

**STRATEGI PERENCANAAN KOMUNIKASI KOMUNITAS
1000 GURU YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN
MINAT RELAWAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kegiatan *Traveling & Teaching*
“Peduli Keterbatasan”)**



SKRIPSI

**Ditujukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam
Negeri Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Aida Lathifah

12730041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Aida Lathifah
NIM : 12730041
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 11 Agustus 2016

Yang menyatakan,



Aida Lathifah
NIM. 12730041



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Aida Lathifah
NIM : 12730041
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI PERENCANAAN KOMUNIKASI KOMUNITAS 1000 GURU
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT RELAWAN
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Kegiatan Traveling & Teaching
"Peduli Keterbatasan")**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 11 Agustus 2016

Pembimbing

Fajar Iqbal, M.Si

NIP : 19730701 201101 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-286/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2016

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PERENCANAAN KOMUNIKASI KOMUNITAS 1000 GURU YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT RELAWAN (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kegiatan Traveling & Teaching "Peduli Keterbatasan")

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AIDA LATHIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 12730041
Telah diujikan pada : Jumat, 19 Agustus 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Penguji I

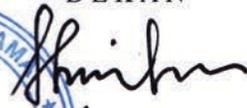
Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji II

Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 19 Agustus 2016
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN




Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

**“Don’t trust anyone that says you can’t do it.
Show them you can.”**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

Almamater Tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat serta kita nanti syafaatnya di Yaumul Akhir.

Selama penyelesaian skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Bono Setyo, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Rama Kertamukti, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu menyempatkan waktunya untuk *sharing* berbagai hal.
4. Fajar Iqbal, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk peneliti dan membimbing peneliti dengan sabar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Dosen Penguji II.

6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi beserta staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
7. Kedua orangtua, Bapak Masyhud Yusi dan Ibu Aimanah, yang selalu memberikan doa dan dukungan.
8. Mbak Richanah & Mas Hanif, Mbak Fitri & Mas Danang serta Keluarga Besar 'Masyhud Generations' yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan selalu menyediakan yang terbaik untuk kebutuhan peneliti.
9. Segenap Keluarga Besar Yayasan Sunni Darussalam yang telah memberikan tempat dan kesempatan untuk belajar banyak hal terutama mencintai anak-anak.
10. Ketiga teman terbaik peneliti dari awal kuliah sampai sekarang : Mutia, Putri, Mei yang selalu memberikan *support* dan saling mengerti.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2012, khususnya IKOM A : Pertiwi Madayanti, Amelia Hayuning, Halimah, Danang, Ishom, Widya dan seluruh teman-teman yang selalu menghibur dan menciptakan momen kebahagiaan bersama.
12. Komunitas 1000 Guru Yogyakarta khususnya Mas Sandi yang telah membantu peneliti selama pengambilan data skripsi hingga segalanya dipermudah.
13. Bank Indonesia yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk mendapatkan beasiswa dan bergabung dalam komunitas GenBI dimana peneliti mendapat pelajaran banyak mengenai pengembangan diri.

14. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti selama menjalankan perkuliahan dan penyusunan skripsi.

Semoga apa yang telah mereka berikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran akan sangat membantu untuk perbaikan kedepan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Yogyakarta, 11 Agustus 2016

Peneliti,

Aida Lathifah
NIM. 12730041

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat	9
E. Telaah Pustaka.....	10
F. Landasan Teori.....	15
G. Kerangka Pemikiran	30
H. Metodologi Penelitian.....	31

BAB II : GAMBARAN UMUM

A. Profil Komunitas	38
B. Komunitas 1000 Guru Yogyakarta	41
C. <i>Traveling and Teaching</i> “Peduli Keterbatasan”	48

BAB III: PEMBAHASAN

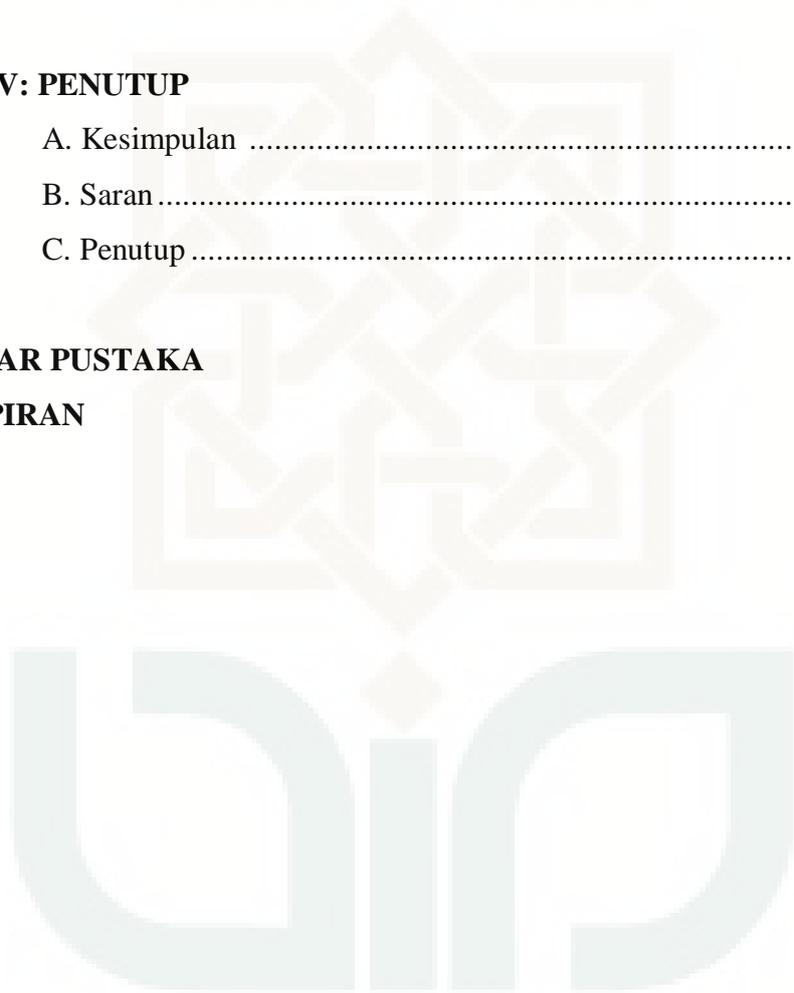
A. Identitas Informan	50
B. Analisis Strategi Komunikasi Komunitas 1000 Guru Yogyakarta ..	55
C. Pembahasan	112

