan hubungan atau relasi saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang bergantung pada kesuksesan maupun kegagalannya (Botan & Hazleton, 2010:412). *Relationship Management Theory* memiliki asumsi teori bahwa pengelolaan hubungan organisasi-publik dapat menghasilkan manfaat bagi organisasi dan publik itu sendiri (Botan & Hazleton, 2010:412).

Teori ini juga dikenal sebagai teori *organization-public relationship* (OPR). Teori OPR ini lebih memandang publik itu sebagai “*co-creators of meaning and interpretation and goals.*” OPR berasal dari paradigma *co-creational* yang memberikan anggapan bahwa komunikasi digunakan untuk menstimuli publik agar dapat bersama-sama menciptakan makna (*co-creator meaning*) dan menekankan untuk membangun relasi dengan semua publik.

John Ledingham memberikan definisi bahwa OPR sebagai teori yang dapat menggambarkan situasi yang terjadi di antara organisasi dan publik yang di dalamnya terdapat tindakan di mana kedua belah pihak dapat memberikan dampak bagi kesejahteraan sosial, ekonomi, politik, dan budaya dari masing-masing pihak. Broom juga menyebut OPR sebagai relasi yang direpresentasikan oleh pola interaksi, transaksi, pertukaran, dan keterhubungan antara organisasi dan publiknya. Gregory juga mendefinisikan OPR sebagai upaya organisasi yang membangun relasi dengan publiknya guna menciptakan relasi yang bersifat positif dalam dua arah, yakni organisasi ke publik dan publik ke organisasi.

Komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk membangun hubungan dan program dievaluasi dengan berdasarkan dampaknya pada relasi yang terjadi antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, keberhasilan suatu program dapat dilihat melalui bagaimana kualitas OPR-nya. Komunikasi juga dianggap sebagai pusat dari *public relations*. Dengan begitu, dapat diartikan bahwa adanya produksi dan penyebaran pesan terpusat dan ditentukan oleh aktivitas *public relations*-nya. Teori *relationship management* mengubah fokus bahasan *public relations* dari komunikasi ke relasi menjadi komunikasi berperan sebagai alat inisiasi, mengembangkan, dan memelihara OPR (Botan & Hazleton, 2010:413).

Dozier (1995) juga menjelaskan bahwa dalam *perspektif relationship management theory*, komunikasi menjadi fungsi management strategis yang membantu mengelola hubungan dengan publik, dan dapat memengaruhi misi, tujuan, dan sasaran organisasi. Ledingham dan Brunning (1998) juga memberikan penjelasan bahwa tujuan dikembangkannya *relationship*, komunikasi digunakan sebagai alat strategis dalam membantu organisasi mencapai tujuan-tujuan tersebut dan bahkan sementara pengukuran efisiensi komunikasi tentu menjadi bagian dari proses evaluasi suatu organisasi, dengan begitu kemampuan berkomunikasi anggota dalam organisasi dapat memberikan pengaruh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi (Botan & Hazleton, 2010:414).

Melalui teori *relationship management*, dapat menggunakan suatu model yang dikenal dengan SMARTS, yaitu: *Scan* (analisis atau monitor

lingkungan), *Map* (perencanaan atau mendesain tujuan), *Act* (memproduksi atau melakukan inisiatif), *Rollout* (implementasi atau membuat program), *Track* (mengevaluasi keberhasilan inisiatif), *Steward* (menyesuaikan atau memonitor dan menjaga kualitas relasi). (Botan & Hazleton, 2010:419).

Dalam proses manajemen, untuk membangun relasi itu dapat dimulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Namun, menurut teori *relationship management*, harus didasarkan pada beberapa prinsip dasar sebagai berikut:

1. Praanggapan hubungan bertindak sebagai dasar untuk membangun teori, pengajaran, dan praktik. Dalam perspektif itu, penggunaan output komunikasi sebagai ukuran akuntabilitas program diganti dengan hasil relasional dan perilaku
2. Unit utama ukuran keberhasilan PR adalah hubungan organisasi-publik.
3. Prinsip hubungan interpersonal, lengkap dengan pedoman untuk memulai, memelihara, dan meningkatkan hubungan, dapat berfungsi sebagai kerangka kerja untuk eksplorasi hubungan organisasi-masyarakat.
4. Hubungan organisasi-publik melibatkan pertukaran barang, harapan, dan pemenuhan yang berkelanjutan.
5. Dimensi hubungan organisasi-publik menentukan tatapan, atau kualitas, dari hubungan organisasi-publik, yang, pada gilirannya, bertindak sebagai prediktor perilaku publik.
6. Jenis hubungan organisasi-publik mencakup hubungan simbolik dan perilaku, serta hubungan pribadi, profesional, dan terkait komunitas.

