

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 . Konteks Penelitian

Berdaya Kreatif Foundation yayasan yang bergerak di bidang pemberdayaan masyarakat. Berdaya Kreatif Foundation sebagai wadah yang memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu mengubah tatanan hidup masyarakat kearah yang lebih baik, sebagaimana cita-cita bangsa untuk mewujudkan masyarakat yang adil, demokratis, sejahtera dan maju. Berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat yang harus didasari oleh pengembangan dari masing-masing masyarakat, maka dari itu dimulai dengan pemberdayaan masyarakat Berdaya Kreatif Foundation di Garut. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan keberlangsungan hidup individu, dan akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, sosial dan pendidikan.

Sebagai Observasi peneliti menemukan perbedaan yayasan Berdaya Kreatif Fondation dengan yayasan pemberdayaan masyarakat lainnya bahwasanya Berdaya Kreatif Fondation menanamkan sistem yang berkelanjutan, kerelawanan dan kedermawanan dengan berbagai Program Berdaya Kreatif Foundation Garut, yang terdiri dari beberapa program unggulan mulai dari Berdaya Care, Berdaya Socent, Berdaya Edu, Berdaya Consultan.

Berdaya Kreatif Foundation menjadi wadah dan fasilitator masyarakat yang kurang berdaya seperti yatim dan dhuafa khususnya dalam program berdaya

edu dalam membantu dari segi pendidikan mulai dari sekolah terbuka, mendirikan Rumba (Rumah Baca), dan mengajarkan pendidikan Nonformal lainnya.

Berdaya Edu merupakan salah satu program unggulan yayasan yang bergerak di bidang pendidikan dan pembinaan untuk mencetak yatim dhuafa yang (berkarakter, berketerampilan dan mandiri). Dalam pengenalan program unggulan Berdaya Kreatif Foundation khususnya program Berdaya Edu sendiri dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang tepat agar masyarakat mengetahui tentang yayasan pemberdayaan masyarakat (Berdaya Kreatif Foundation) dan juga dapat meningkatkan *awarness* sehingga masyarakat tertarik untuk membantu menjadi anggota ataupun relawan dalam menjalankan program ini.

Program Berdaya Edu ini memiliki sub program yaitu Akademi Berdaya. Akademi Berdaya adalah Program yang merupakan pusat pembinaan yatim dhuafa dalam mencetak generasi yang mandiri dan berakhlak baik. Didalam program ini terdiri beberapa program lainnya, berdasarkan wawancara dan observasi dengan informan Yini, diantaranya:

1. Akademi Berdaya , pembinaan buat adik-adik dalam bentuk pembelajaran yang dikasih ke adik binaan
2. Beasiswa Berdaya, berupa uang pembinaan untuk kebutuhan sekolahnya seperti alat tulis, ongkos ke sekolahnya .
3. Berdaya preneur, dalam bentuk pembinaan belajar gratis (mulai dari guru dan yang lainnya)

4. Panti Berdaya, tim Berdaya Edu jalan-jalan ke panti seperti melakukan sharing kepada anak-anak yang tinggal di panti.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003:32).

Sebagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Berdaya Kreatif Foundation untuk menjangkau khalayak atau audiencenya dengan pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mempublikasikan program berdaya edu (informasi), seperti halnya penggunaan instagram dan facebook.

Penggunaan media sosial saat ini sudah marak digunakan oleh masyarakat. Saat ini menggunakan media sosial khususnya *Instagram* dan *Facebook* sudah menjadi kebutuhan utama manusia dalam kehidupan sehari-hari saat ini media sosial sudah seperti ketergantungan dalam penggunaannya. Dan media sosial juga saat ini tidak bisa dianggap remeh begitu saja, walaupun media sosial ini bersifat maya, namun pada realitanya media sosial ini dapat membuat suatu gerakan sosial untuk sumbangan yang sangat besar, dikarenakan media sosial memiliki kekuatan tersendiri dalam menyebarkan atau mempublikasikan informasi.