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran	121
C. Penutup	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Matriks Perbedaan Telaah Pustaka	14
Tabel 2: Daftar Relawan Terpilih Mengikuti Kegiatan <i>Traveling and Teaching</i> “Peduli Keterbatasan”	49
Tabel 3: Data Individu Informan (Tim Inti).....	51
Tabel 4: Data Individu Informan (Relawan Kegiatan)	51
Tabel 5: Jumlah <i>Followers</i> Akun Instagram Komunitas 1000 Guru Pusat dan Regional per tanggal 28 Juni 2016	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Poster Kegiatan <i>Traveling and Teaching</i> “Peduli Keterbatasan”	6
Gambar 2: Peta Persebaran 35 Regional Komunitas 1000 Guru di Indonesia	39
Gambar 3: Logo Komunitas 1000 Guru Yogyakarta	42
Gambar 4: Kegiatan Outbound oleh <i>Volunteer</i> dan Peserta	45
Gambar 5: Kelas Asik Program Pengurangan Pekerja Anak	46
Gambar 6: Struktur Organisasi Komunitas 1000 Guru Yogyakarta.....	47
Gambar 7: Tampilan Akun Instagram Komunitas 1000 Guru Yogyakarta	62
Gambar 8: Kiriman dalam Akun Instagram @1000_gurujogja	63
Gambar 9: Komentar <i>Followers</i> Instagram @1000_gurujogja	65
Gambar 10: Komentar <i>Followers</i> Instagram @1000_gurujogja	65
Gambar 11: Poster Kegiatan <i>Traveling and Teaching</i> part 1.....	80
Gambar 12:Poster Kegiatan <i>Traveling and Teaching</i> part 2.....	81
Gambar 13:Poster Kegiatan <i>Traveling and Teaching</i> part 3.....	82
Gambar 14: Poster Kegiatan Donasi <i>Traveling and Teaching</i>	83
Gambar 15: Website Komunitas 1000 Guru Yogyakarta	90
Gambar 16: Twitter Komunitas 1000 Guru Yogyakarta	90
Gambar 17: Jumlah <i>Followers</i> Akun Instagram @1000_gurujogja	92
Gambar 18: @1000_gurujogja di Harian Jogja	97
Gambar 19: @1000_gurujogja Spesial Hari Pendidikan	99
Gambar 20: 1000 Guru Dalam Seminar Nasional Pendidikan di UMY	101
Gambar 21: Koordinator Komunitas 1000 Guru Yogyakarta Berbagi Cerita Dalam Acara Munas II	103

Gambar 22: Kegiatan Komunitas 1000 Guru Mengajar Anak-Anak 105

Gambar 23: Penyuluhan Kesehatan di SDN Inpres Siboi oleh Komunitas
Dokter Pedalaman 107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : *Interview Guide*

Lampiran 2 : *Interview Guide Relawan*

Lampiran 3 : *Curriculum Vitae*



ABSTRACT

Communication strategic becomes an important thing must be done by none-profit organization on communicating the program of activities for public. The study, entitled “Communication Strategies of 1000 Guru Yogyakarta Community on Recruiting Traveling & Teaching ‘Peduli Keterbatasan’ Program”, to describe the communication strategic at 1000 Guru Yogyakarta Community on recruiting volunteer to participate in Traveling and Teaching “Peduli Keterbatasan” program.

This research uses qualitative descriptive method. The data was collected using observation, in-depth interview and documentation. To check the validity of the data, the author uses a triangulation.

The result of this research, researcher concluded that communication strategic which conducted by 1000 Guru Yogyakarta Community to recruiting volunteer was quite effective. Based on this research which was got by interview with all informan, showed that 1000 Guru Yogyakarta Community applied communication strategy through the stages : establishing communicator, determining target, composing the message, selecting media and communication channels. This matter can be seen from the number of prospective volunteer who participate selection and the positive responses that showing public through social media akun @1000_gurujogja toward the present of 1000 Guru Yogyakarta Community.

Keywords : communication, communication strategic

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu dengan yang lain. Hal ini dikarenakan manusia tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu manusia melakukan interaksi dan kerjasama untuk mempermudah mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, kebutuhan manusia terhadap kehadiran manusia lain mendorong terbentuknya kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat. Membentuk kelompok dan hidup berkelompok merupakan naluri yang dimiliki manusia sejak ia dilahirkan. Naluri ini mendorong manusia untuk selalu menyatukan hidupnya dengan manusia lain atau dengan kelompok lain.

Sebagai makhluk sosial, individu yang tergabung dalam kelompok sosial selain untuk mencapai tujuan pribadi juga diimbangi dengan tujuan sosial yaitu melalui kegiatan sosial. Kegiatan sosial dalam masyarakat adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat secara sukarela yang bertujuan untuk membantu orang lain yang membutuhkan, baik itu dalam bentuk barang, jasa, motivasi ataupun dukungan.

Dewasa ini, kegiatan sosial di masyarakat gencar dilaksanakan oleh berbagai kalangan masyarakat baik itu pelajar, mahasiswa, pekerja maupun pelaku usaha. Hal ini ditandai dengan munculnya wadah kegiatan sosial

berupa komunitas. Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pendidikan ikut andil dalam terbentuknya komunitas-komunitas sosial. Munculnya berbagai macam komunitas sosial di Yogyakarta ini diberitakan oleh antarayogya.com¹ :

Jogja (Antara Jogja) - Sekitar 30 komunitas sosial yang ada di Yogyakarta meluncurkan secara resmi sebuah wadah komunikasi antar komunitas yang disebut Forum Jogja Peduli, bertempat di Benteng Vredeburg Yogyakarta, Minggu.

"Melalui forum ini, setiap komunitas yang tergabung akan bisa saling bersinergi dan bekerja sama untuk membawa Indonesia ke arah perubahan yang lebih baik. Kami ingin, dari Yogyakarta untuk Indonesia," kata Koordinator Forum Jogja Peduli (FJP) Seno Wahyu di Yogyakarta, Minggu.

Sejumlah komunitas yang telah tergabung dalam Forum Jogja Peduli di antaranya Book for Mountain, Coin a Chance Jogja, Gajah Mada Mengajar, Guyub KSE, HoshiZora Foundation, Hugo Hatta Club DIY, Institut Ibu Profesional Jogja, Jogja Menyala, Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Yogyakarta, Keluarga Berbeda, Komunitas Cemara, Komunitas Jendela, Koper Mandiri, Orbit Jogja, Peace Generation Community, Pengajar Muda II - Indonesia Mengajar, Sahabat Merah Putih, Sanggar Cantik, YMCA Yogyakarta, dan YRBK Kagem Yogyakarta.

Di Yogyakarta, ditengarai ada lebih dari 100 komunitas sosial yang ada, sehingga Seno berharap jumlah komunitas yang nantinya bergabung dalam Forum Jogja Peduli tersebut akan bertambah banyak.

Adanya komunitas-komunitas tersebut memfasilitasi masyarakat yang ingin menyalurkan rasa sosialnya melalui kegiatan sosial yang terdiri dari berbagai bidang. Salah satu bidang yang menjadi fokus kegiatan dalam komunitas adalah pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu hak asasi

¹ Heru Jarot Cahyono, "*Puluhan Komunitas Sosial Luncurkan Forum Jogja Peduli*," <http://www.antarayogya.com/berita/309179/puluhan-komunitas-sosial-luncurkan-forum-jogja-peduli> edisi 3 Maret 2013 yang diakses pada tanggal 25 Februari 2016

yang mutlak harus dimiliki semua orang, terutama di era globalisasi seperti sekarang ini dimana persaingan di bidang pendidikan semakin ketat ditambah dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan generasi penerus bangsa yang mampu berfikir kritis dan dapat terus bertahan di tengah perubahan yang terjadi.