7. Hubungan organisasi-publik dapat dan memang berubah dari waktu ke waktu.
8. Hasil yang diinginkan dari manajemen hubungan organisasi-publik yang efektif adalah saling pengertian dan manfaat.
9. Hubungan organisasi-publik yang sukses berkembang di sekitar kepentingan bersama dan tujuan bersama.
10. Status hubungan sebagai cerminan persepsi terhadap pemenuhan kebutuhan dan harapan.
11. Strategi saling menguntungkan tidak hanya menanggapi pertimbangan etis, tetapi juga dapat menghasilkan keuntungan ekonomi, sosial dan politik baik untuk organisasi maupun publik (Botan & Hazleton, 2010:420).

Teori ini juga banyak digunakan untuk meneliti kualitas manajemen relasi. Metode oleh Hon & Grunig (Waters, 2008) menyampaikan ada empat dimensi, meliputi:

a. Kepercayaan

Mengarah kepada sejauh mana individu dapat untuk terbuka dan jujur antara satu dan lainnya.

b. Komitmen

Merujuk kepada tingkat dedikasi yang diberikan kepada organisasi yang menjadi elemen kunci dari teori ini.

c. Kepuasan

Mencakup apakah kedua belah pihak yang terlibat dengan relasi memiliki perasaan positif tentang pihak lainnya.

d. Kontrol Kebersamaan

Meliputi keseimbangan kekuatan ataupun pengaruh terhadap satu dan lainnya.

Berkaitan dengan penelitian ini, *Relationship Management Theory* dapat menjelaskan bagaimana manajemen komunikasi yang terjadi dalam Komunitas Satoe Atap sebagai organisasi *non profit* untuk bisa mendapatkan dukungan dari publik. Selain itu, melalui teori ini pula dapat memberikan gambaran bagaimana relasi yang terjadi antara Komunitas Satoe Atap dengan pihak-pihak yang turut mendukung jalannya program yang diusung oleh Komunitas Satoe Atap untuk membantu pendidikan anak keluarga pra sejahtera.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini mengacu pada manajemen komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Satoe Atap dalam mendapatkan dukungan dari berbagai pihak untuk membantu meningkatkan pendidikan bagi anak-anak dari keluarga pra sejahtera. Manajemen komunikasi dalam hal ini adalah upaya pengorganisasian dan pengelolaan hubungan komunitas Satoe Atap baik pengelolaan secara internal maupun eksternal.

Anak-anak dari keluarga pra sejahtera merupakan anak-anak yang berasal dari keluarga miskin dan tergolong rendah perekonomiannya. Komunitas Satoe Atap yang merupakan organisasi sosial pendidikan dengan status organisasi *non profit* ini hadir untuk turut membantu memberikan

pendidikan dan pengajaran bagi anak-anak keluarga pra sejahtera tersebut. Sebagai organisasi *non profit*, tentu tidak mudah bagi Satoe Atap untuk terus bersaing dengan organisasi sosial lainnya agar tetap bertahan. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa sebagai organisasi *non profit* tidak mudah untuk mendapatkan bantuan baik secara materil maupun non materil dari publik.

Penelitian ini menggunakan *Structuration Theory* dan *Relationship Management Theory* untuk melihat bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan Komunitas Satoe Atap sebagai organisasi *non profit* untuk menjalankan program dan melakukan gerakan sosialnya guna meningkatkan pendidikan anak dari keluarga pra sejahtera, baik dari internal antar anggota komunitas yang dilihat dari bagaimana Komunitas Satoe Atap menetapkan sistem dan struktur untuk membantu anggotanya dalam merencanakan, melaksanakan, dan memonitoring ketika berdiskusi serta menetapkan keputusan dalam setiap kegiatan, mendapatkan sumber daya baik materil seperti uang tunai ataupun non materil seperti barang dan ilmu. Adapun secara eksternal dengan melihat upaya komunitas untuk mengelola hubungan dengan partisipan yang turut mendukung Satoe Atap melalui relasi yang dibangun oleh komunitas.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian yang banyak digunakan untuk penelitian berbasis bidang

pendidikan dan sosial. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memberikan pemahaman fenomena yang berkaitan dengan perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan lain-lain yang sedang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara penulisan dalam bentuk kata-kata, frasa, dan bahasa yang alamiah pada suatu konteks khusus dengan menggunakan metode ilmiah yang beragam. (Ulfatin, 2013:24)

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus sebagai metode sekaligus bentuk rancangan yang digunakan untuk mencari fakta-fakta ataupun keterangan dari seseorang, peristiwa, latar sosial, maupun kelompok yang sengaja diteliti untuk dipahami yang nantinya dijadikan sebagai sumber informasi (Ulfatin, 2013:50).