Strategi yang digunakan Berdaya Kreatif Foundation dalam mempublikasikan program Berdaya Edu melalui media sosial dengan pemilihan media yang efektif dalam publikasi penyampaian pesan atau informasi dalam hal ini adalah menggunakan media sosial. Adapun media sosial yang digunakan

dalam publikasi di antaranya *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* hal ini untuk mempermudah penyampaian pesan ke khalayak yang saat ini media sosial sangat mendominasi untuk seseorang berkomunikasi lebih luas.

Berdaya Kreatif Foundation yang berdiri pada tahun 2016 adalah yayasan yang bergerak dibidang pemberdayaan masyarakat, untuk membantu masyarakat yang kurang berdaya baik dari aspek ekonomi, dan pendidikan. Berdaya Kreatif Foundation terus berkembang dalam membantu masyarakat. Dengan menjadi yayasan yang terpercaya dengan mengelola potensi kerelawanan dan kedermawanan.

Sebagai yayasan pemberdayaan masyarakat di Garut, Berdaya kreatif Foundation melihat potensi masyarakat yatim dan dhuafa di desa yang kurang berdaya dari segi pendidikan yang rendah karena putus sekolah, potensi perekonomian dan kesehatan yang kurang, sehingga Berdaya Kreatif Foundation menjadi wadah bagi mereka yang kurang berdaya.

Keberhasilan berdaya kreatif Foundation dalam kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media sosial) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telah model komunikasi.

Masyarakat merupakan faktor yang terpenting dalam berjalannya program, untuk menarik masyarakat agar berkontribusi dengan melakukan publikasi atau penyebaran informasi melalui media sosial, untuk menyampaikan pesan kepada audience. Dengan menggunakan media sosial dapat memperluas jangkauan informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Berdaya Kreatif Foundation. Dan dapat diterima oleh masyarakat khususnya untuk yatim dan dhuafa di Garut sebagai target sasarannya, selain itu juga untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat yang akan menjadi calon kakak asuh (donatur) yang membantu dalam berjalannya pelaksanaan program.

Pengetahuan tentang produk tidak hanya didapatkan dari sebuah iklan produk, akan tetapi dari bagaimana perusahaan mendapatkan simpatik dari masyarakat yang bersifat positif. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan tersebut. Jika komunikasi mampu memahami perilaku konsumen, maka perusahaan tersebut mampu bertahan dan menarik perhatian pelanggannya. Komunikasi merupakan hal yang penting dan tidak terlepas dari berjalannya sebuah organisasi, karena proses manajemen baru terlaksana apabila komunikasi dilakukan. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Mulyana, 2005:62).

Seluruh kegiatan komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi dapat berjalan efektif apabila adanya perencanaan dan strategi. Hal ini ditunjukkan oleh

suatu jaringan kerja yang membimbing tindakan yang akan dilakukan, dan pada saat yang sama, strategi akan mempengaruhi tindakan tersebut. Keberadaan strategi tidak terlepas dari tujuan yang dicapai (Liliweri, 2011:239).

Dalam hal ini peranan yayasan Berdaya Kreatif Foundation sangat penting dalam menumbuhkan *awarnes* bagi masyarakat Garut, dengan melalui strategi pemanfaatan media dan membina hubungan dengan masyarakat merupakan hal yang efektif. Maka suatu organisasi dapat mengambil langkah yang diperlukan dalam menyusun strategi dan kebijakan yang tepat, hal ini tidak terlepas dari kegiatan organisasi yang dianggap mempunyai peranan penting.

Berangkat dari fenomena ini, kita bisa melihat bahwa strategi komunikasi sangat penting terutama dalam mengenalkan suatu program baru kepada masyarakat. Pada dasarnya, Berdaya Kreatif Foundation merupakan suatu yayasan yang berfungsi sebagai wadah dan fasilitator bagi masyarakat yatim dan dhuafa di Garut . Berdasarkan observasi peneliti dari informan Rosalin menyampaikan bahwa Berdaya Kreatif Foundation juga memiliki 8 desa binaan di Garut, yaitu terdiri dari desa :