“Indonesia sebagai negara kepulauan memang punya tantangan sangat besar dalam mencapai pemerataan di berbagai bidang termasuk pendidikan. Dalam hal jumlah dan kualitas guru, ketidakmerataan disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya kesejahteraan guru. Bukan hanya kesejahteraan kehidupan finansial supaya guru bisa lebih mengurangi beban pikirannya saat harus ditempatkan di daerah terpencil, tetapi juga kesejahteraan ilmu pengetahuan yang harusnya bisa ditingkatkan dengan pelatihan dan berbagai metode *upgrading* lainnya. Hal lain, keterbatasan akses transportasi dan komunikasi juga menyebabkan berbagai praktik pengawasan satuan pendidikan oleh pihak berwenang -dalam hal ini Dinas Pendidikan- berjalan “setengah-setengah”. (Rahmat Danu Andika dalam Pengajar Muda, 2011:117)

Pentingnya pendidikan tersebut, mendorong berbagai kalangan masyarakat untuk peduli terhadap pendidikan salah satunya melalui wadah komunitas, baik dengan membentuk komunitas baru ataupun ikut komunitas-komunitas yang sudah ada. “Komunitas adalah kelompok yang dibangun oleh kedekatan fisik, berbagi keprihatinan, konsekuensi real, tanggung jawab bersama. Anggota-anggotanya saling tolong menolong dengan cara yang paling praktis.” (Panda, 2014:48)

Komunitas peduli pendidikan saat ini tengah menjadi tren di masyarakat. Kegiatan utamanya yaitu kegiatan sosial yang dilakukan secara sukarela. Orang-orang yang tergabung di dalam komunitas, atau kerap disebut

dengan istilah relawan merasa mendapatkan banyak pelajaran hidup yang didapat tentang pentingnya berbagi dan mengasahi orang lain dengan bergabung dalam komunitas-komunitas tersebut. Hal ini merupakan sesuatu yang tidak selalu bisa didapatkan dari bangku sekolah formal. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu relawan Komunitas 1000 Guru dalam sebuah artikel di jogja.seribuguru.org² :

“Traveling kali ini akan menjadi pengalaman yang luar biasa, selain jalan-jalan juga bisa berbagi dengan penduduk dan adik-adik disana, bisa merasakan kehidupan yang boleh dibilang masih jauh dari ketersediaan fasilitas umum seperti yang ada di kota. Dan tentunya bisa menemukan sahabat-sahabat dan keluarga baru. And finally, dari kegiatan ini semoga banyak orang yang dapat membuka mata bahwa masih banyak tempat di negeri ini yang belum memiliki fasilitas pendidikan yang layak, dan semoga makin banyak anak muda pahlawan perubahan seperti yang saya temui disana.”

Komunitas 1000 Guru adalah salah satu komunitas yang peduli terhadap pendidikan. Komunitas sosial yang mengusung gerakan peduli pendidikan ini dibentuk pada 22 Agustus 2012 oleh Jemi Ngadiono di Jakarta. Komunitas 1000 Guru pada awalnya adalah akun twitter @1000_guru yang merupakan akun inspirasi dengan memberitakan keadaan realita pendidikan di pedalaman pelosok negeri melalui media sosial, namun kini berkembang dengan melakukan aksi sosial nyata dengan turun langsung membantu pendidikan anak-anak di pedalaman. Terdapat tiga aksi sosial yang dilakukan oleh komunitas 1000 Guru, yaitu: memberikan beasiswa untuk

²Volunteer Komunitas 1000Guru, “TNT ke Pulau Rimau”, <http://jogja.seribuguru.org/tnt-ke-pulau-rimau>, edisi 29 Januari 2015 yang diakses pada 20 Februari 2016

guru-guru yang ada di sekolah pedalaman, kegiatan “*Traveling and Teaching*” dan kegiatan *moral campaign* “Hormati Gurumu!”

Komunitas 1000 Guru Yogyakarta adalah salah satu komunitas regional dari Komunitas 1000 Guru yang baru saja melakukan kegiatan “*traveling and teaching*” dengan tema Peduli Keterbatasan. Kegiatan ini mewadahi kaum perkotaan penyuka *traveling* yang ingin membuat waktu jalan-jalannya menjadi lebih bernilai dengan cara mengajar anak-anak sekolah dasar (SD) di desa terpencil yang minim alat transportasi dan juga sarana prasarana yang kurang mencukupi serta tenaga guru yang terbatas. *Traveling and teaching* adalah kegiatan jalan-jalan sambil mengajar di pedalaman, lokasi yang menjadi tujuan adalah lokasi yang benar-benar susah dijangkau. Peserta yang ikut turut serta dalam kegiatan ini diharuskan mempunyai fisik yang kuat, siap jalan kaki dan siap tidur dimanapun (sekolah, masjid, *camping* dan rumah penduduk). Kebanyakan lokasi yang dipilih kadang tidak tersedia listrik dan toilet bersih sehingga peserta harus siap dengan keadaan tersebut.

Kegiatan “*traveling and teaching*” Komunitas 1000 Guru Yogyakarta telah tujuh kali dilaksanakan di beberapa sekolah dasar (SD) di Yogyakarta. Kegiatan *traveling and teaching* ke-delapan dengan tema “Peduli Keterbatasan” dilaksanakan di empat Sekolah Luar Biasa (SLB) di Yogyakarta, yaitu: SLB Sekar Teratai Bantul, SLB Tunas Sejahtera Sleman, SLB. Muhammadiyah Dekso Kulon Progo dan SLB Puspa Melati Gunungkidul serta tujuan *traveling* adalah Gardu Action Parangtritis, Bantul.

Kegiatan *traveling and teaching* ke-delapan yang dilaksanakan pada tanggal 28-29 November 2015 ini mengambil tema Peduli Keterbatasan dalam rangka memperingati Hari Disabilitas Internasional yaitu pada tanggal 3 Desember. Sekolah yang dipilih menjadi tujuan dari *traveling and teaching* “Peduli Keterbatasan” adalah sekolah luar biasa (SLB) swasta yang tingkat ekonomi siswanya menengah ke bawah. Empat sekolah terpilih tersebut mewakili 4 kabupaten, yaitu : Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Gunungkidul.

Gambar 1
Poster Kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan”



Sumber : jogja.seribuguru.org/pendaftaran-and-traveling-teaching-8-peduliketerbatasan, 9 November 2015 yang diakses pada 20 Februari 2016

Kehadiran Komunitas 1000 Guru Yogyakarta yang baru memasuki tahun kedua harus mampu bersaing dengan komunitas lain demi mempertahankan eksistensi dan terlaksananya program kerja yang telah dirancang. Program kerja *traveling and teaching* ke delapan dengan tema “Peduli Keterbatasan” oleh Komunitas 1000 Guru ini memerlukan relawan yang bersedia mengajar di sekolah pelosok yang memiliki keterbatasan fasilitas serta mengikuti seluruh prosedur pendaftaran sehingga diperlukan sebuah perencanaan strategi komunikasi. Perencanaan strategi komunikasi diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai guna mencapai efektivitas komunikasi. Dalam hal ini, perencanaan strategi komunikasi diperlukan oleh Komunitas 1000 Guru Yogyakarta untuk meningkatkan minat relawan mengikuti program kerja yang telah di rancang yaitu *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan”

Adapun prosedur pendaftarannya adalah; melakukan pendaftaran melalui *online* dan mengikuti proses seleksi terlebih dahulu, relawan yang lolos dalam seleksi diharuskan membayar sejumlah uang untuk mendapatkan beberapa fasilitas, sebelum diterjunkan ke lokasi kegiatan relawan dibekali dengan *training* dan *briefing* tentang teknis pelaksanaan.

Relawan dalam Komunitas 1000 Guru digolongkan menjadi 2 macam, yang pertama adalah relawan yang memberikan donasi setiap ada ataupun tidak adanya *event*, baik itu menyumbang dalam bentuk uang, barang ataupun membeli *merchandise* yang diproduksi oleh Komunitas 1000 Guru untuk kemudian didonasikan kepada anak-anak sekolah di pedalaman

ataupun guru-guru di sekolah pedalaman yang kesejahteraannya kurang diperhatikan oleh pemerintah. Relawan kedua adalah relawan yang menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran serta biaya akomodasi sendiri dalam kegiatan *traveling and teaching*, relawan inilah yang akan menjadi fokus penelitian.