Studi kasus sebagai strategi untuk meneliti “bagaimana (*how*)” dan “mengapa (*why*)” sebagai pokok pertanyaan. Pendekatan studi kasus memiliki rentangan mulai dari studi lapangan secara umum hingga sampai dengan tahap interview khusus terhadap individu ataupun kelompok. Dalam implementasinya, studi kasus ini banyak digunakan untuk mengkaji dunia pendidikan. Contohnya dapat difokuskan guna mendiagnosis masalah pembelajaran siswa secara individual hingga mengkaji layanan manajemen kelas ataupun kelompok, bahkan juga bisa digunakan untuk mengkaji perilaku melalui manajemen organisasi dalam merumuskan kebijakan sekolah (Ulfatin, 2013:51). Sejalan dengan penelitian ini, melalui pendekatan studi kasus, diharapkan mampu untuk mengkaji manajemen komunikasi organisasi Satoe Atap dalam mendapatkan bantuan dan

dukungan untuk pengajaran yang diberikan kepada anak-anak dari keluarga pra sejahtera khususnya dalam bidang pendidikan.

Penelitian ini didesain dengan menggunakan desain studi kasus tunggal. Di mana fokus studi kasus tunggal dapat diterapkan untuk meneliti individu, peristiwa, proses, maupun program yang digalakkan. Dengan ini, melalui studi kasus tunggal dapat digunakan untuk meneliti gerakan sosial komunikasi organisasi komunitas Satoe Atap untuk mendapatkan informasi terkait keterangan anggota yang ingin peneliti ketahui, baik upaya pemberdayaan anggotanya, bagaimana masing-masing anggota bekerjasama, bagaimana cara mendapatkan dukungan agar tujuan komunitas dapat tercapai, dan sebagainya.

Mengutip dari Yin (2006), ada beberapa rasional yang harus dipenuhi dalam penelitian studi kasus tunggal, yakni:

- a. Kasus yang dipilih dikategorikan penting untuk menguji teori yang sudah ada.
- b. Kasus yang dipilih merupakan suatu kasus yang memiliki keunikan
Keunikannya, Satoe Atap merupakan salah satu komunitas dalam sosial pendidikan di Semarang yang dapat berdiri selama 16 tahun dengan sistem tidak mengikat atau volunteer namun tetap eksis hingga saat ini walaupun dukungan yang didapat tidak lancar. Satoe Atap juga merupakan salah satu komunitas sosial pendidikan yang memiliki pengikut paling banyak

dibandingkan dengan komunitas pendidikan lain di Semarang yakni sebanyak 4.000 pengikut.

Meskipun kasus sosial komunitas bukanlah hal yang langka di Indonesia, namun gerakan sosial Komunitas Satoe Atap yang berada di lingkup sosial dan pendidikan merupakan kasus yang cukup unik lantaran memberikan edukasi berupa pembelajaran bagi anak-anak keluarga pra sejahtera dengan sistem *volunteering* atau sukarela.

- c. Kasus tunggal merupakan kasus penyingkapan itu sendiri.

Artinya, peneliti memiliki akses terkait dengan kondisi dan situasi yang sebelumnya tidak memiliki kesempatan untuk dilakukan pengamatan ilmiah.

1.7.2 Situs Penelitian

Situs penelitian ini merupakan tempat di mana peneliti melakukan penelitian guna menangkap dan melihat aktivitas yang sebenarnya dari objek yang diteliti oleh peneliti untuk memperoleh data maupun informasi yang diperlukan dalam penelitian. Dengan ini, penulis menetapkan situs penelitian berada di Kota Semarang sesuai dengan domisili penulis dan lokasi penelitian.