- a) Desa Sukamukti, Kecamatan Banyuresmi
- b) Desa Kandangmukti, Kecamatan Leles
- c) Desa Sudalarang, Kecamatan Karangpawitan
- d) Desa Sukamurni, Kecamatan Cilawu
- e) Desa Pasar Wetan Kecamatan Cisurupan
- f) Desa Pasirkiamis, Kecamatan Pasirwangi
- g) Desa Cijambe, Kecamatan Karangpawitan

h) Desa Tegalpanjang, Kecamatan Sucinaraja

Peneliti melakukan observasi dengan memilih objek yang diteliti yaitu pada Yayasan Pemberdayaan Masyarakat (Berdaya Kreatif Foundation) yang berlokasi di Jln Samarang No 53B Hampor Tarogong-Garut. Adapun yang diungkapkan oleh Rosalin sebagai observasi peneliti mengenai awal mula Berdaya Kreatif Foundation sebagai berikut:

*“Berawal dari Creavill Village (Desa Binaan) yang melihat banyaknya potensi desa dalam hal produk yang belum memiliki brand, dan melihat banyak anak-anak yang putus sekolah dikarenakan biaya dan lain sebagainya. Sehingga Creavill Village mendirikan Berdaya Kreatif Foundation yang di bawah naungan Creavill Village itu sendiri. Dan kami juga mempunyai sasaran atas berjalannya program-program unggulan BKF pada kaum dhuafa dan yatim, dimana BKF ini sebagai wadah bagi mereka yang kurang mampu”.*¹

Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Berdaya Kreatif Foundation dalam memperkenalkan program unggulan Berdaya Edu (Pendidikan) dan mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan rasa solidaritas antar sesama. Adapun alasan peneliti memilih strategi komunikasi Berdaya Kreatif Foundation yaitu karena yayasan yang mampu menjadi wadah bagi masyarakat yang kurang berdaya sehingga dengan adanya yayasan ini, masyarakat yang kurang bisa merasakan seperti masyarakat pada umumnya, dan juga ketertarikan akan strategi komunikasi seperti apa yang akan dilakukan oleh BKF, sehingga program pemberdayaan masyarakat ini dapat terwujud dan terjalinkan dan bahkan merubah perilaku masyarakat menuju masa depan yang lebih cerah.

¹ Berdasarkan Observasi dan hasil wawancara awal dengan Rosalin di kantor berdaya kreatif foundation.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan masukan melakukan penelitian di yayasan Berdaya Kreatif Foundation Garut dengan sumber yang didapatkan dari buku dan jurnal. Dari penjelasan diatas peneliti mengajukan judul tentang **“Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial”**.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan dalam konteks penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

Bagaimana Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis situasi yang dilakukan Berdaya Kreatif Foundation Di Garut dalam perencanaan strategi?
2. Bagaimana startegi perencanaan dan penyusunan program yang dilakukan oleh Berdaya Kreatif Foundation Di Garut?
3. Bagaimana Implementasi (tindakan komunikasi) yang dilakukan oleh Berdaya Kreatif Foundation Di Garut dalam pelaksanaan strategi komunikasi?
4. Bagaimana Berdaya Kreatif Foundation Di Garut mengevaluasi strategi komunikasinya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud penelitian ini adalah menemukan dan menjelaskan tentang Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan bagaimana analisis situasi yang dilakukan Berdaya Kreatif Foundation Di Garut dalam perencanaan strategi.
2. Untuk menjelaskan bagaimana startegi perencanaan dan penyusunan program yang dilakukan oleh Berdaya Kreatif Foundation Di Garut.
3. Untuk menjelaskan bagaimana Implementasi (tindakan komunikasi) yang dilakukan oleh Berdaya Kreatif Foundation Di Garut dalam pelaksanaan strategi komunikasi.
4. Untuk menjelaskan bagaimana Berdaya Kreatif Foundation Di Garut mengevaluasi strategi komunikasinya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan peneliti dan bisa menjadi pedoman di dalam perkembangan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.

2. Untuk menambah informasi atau pengetahuan mengenai persepsi Berdaya Kreatif Foundation serta menjadi pedoman dalam perkembangan penelitian mengenai strategi komunikasi.

1.4.1.1 Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi terutama dalam Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran khususnya mengenai Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.
3. Penelitian ini diharapkan bisa sebagai acuan dan referensi penelitian selanjutnya khususnya dalam kajian mengenai Strategi Komunikasi Berdaya Kreatif Foundation Dalam Mempublikasikan Berdaya Edu Melalui Media Sosial.