Data dari *website jogja.seribuguru.org* yang diakses pada 20 Februari 2016 menyebutkan ada 82 relawan yang terpilih mengikuti kegiatan *traveling and teaching*. Data menunjukkan bahwa orang-orang dari berbagai bidang pendidikan dan profesi serta dari luar wilayah daerah Yogyakarta tertarik mengikuti kegiatan *traveling and teaching* yang diselenggarakan oleh Komunitas 1000 Guru Yogyakarta.

Berdasarkan data dan uraian di atas peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas 1000 Guru dalam meningkatkan minat relawan, dengan judul “Strategi Perencanaan Komunikasi Komunitas 1000 Guru Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Menjadi Relawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kegiatan *Traveling & Teaching* “Peduli Keterbatasan”).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi perencanaan komunikasi yang digunakan oleh Komunitas 1000 Guru dalam meningkatkan minat menjadi relawan pada kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan” ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi perencanaan komunikasi Komunitas 1000 Guru Yogyakarta dalam meningkatkan minat menjadi relawan pada kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis :
 - a. Untuk Program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan penelitian dalam Ilmu Komunikasi khususnya tentang strategi perencanaan komunikasi dalam komunitas.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan Komunitas 1000 Guru lebih mampu mengembangkan strategi perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan minat relawan setiap kegiatan yang diselenggarakan.

- b. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan ide bagi komunitas lain bagaimana strategi perencanaan komunikasi yang harus diterapkan agar efektif dalam meningkatkan minat menjadi relawan/anggota.
- c. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan acuan dasar atau referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Tinjauan Pustaka dalam penelitian diperlukan untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat melakukan perbandingan dengan penelitian-penelitian tersebut. Peneliti menggunakan penelitian sebelumnya yang memiliki tema penelitian yang sama dan sebanding, yaitu tentang Strategi Perencanaan Komunikasi. Tujuan dari telaah pustaka ini adalah untuk mengetahui bagian dan hal apa saja yang telah diteliti demi menguatkan penelitian yang akan peneliti lakukan serta menghindari terjadinya pengulangan dan plagiasi pada penelitian sebelumnya.

Pertama, skripsi berjudul "*Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekrut Customer di Kota Makassar*", yang disusun oleh Afridyawati Rahmadani, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin Makassar, ditulis tahun 2011.

Penelitian diatas bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dari perusahaan Oriflame dalam merekrut customer. Temuan penelitiannya menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Oriflame telah efektif merekrut *customer* dengan faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu : gagasan, pesan, media respon dan *feedback*.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama ingin mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dalam rangka menarik minat seseorang untuk dijadikan *customer* ataupun relawan. Persamaan selanjutnya adalah dalam metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan studi deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif naratif, yaitu dengan mengungkapkan data, menguraikan data dengan mendiskripsikan data yang diperoleh dari penelitian baik data primer maupun data sekunder dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami. Perbedaannya terdapat pada subjek, dimana saudari Afridyawati Rahmadani mengangkat sebuah perusahaan yaitu perusahaan Oriflame, sedangkan peneliti mengangkat sebuah komunitas, yaitu Komunitas 1000 Guru.

Kedua, Skripsi berjudul “*Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Daerah (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen)*” yang disusun oleh Syaiful Ardiansyah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Syaiful Ardiansyah meneliti bagaimana perencanaan komunikasi terpadu pariwisata daerah yaitu pariwisata Sragen dengan subjek penelitiannya adalah Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga. Temuan penelitiannya menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Sragen menggunakan beberapa program komunikasi pemasaran terpadu dalam aktivitas promosi pariwisata Sragen, yaitu menggunakan periklanan, *public relations*, penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan pemasaran interaktif.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaannya adalah terdapat pada objeknya, yaitu penelitian Syaiful Ardiansyah mengangkat lembaga pemerintahan yaitu Dinas Pariwisata Sragen sedangkan penelitian penulis adalah Komunitas 1000 Guru. Perbedaan selanjutnya adalah pada teori yang digunakan, pada penelitian Syaiful Ardiansyah menggunakan teori perencanaan komunikasi pemasaran sedangkan penelitian penulis akan menggunakan teori strategi perencanaan komunikasi dalam hal mengembangkan organisasi.

Ketiga, jurnal berjudul "*Komunikasi Persuasif Komunitas Hijabers Pekanbaru Dalam Merekrut Wanita Berjilbab Di Kota Pekanbaru*", yang disusun oleh Maike Desyafitri mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Pekanbaru, tahun 2015.

Penelitian diatas berfokus pada bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Komunitas Hijabers Pekanbaru dalam merekrut wanita berjilbab di kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Komunitas Hijabers Pekanbaru melakukan proses komunikasi persuasif dengan mengirim pesan melalui media sosial dan media masa untuk memberikan penjelasan serta informasi untuk merekrut wanita berjilbab.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada objek penelitian yaitu sama-sama mengkaji tentang rekrutmen, hanya saja Maika Desyafitri menggunakan teori komunikasi persuasif sedangkan peneliti menggunakan teori strategi komunikasi. Persamaan selanjutnya adalah pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan keikutsertaan.

Tabel 2
Matriks Perbedaan Telaah Pustaka

No	Peneliti/ Instansi	Judul Penelitian	Lokasi/ Subjek	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Afridyawati Rahmadani/ Universitas Hasanudin Makassar	Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekrut Customer di Kota Makassar	Perusahaan Kosmetik Oriflame cabang Makassar	Metode penelitian deskriptif kualitatif.	Meneliti tentang strategi komunikasi dalam usaha perekrutan anggota baru.	<ul style="list-style-type: none"> - Peneliti meneliti tentang organisasi non profit, sementara Afridyawati meneliti organisasi profit. - Subjek dan objek penelitian - Teori yang digunakan 	Strategi komunikasi perusahaan Oriflame efektif dalam merekrut customer dengan kerangka konseptual: mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media.
2	Syaiful Ardiansyah/ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga	Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Daerah (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen)	Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Meneliti tentang langkah- langkah komunikasi yang dilakukan dalam menarik minat seseorang	<ul style="list-style-type: none"> - Teori yang digunakan Syaiful adalah perencanaan komunikasi pemasaran, sementara peneliti menggunakan teori strategi komunikasi. - Subjek dan objek penelitian. 	Program komunikasi pemasaran terpadu dalam aktivitas promosi pariwisata sragen berhasil mencapai target yang diinginkan.
3	Maike Desyafitri/ Universitas Riau Pekanbaru	Komunikasi Persuasif Komunitas Hijabers Pekanbaru Dalam Merekrut Wanita Berjilbab di Kota Pekanbaru	Komunitas Hijabers Pekanbaru	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Meneliti tentang langkah- langkah komunikasi yang dilakukan dalam menarik minat dan merekrut seseorang.	<ul style="list-style-type: none"> - Teori yang digunakan Maike adalah komunikasi persuasive, sementara peneliti menggunakan teori strategi komunikasi. - Subjek dan objek penelitian. 	Komunitas Hijabers Pekanbaru melakukan proses komunikasi persuasif melalui media sosial dan media masa untuk merekrut wanita berjilbab.

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

Pada landasan teori ini peneliti akan membatasi teori-teori yang akan digunakan dalam proses penelitian nantinya. Teori yang akan peneliti gunakan mengacu kepada teori strategi perencanaan komunikasi. Strategi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari pembahasan komunikasi organisasi, yang didalamnya terdapat 2 bentuk yaitu organisasi profit dan non profit. Dalam penelitian ini, peneliti fokus kepada organisasi non profit yaitu komunitas. Berikut akan peneliti paparkan teori yang telah disebutkan diatas.