1.7.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah orang-orang yang tergabung sebagai anggota dalam Komunitas Satoe Atap yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dengan rentang usia 17-30 tahun.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data yang penelitian ini gunakan adalah berupa data yang meliputi data tertulis, tindakan, dan kata-kata. Uraian kalimat yang didapatkan dari sumber data perilaku informan yang menggambarkan atau merepresentasikan orang-orang, perilaku, peristiwa dalam kehidupan sosial serta kata-kata tertulis yang diperoleh melalui hasil interview ketika para informan diwawancarai secara langsung digunakan sebagai sumber data utama penelitian. Sumber data juga didapatkan dengan cara mencatat atau menulis. Selain itu, sumber data yang didapatkan dari e-book, jurnal, buku dan lainnya merupakan sumber data tertulis yang dijadikan sebagai sumber data kedua.

1.7.5 Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer yang digunakan peneliti dalam penelitian ini akan diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan informan. Wawancara ini akan dilakukan secara mendalam sehingga peneliti bisa mendapatkan beragam informasi yang dibutuhkan terkait manajemen komunikasi dari Komunitas Satoe Atap.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung sebagai data tambahan yang didapatkan dari sumber tertulis seperti buku, jurnal,

artikel dan skripsi yang berkaitan dengan manajemen komunikasi organisasi *non profit* khususnya komunitas.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapatkan dengan melakukan *indepth interview* atau wawancara secara langsung dan mendalam dengan informan. Wawancara yang dilakukan peneliti ini nantinya sebagai sumber data utama yang digunakan untuk mengetahui segala informasi mengenai gerakan sosial komunitas satoe atap sebagai organisasi *non profit* yang terpilih yang kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan pada penelitian. Perolehan data dari wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyusun interview guide atau beberapa pertanyaan mengenai aktivitas komunikasi gerakan sosial Komunitas Satoe Atap untuk mendapatkan dukungan dan bantuan guna membantu pendidikan anak keluarga pra sejahtera.

1.7.7 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti ini menggunakan analisis data dengan cara menjodohkan pola. Penjodohan pola ini dilakukan dengan membandingkan pola yang telah diprediksi dan disusun oleh peneliti dengan yang didapatkan sesuai dengan fakta dan data di lapangan. Apabila data keduanya memiliki persamaan, maka hasilnya dapat menguatkan penelitian studi kasus yang diteliti. Dalam studi kasus deskriptif (tunggal), penjodohan pola dilakukan dengan pola faktor yang spesifik yang diprediksi (Ulfatin, 2013:271).

1.7.8 Kualitas Data

Dalam penelitian kualitatif, kriteria keabsahan data dapat dilakukan dengan menguji empat kriteria agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan ini Yvonna S.Lincoln dan Egon G. Guba (Creswell, 2012:244) menuliskan beberapa standar keabsahan data pada penelitian kualitatif, yakni *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Standar tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1) Standar *credibility*

Hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan sesuai dengan fakta di lapangan, sehingga tingkat kepercayaan terhadap hasil tersebut dapat dipastikan tinggi. Aspek *credibility* dapat dilihat melalui keterlibatan peneliti ketika proses diskusi dan keadaan di lapangan, banyaknya sumber data, pengecekan anggota, bahan referensi, lainnya (Ulfatin, 2013:279).

2) Standar *transferability*

Hasil penelitian akan dinilai memenuhi standar transferabilitas oleh peminca laporan apabila orang lain dapat memahami fokus dan isi hasil penelitian dengan jelas sehingga ada kemungkinan orang lain dapat menerapkan hasil penelitian di lain situasi (Ulfatin, 2013:283). Sehingga pada penelitian ini nanti harus dapat diuji keunikan potensialnya dari seluruh konteks terkait manajemen komunikasi gerakan sosial Komunitas Satoe Atap.

3) Standar *dependability*

Aspek depentabilitas bergantung dari seberapa terampil peneliti melakukan pengumpulan data dan ketepatan rancangan yang dipilih di seluruh proses penelitian (Ulfatin, 2013:284).

4) Standar *confirmability*

Dalam aspek confirmabilitas, berdasarkan pada pemisahan nilai yang telah dibuat dari observasi hingga peneliti dalam melakukan penelitiannya harus bersifat netral dan melaporkan penelitiannya secara rinci dengan jelas (Ulfatin, 2013:288).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan standar kredibilitas (*credibility*) untuk memahami kasus yang diteliti dan melacak kesesuaian data sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dengan melihat manajemen komunikasi dan proses masing-masing anggota Komunitas Satoe Atap yang menjadi informan penelitian.