1. Komunikasi Organisasi

Lauwrence D. Kincaid (1981) dalam Cangara (2011:20) menyatakan: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”

Kochler (1976) mengatakan bahwa “Organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu” (Muhammad, 2007:24).

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut, “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu

sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 2007:67).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu proses pertukaran informasi atau pesan dalam sebuah kelompok yang mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama.

Organisasi didirikan manusia disebabkan karena kesamaan kepentingan, baik dalam rangka mewujudkan hakekat kemanusiaannya maupun secara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karenanya, organisasi bisa dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan tujuannya yaitu organisasi profit dan organisasi non profit.

Nilai-nilai yang mendasari organisasi profit (perusahaan dan industri) adalah falsafah yang berisi nilai-nilai persaingan bebas antar organisasi bisnis sejenis, melalui pendayagunaan semua sumber yang dimiliki untuk mencapai tujuan strategik. Tujuan (organisasi profit) tersebut adalah untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensi untuk jangka waktu panjang, melalui kemampuan meraih laba kompetitif secara berkelanjutan. Sedangkan organisasi non profit didasari falsafah nilai-nilai pengabdian dan kemanusiaan. Tujuannya untuk mencapai kesejahteraan bersama dalam masyarakat (Nawawi, 2003:145).

2. Strategi Komunikasi

Proses komunikasi didukung oleh beberapa unsur, yakni: sumber, pesan, saluran, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan atau situasi. Agar seluruh unsur komunikasi dapat berjalan dengan optimal, maka diperlukan adanya strategi dalam sebuah proses komunikasi.

Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu secara makro (*planned multi-media strategy*) atau mikro (*single communication medium strategy*). Berdasarkan aspek tersebut, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda (Effendy, 2008:28), yaitu:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan dapat merusak nilai-nilai budaya.

Pelaksanaan strategi komunikasi memerlukan perencanaan mendalam agar strategi yang akan dilaksanakan berjalan dengan optimal.

a. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan yang tepat akan mendukung komunikator mencapai tujuan komunikasi secara efisien. Keufman dalam Cangara (2013:22) menyatakan:

Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

John Middleton (1978) dalam Cangara (2013:45) mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Pengertian tentang komunikasi dan perencanaan dari para ahli diatas, dapat disimpulkan secara sederhana bahwa perencanaan komunikasi adalah suatu proses komunikasi oleh komunikator dalam menyusun pesan yang akan disampaikan dan menetapkan bagaimana cara yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan ke komunikan sehingga tujuan dari komunikasi dapat terwujud.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Breint D. Peterson, dan M. Dallas Burnet (dalam Effendy, 2011:32), tujuan utama dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut :

1) *To secure understanding*

Tujuan strategi komunikasi yang pertama, adalah untuk memastikan bahwa komunikan mengerti tentang pesan yang diterimanya.

2) *To establish acceptance*

Strategi komunikasi bertujuan untuk membina komunikan sebagai penerima yang sudah mengerti pesan yang diterimanya.

3) *To motivate action*

Terakhir; tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk memotivasi penerima pesan mengenai hal yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan.

Tujuan-tujuan strategi komunikasi yang dijabarkan diatas, menunjukkan bahwa dalam menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan factor-faktor pendukung dan factor-faktor penghambat dalam setiap komponen strategi komunikasi (Effendi, 2011:35)

c. Komponen Strategi Komunikasi

Cangara dalam bukunya *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (2013:108) menjabarkan penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi mengacu pada elemen komunikasi, yakni: *who says what, to whom through what channels, and what effect.*

Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1) **Memilih dan Menetapkan Komunikator**

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni :

a) Kredibilitas

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran. Berlo (1962) seorang pakar komunikasi dari *Michigan State University* menambahkan bahwa kredibilitas seorang komunikator bisa timbul jika ia memiliki keterampilan berkomunikasi (*communication skills*), pengetahuan yang luas, sikap jujur dan bersahabat (*attitude*) serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya (*social and cultural system*) masyarakat yang dihadapinya.

b) Daya Tarik (*Attractive*)

Daya tarik merupakan faktor penting yang dimiliki seorang komunikator. Seorang komunikator akan berhasil

dalam komunikasi apabila ia mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

c) Kekuatan (*Power*)

Kekuatan (*power*) berkaitan kompetensi atau penguasaan yang dimiliki seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya. Apabila seorang komunikator menguasai pesan yang akan ditujukan kepada target sarasanya, maka komunikator tersebut mempunyai kekuatan untuk membuat target sasaran mengerti pesan yang dilancarkan.

2) Menetapkan Target Sasaran

Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diserahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia. Komunikator perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi

sasaran komunikasinya. Hal ini tentu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi ditujukan agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Didalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program. Karena manusia tidak bisa dipisahkan dengan kelompok, maka masyarakat sering dikelompokkan menurut segmentasi. Segmentasi menurut agama, minat, pendidikan, jenis kelamin, usia dan lain-lain. Pengelompokan segmentasi, seorang perencana komunikasi dapat memprediksi dan mengantisipasi, serta menyesuaikan program-program komunikasi yang akan dilakukannya.

3) Teknik Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Pengkajian tujuan pesan ini bermanfaat untuk menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informatif, teknik persuasif atau teknik edukatif (mendidik).

Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekadar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program apakah itu komersial, politik, penyuluhan dan informasi publik, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi.

Masalah kedua dalam penyusunan pesan, adalah sifat dari produk itu sendiri. Jika produk itu sifatnya nyata (*tangible*) dan barangnya bisa dimiliki, maka pesan yang digunakan tidak perlu terlalu banyak sebab setiap anggota masyarakat bisa mengevaluasinya sendiri. Tapi jika program yang dipasarkan sifatnya tidak nyata (*intangible*) maka memerlukan penjelasan yang lebih lengkap, mudah dimengerti, dan menjanjikan prospek apa yang akan diperoleh setelah menerima program tersebut.

Proses penyusunan pesan harus memperhatikan bahasa atau ungkapan yang akan digunakan. Ajaran Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar berkomunikasi dengan menggunakan ungkapan yang mengena, mencapai sasaran dan tujuan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 63 :

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ
وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Yang artinya : *“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”* (QS. An-Nisa : 63)

Surat An-Nisa tersebut menjelaskan tentang perintah berkata dengan perkataan yang berbekas pada jiwa atau perkataan yang merasuk ke dalam jiwa. Dalam ayat tersebut terdapat *qaulan baligha* yang artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah. Perkataan tersebut mengandung bahasa yang tepat sesuai dengan yang dikehendaki dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh khalayak sehingga tidak menimbulkan kesalahan persepsi.

4) Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Media komunikasi ini banyak jumlahnya, baik media yang bersifat tradisional maupun modern. Komunikator dapat memilih salah satu atau gabungan beberapa media, bergantung pada tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Pesan melalui media aural dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindera hal-hal lain. Pesan melalui media audio visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan.

Media baru (internet) mengalami perkembangan dengan munculnya berbagai macam fasilitas untuk mengakses informasi, salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi.

Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (2014 : 155) menyebutkan kelebihan penggunaan internet sebagai media sosial antara lain :

- a. Interaktif, terbuka dan demokratis sehingga siapa saja bisa berpartisipasi, memberi komentar dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.
- b. Bersifat global tanpa perlu bertemu muka secara langsung.
- c. Sebagai ruang public yang terbuka, luwes dan lingkungan informasi yang dinamis.
- d. Pengguna terbawa pada jejaring perkawanan dalam situasi yang erat (*friendly*) sehingga dengan mudah melakukan kontak, mencurahkan perasaan (curhat), mencerca, keluhan, pujian, fitnah yang tidak bisa dilakukan oleh media konvensional (lama).
- e. Menciptakan jejaring sosial (individu, kelompok, dan antarkomunitas) dalam membangun isu dan kekuatan yang bisa melahirkan gerakan massa.
- f. Setiap pengguna bisa memproduksi informasi dan mendistribusikannya ke banyak pihak tanpa batas.

3. Komunitas

Organisasi non profit seperti penjelasan dalam komunikasi organisasi, merupakan organisasi yang didasari oleh nilai-nilai pengabdian dan kemanusiaan dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama dalam masyarakat dapat diwujudkan dalam bentuk komunitas sosial.

Turkle dalam buku *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung* menyebutkan, “Komunitas dibangun oleh kedekatan fisik, berbagi keprihatinan, konsekuensi real, tanggung jawab bersama. Anggota-anggotanya saling tolong menolong dengan cara yang paling praktis.” (Panda, 2014:48). Stewart E. Perry (2001) dalam *CED Definitions and Terminology* memandang komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus (Iriantara, 2004:24).

Pengertian komunitas diatas diperkuat dengan faktor yang menjadi ciri khusus dari komunitas, seperti yang dijelaskan oleh Carol Anne Ogdin (1998) dalam Iriantara (2004:24) ada lima faktor yang membedakan komunitas dengan kelompok individu lainnya:

- a. Pembatasan dan eksklusivitas yang berdasarkan hal ini bisa dirumuskan siapa yang menjadi anggota dan bukan anggota komunitas tersebut.
- b. Tujuan yang merupakan landasan keberadaan manusia.
- c. Aturan yang memberi pembatasan terhadap perilaku anggota komunitas termasuk ancaman disingkirkan untuk yang berperilaku melanggar aturan itu.
- d. Komitmen terhadap kesejahteraan orang lain, sehingga ada kepedulian terhadap orang lain yang berada dalam komunitas yang sama, atau setidaknya ada tanggung jawab bagi individu terhadap komunitas secara keseluruhan.

- e. Kemandirian yakni memiliki kebebasan sendiri untuk menentukan apa yang dilakukan dan cara memasuki komunitas.

Berdasarkan faktor yang telah dijelaskan diatas, subjek yang akan menjadi penelitian dalam skripsi ini yaitu Komunitas 1000 Guru adalah komunitas yang mempunyai komitmen terhadap kesejahteraan dan kepedulian orang lain.

4. Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (*kbbi.web.id*) yang diakses pada tanggal 29 Agustus 2016, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Sedangkan menurut Abd. Rachman Abror, minat adalah daya gerak yang bisa mendorong diri merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan (Abror, 1993:112).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (*kbbi.web.id*) yang diakses pada tanggal 8 April 2016, relawan atau sukarelawan adalah orang yang melakukan sesuatu dengan sukarela (tidak karena diwajibkan atau dipaksakan).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kesadaran dalam diri seorang relawan yang merasa tertarik untuk mengikuti kegiatan secara sukarela. Bila seseorang berminat terhadap sesuatu objek atau aktivitas tertentu, maka dapat dikatakan bahwa seseorang menyadari dirinya suka terhadap aktivitas tersebut, sehingga dalam dirinya timbul perhatian dan rasa senang terhadap objek tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow and Crow dalam Gunarto (2007:7) adalah :

a. Faktor pendorong dari dalam (*The factor inner urge*)

Merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat ; cenderung terhadap belajar, dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.

b. Faktor motif social (*The factor of social motif*)

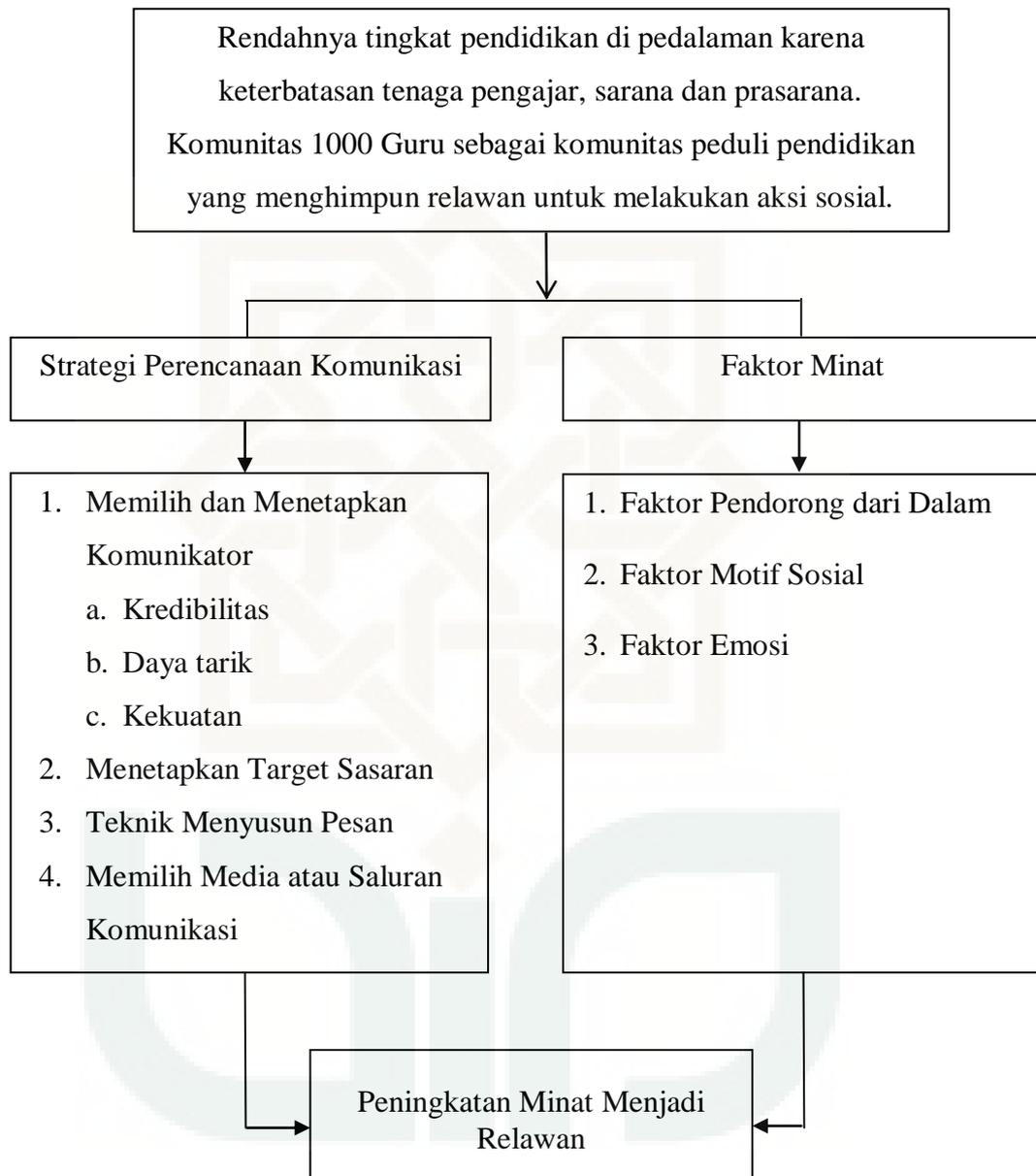
Adalah minat seseorang terhadap obyek/suatu hal, disamping juga dipengaruhi oleh motif social, misalnya: seseorang berminat pada prestasi tertinggi agar dapat status sosial yang lebih tinggi pula.

c. Faktor emosi (*Emosional Factor*)

Faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek misalnya: perjalanan sukses yang dipakai seseorang dalam sesuatu kegiatan tertentu dapat membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.

Berdasarkan pengertian dan faktor yang mempengaruhi minat dapat disimpulkan bahwa minat adalah merupakan kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu aktivitas yang dilakukan dengan senang atas kesadaran diri sendiri.

G. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

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

Cresswell (2008) dalam Raco (2010:7) mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Memahami gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai informan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas serta dirancang sesuai dengan tujuan dan maksud penelitian. Informasi yang disampaikan oleh informan kemudian dikumpulkan. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian diolah dan dianalisis.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2007:152), subjek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap mengumpulkan

data. Penentuan subjek digunakan untuk memperoleh informasi secara jelas dan mendalam. Subjek penelitian dalam penelitian diambil menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* yaitu mengambil sampel penelitian yang terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu pengamatan (Pawito, 2007 : 92).

Peneliti menentukan informan kunci (*key informan*) terlebih dahulu untuk mengawali pengumpulan data, yaitu Koordinator atau Ketua dari Komunitas 1000 Guru Yogyakarta. Selanjutnya, peneliti menentukan informan lain berdasarkan rekomendasi dari informan kunci tersebut yang dianggap dapat memberikan informasi terkait permasalahan penelitian. Adapun informan tersebut adalah : Ketua atau Koordinator Komunitas 1000 Guru, Sekretaris Komunitas 1000 Guru Yogyakarta, Tim Donasi dan Bendahara Komunitas 1000 Guru Yogyakarta serta Relawan yang terpilih mengikuti kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan” untuk triangulasi.

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah strategi perencanaan komunikasi yang digunakan oleh Komunitas 1000 Guru dalam meningkatkan minat menjadi relawan kegiatan *traveling and teaching* dengan tema “Peduli Keterbatasan”.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik wawancara (*interview*) kepada informan yang terkait dengan strategi perencanaan komunikasi yang digunakan oleh Komunitas 1000 Guru.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan peneliti untuk mendukung data primer yang didapatkan. Adapun teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data sekunder adalah observasi dan dokumentasi.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan (Bungin, 2007: 108). Peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang sudah ditetapkan.

2) Observasi

Cartwright & Cartwright dalam Hardiansyah (2010) dalam Suharsaputra (2012:209) mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Melalui observasi, peneliti menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.

3) Dokumentasi

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

4. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber atau informan yang telah dipilih untuk mencari informasi yang valid mengenai masalah yang diteliti. Peneliti menggunakan metode analisis data dari Miles dan Huberman yang disebut dengan istilah *Interactive Model*, teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Pawito, 2007:104).

a. Reduksi data (*Data Reductions*)

Tahapan reduksi data merupakan bagian dari kegiatan analisis, sehingga pilihan-pilihan peneliti tentang bagian data mana yang dikode, mana yang harus dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian, cerita-cerita apa yang berkembang, semua itu merupakan pilihan-pilihan analisis. Peneliti membuang bagian data yang tidak diperlukan serta mengorganisasi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Komunitas 1000 Guru, sehingga memudahkan untuk analisis data berikutnya.

b. Penyajian Data (*data display*)

Langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Umumnya data yang terkumpul dalam penelitian kualitatif sangat beraneka ragam, dan terasa sangat menumpuk, sehingga pengelompokan data berguna untuk menyatukan data-data sehingga menjadi satu kesatuan, dan seluruh data benar-benar dapat teranalisis.

c. Penarikan Serta Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*).

Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Ada kalanya

kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. Peneliti dalam kaitan ini masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti. (Pawito, 2007: 106)

5. Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan *Triangulasi Sumber* dalam upaya mendapatkan data yang valid. Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. (Bungin, 2007:257)

Patton dalam Moleong (2014:330-331) menjelaskan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif dengan jalan sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang-orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Komunitas 1000 Guru Yogyakarta sebagai komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan khususnya pendidikan di pedalaman telah melakukan langkah-langkah strategi perencanaan komunikasi dalam hal peningkatan minat menjadi relawan kegiatan *Traveling and Teaching* dengan tema “Peduli Keterbatasan” dengan cara menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran, melakukan penyusunan pesan, memilih media komunikasi untuk penyampaian pesan. Langkah strategi perencanaan komunikasi yang dilakukan adalah sebagai berikut.

Pertama, memilih dan menetapkan komunikator pesan dalam strategi perencanaan komunikasi. Komunikator tersebut dipilih oleh tim karena memiliki ide dan gagasan hingga menjadi sebuah konsep kegiatan yang menarik, yaitu mengajar anak-anak disabilitas yang ada di Sekolah Luar Biasa di pelosok desa sekaligus menikmati *camping ceria* di lokasi dekat SLB tersebut. Selain itu, komunikator mampu membangun kepercayaan calon relawan melalui akun sosial media yang dimiliki yaitu instagram.

Kedua, menetapkan target sasaran kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan”. Target sasaran ini adalah relawan yang memiliki kepedulian terhadap dunia disabilitas, memahami makna pendidikan disabilitas dan yang mempunyai sikap sabar menghadapi anak-anak berkebutuhan khusus. Faktor kerangka referensi menjadi pertimbangan oleh komunikator dalam memilih relawan. Komunikator memilih relawan yang mempunyai latar belakang di dunia pendidikan sehingga mampu mengajar dan mengatasi anak-anak yang membutuhkan perhatian khusus.

Ketiga, penyusunan pesan yang dilakukan oleh Komunitas 1000 Guru Yogyakarta menggunakan teknik informatif dan persuasif melalui akun media sosial yang dimiliki, yaitu instagram. Melalui instagram, komunitas mempublikasikan poster sebanyak 4 *design* secara bertahap yang kemudian peneliti kaitkan dengan konsep AIDDA. Teknik persuasif digunakan dengan menyusun kata-kata dan menampilkan foto anak-anak berkebutuhan khusus yang menyentuh emosional dan menumbuhkan kepedulian dari calon relawan.

Keempat, media yang dipilih oleh Komunitas 1000 Guru Yogyakarta untuk mempromosikan rekrutmen relawan kegiatan *Traveling and Teaching* “Peduli Keterbatasan” adalah media sosial berupa instagram. Penggunaan instagram secara intensif membuat akun instagram Komunitas 1000 Guru Yogyakarta mampu menarik perhatian khalayak hingga mendapatkan calon relawan yang melebihi batas kuota.

B. Saran

Sebagai komunitas sosial yang sudah memiliki nama di kalangan anak muda karena konsep kegiatannya yang menarik, sebaiknya komunitas lebih memperbanyak kegiatan-kegiatannya dan juga menambah tim inti dari komunitas itu sendiri agar bisa mengkoordinir orang-orang yang tertarik mengikuti kegiatan. Kegiatan *Traveling and Teaching* yang menjadi kegiatan utama dari Komunitas 1000 Guru Yogyakarta sebaiknya diadakan tidak hanya ketika ada peringatan hari tertentu saja, melainkan setiap bulan atau beberapa bulan sekali karena relawan dan donator yang berminat cukup banyak.

Saran bagi pemerintah adalah banyaknya berbagai komunitas yang tumbuh dan berkembang di masyarakat sebaiknya diberi perhatian lebih karena merekalah generasi yang membantu menyadarkan masyarakat akan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan sosial yang membutuhkan uluran tangan dan perhatian khusus.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya penelitian ini. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti telah berusaha dengan segala kemampuan yang dimiliki. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tulisan ini.

Daftar Pustaka

Buku :

Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2009. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Revisi Terjemah oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung : PT Sygma Examedia Arkanleema

Abror, Abd. Rahman. 1993. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

_____. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

_____. 2011. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Iriantara, Yosai. 2004. *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Lexy J, Moleong. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Nawawi, Hadari. 2003. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

- Panda, B.Melkyor. 2014. *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung*. Yogyakarta : Kanisius.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKiS.
- Pengajar Muda. 2011. *Indonesia Mengajar : Kisah Para Pengajar Muda di Pelosok Negeri*. Yogyakarta : Bentang.
- Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : Grasindo.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung : Refika Aditama
- Sulastiyani, Ambar Teguh. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Jurnal dan Skripsi :

- Ardiansyah, Syaiful. 2013. *Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Daerah (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Gunarto. 2007. *Minat Siswa Kelas Atas SDN Cangkringan Mengikuti Kegiatan Ekstrakurikuler Tenis Meja Tahun Pelajaran 2007/2008*. Yogyakarta: FIK Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maike Desyafitri. 2015. *Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Daerah (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen)*

Rahmadani, Afridyawati. 2011. *Strategi Komunikasi Perusahaan Oriflame Dalam Merekrut Customer di Kota Makassar*. Makassar : Universitas Hasanudin.

Internet :

<http://antarayogya.com/berita/309179/puluhan-komunitas-sosial-luncurkan-forum-jogja-peduli>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2016, pukul 22.00

<http://jogja.seribuguru.org/tnt-ke-pulau-rimau>. Diakses pada 20 Februari 2016, pukul 11.05

<http://jogja.seribuguru.org/pendaftaran-and-traveling-teaching-8-peduliketerbatasan>. ,Diakses pada 20 Februari 2016, pukul 11.35

<http://jogja.seribuguru.org/pengumuman-daftar-volunteer-traveling-and-teaching-8>. Diakses pada 20 Februari 2016, pukul 13.25

<http://kbbi.web.id/relawan>. Diakses pada tanggal 8 April 2016, pukul 02.35

INTERVIEW GUIDE

1. Menetapkan Komunikator

- 1) Siapa yang bertindak sebagai ujung tombak dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* ?
- 2) Apakah yang bertindak sebagai ujung tombak dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* memiliki ketrampilan berkomunikasi ?
- 3) Apakah yang bertindak sebagai ujung tombak dalam program merekrut relawan kegiatan *traveling and teaching* memiliki kaya ide dan daya kreativitas tinggi ?
- 4) Bagaimana komunikator membangun daya tarik untuk mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan agar tertarik mengikuti rekrutmen relawan ?
- 5) Bagaimana komunikator membangun kredibilitasnya untuk menumbuhkan sikap percaya komunikan agar tertarik mengikuti rekrutmen relawan ?

2. Menetapkan Target

- 1) Bagaimana komunikator mempelajari siapa yang akan menjadi target komunikasi dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching*?
- 2) Persiapan apa saja yang dilakukan sebelum menentukan target komunikasi dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* ?
- 3) Siapa saja yang menjadi target komunikasi dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching*?
- 4) Apakah komunikator melakukan pembedaan target komunikasi dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* sesuai dengan profesi dan latar belakang belakang pendidikan?
- 5) Apakah dalam penetapan target komunikasi, komunikator mempertimbangkan situasi dan kondisi dari calon relawan kegiatan *traveling and teaching*?

3. Menyusun Pesan

- 1) Bagaimana proses komunikator merancang pesan yang akan disampaikan oleh komunikan dalam program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* ?
- 2) Teknik apa yang digunakan oleh komunikator dalam merancang pesan yang akan disampaikan oleh komunikan ?
- 3) Bagaimana isi pesan dari program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching* tersebut ?
- 4) Apakah komunikator menggunakan lambang atau symbol dalam penyampaian pesan kepada komunikan ?

4. Memilih Media dan Sasaran Komunikasi

1. Media apa yang digunakan Komunitas 1000 Guru untuk promosi kegiatan program rekrutmen relawan kegiatan *traveling and teaching*?
2. Apa kelebihan dari media tersebut ?
3. Apa kekurangan dari media tersebut ?

INTERVIEW GUIDE

(Relawan Kegiatan *Traveling and Teaching ke-8* #Peduli Keterbatasan oleh Komunitas 1000 Guru Yogyakarta)

Nama :

Pekerjaan :

Contact Person :

Alamat :

Hari/Tanggal :

Jam :

Daftar Pertanyaan :

1. Sejak kapan anda mengetahui adanya Komunitas 1000 Guru ?
2. Darimana anda mengetahui adanya komunitas tersebut ?
3. Darimana anda mengetahui informasi kegiatan *traveling and teaching ke-8* yang diadakan oleh Komunitas 1000 Guru?
4. Mengapa anda tertarik dengan kegiatan *traveling and teaching ke-8* tersebut ?
5. Menurut pendapat anda, bagaimana ide tentang *traveling and teaching ke-8* yang mengambil tema “peduli keterbatasan” ?
6. Apakah isi pesan dalam poster dan caption yang dipublished oleh Komunitas 1000 Guru di sosial media tentang TnT 8 sudah cukup jelas untuk dimengerti?
7. Menurut pengamatan anda di sosial media, apakah tim komunitas 1000 guru merespon pertanyaan yang diajukan oleh calon volunter dengan baik?
8. Apa yang menjadi alasan anda percaya terhadap kegiatan yang diadakan oleh komunitas 1000 Guru Yogyakarta?
9. Proses apa saja yang anda lalui dari awal mendaftar sampai hari pelaksanaan?
10. Bagaimana kesan anda selama mengikuti kegiatan *traveling and teaching ke-8* “Peduli Keterbatasan” ?
11. Sebelumnya, apakah anda sudah pernah mengikuti kegiatan serupa baik yang diadakan oleh Komunitas 1000 Guru atau komunitas lain? Perbedaan apa yang anda rasakan antara mengikuti kegiatan tersebut dengan kegiatan TNT 8?
12. Apakah sampai sekarang anda masih mengikuti sosial media dari Komunitas 1000 Guru ? Mengapa ?
13. Menurut pendapat anda, bagaimana postingan yang dikirim oleh Komunitas 1000 Guru di sosial media ?



Curriculum Vitae

Nama Lengkap : Aida Lathifah
Tempat & Tgl Lahir : Semarang, 07 April 1992
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Banjardowo Genuk Rt. 02 Rw. 01 Genuksari
Semarang
Alamat di Yogyakarta : Tempelsari Maguwoharjo Depok Sleman
Yogyakarta
Tb/Bb : 160 cm/63 kg
Email : aidalathifah@yahoo.co.id
Telepon : 085727754054

2012-2016 : S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas
Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta
2007-2011 : SMK Negeri 7 (STM Pembangunan) Semarang
2004-2007 : SMP Negeri 6 Semarang
1998-2004 : SD Negeri 02 Genuksari Semarang
1996-1998 : TK Darul Hasanah Semarang

- ∂ GENBI (Komunitas Penerima Beasiswa
Bank Indonesia)
- ∂ Pelangi *Event Organizer*
- ∂ Forum Komunitas Komunikasi (FOKASI)