

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan anak jalanan di Indonesia bukanlah suatu hal yang asing lagi. Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 34 Ayat 1: Fakir miskin dan anak terlantar dipelihara oleh negara. Berdasarkan regulasi tersebut, negara memiliki tanggung jawab terhadap anak-anak terlantar, termasuk anak jalanan. Sudah seharusnya, negara atau pemerintah turut mengambil peran dalam merawat anak-anak yang benar-benar terlantar dengan membawa mereka ke panti asuhan, di mana mereka bisa mendapatkan perawatan dan pendidikan yang layak (Undang-Undang Dasar Republik Indonesia).

Definisi anak jalanan menurut UNICEF adalah *those who have abandoned their home, school, and immediate communities before they are sixteen years of age have drifted into a nomadic street life* (anak-anak di bawah usia 16 tahun yang telah meninggalkan keluarga, sekolah, serta lingkungan terdekat, dan hidup secara nomaden di jalanan).

Berdasarkan Data Kementerian Sosial pada tahun 2020 tercatat jumlah anak terlantar di Indonesia sebanyak 67.386 orang (Kemenko PMK, 2020). Adapun data anak jalanan yang masuk di tahun 2018 oleh kementerian sosial berjumlah 16.000 di 35 Provinsi Indonesia (Arifin et al., 2020). Hal ini menandakan urgensi intervensi dari berbagai pihak, termasuk Masyarakat umum dan komunitas yang peduli terhadap kesejahteraan anak-anak jalanan.

Kota Makassar, sebagai salah satu kota metropolitan juga mengalami peningkatan pada jumlah anak jalanan tiap tahunnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Erina et al., 2024), berikut adalah statistik jumlah anak jalanan di Kota Makassar selama beberapa tahun.

Tabel 1 1 Jumlah Anak Jalanan di Kota Makassar

No.	Tahun	Jumlah Anak Jalanan
1	2020	268
2	2021	276
3	2022	501
Total		1045

Dapat diperhatikan bahwa jumlah anak jalanan di Kota Makassar mengalami peningkatan disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kemiskinan. Untuk menangani permasalahan ini, pemerintah Kota Makassar telah berupaya melakukan penertiban dan pembinaan terhadap anak-anak jalanan yakni implementasi Perda No. 2 Tahun 2008 tentang pembinaan anak jalanan akan dilaksanakan oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Sosial Kota Makassar. Adapun pembinaan yang dilakukan ialah, rehabilitasi sosial, pemberdayaan, bimbingan lanjutan, dan partisipasi Masyarakat (Bahfiarti et al., 2019)

Hidup di jalanan bukanlah pilihan yang para anak jalanan inginkan, tetapi situasi yang dipaksakan karena berbagai faktor. Mereka bertahan di jalan untuk mencari penghidupan, meskipun kehidupan di jalanan penuh tantangan dan kekerasan (Anggara, 2016). Ada banyak alasan mengapa seorang anak bisa menjadi anak jalanan, dan faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan dalam pola-pola tertentu.

Menurut penelitian (Mugianti, 2018) faktor utama yang menyebabkan remaja menjadi anak jalanan adalah kemiskinan, kondisi keluarga, serta lingkungan masyarakat. Faktor kemiskinan berkaitan dengan upaya mereka mencari nafkah untuk diri sendiri atau membantu ekonomi keluarga. Faktor keluarga meliputi keharmonisan serta potensi adanya masalah dalam keluarga tersebut. Sedangkan faktor masyarakat mencakup situasi lingkungan sosial di sekitar anak dan berbagai masalah yang dihadapi. Segala faktor tersebut mempengaruhi perilaku anak jalanan di lapangan.

Fenomena lapangan yang terlihat adalah anak-anak jalanan sering berkeliaran atau mangkal di perempatan jalan, tidak jarang mengganggu kenyamanan pengguna jalan karena mereka tidak hanya mengamen, tetapi ada pula yang terlibat dalam aktivitas menyimpang seperti memalak pengguna jalan dan mengonsumsi zat terlarang yang umumnya terlihat ialah perilaku "ngelem" yang tentunya dapat merusak kesehatan dan juga membahayakan orang lain di sekitar mereka.

Perilaku negatif tersebut dipicu oleh banyaknya waktu bebas yang mereka habiskan di jalanan. Hal tersebut juga membuat mereka menjadi rentan menjadi korban perilaku eksploitasi. Eksploitasi anak secara ekonomi dapat diartikan sebagai pemanfaatan anak secara tidak etis dan biasanya disertai dengan paksaan serta kekerasan untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi, baik berupa uang atau alat tukar lainnya yang setara (Damara, 2018).

Penelitian (Sukrun Nihayah, 2016), menemukan bahwa di Terminal Purabaya, Surabaya, anak-anak dieksploitasi dengan dipaksa bekerja sebagai pengemis dan pengamen, sering kali lebih dari 8 jam sehari. Mereka bekerja bersama teman-teman sebaya, namun seluruh penghasilan diserahkan kepada orang tua, tanpa mendapat bagian apa pun. Orang tua menganggap uang tersebut untuk kepentingan anak, padahal anaknya tidak menerima manfaat langsung. Dalam penelitian (Rochatun et al., 2012) dijelaskan pula bahwa selain menyerahkan uang pada orang tua, anak-anak juga harus menyetor sebagian hasilnya kepada preman yang menguasai wilayah mereka, di bawah ancaman kekerasan jika tidak membayar.

Secara psikologis, anak jalanan memang cenderung belum memiliki kematangan emosional yang kuat, padahal mereka harus menghadapi kerasnya realitas dan ancaman dengan hidup di jalanan (Bahfiarti et al., 2019). Kondisi ini dapat mempengaruhi pembentukan kepribadian dan perkembangan mental mereka, sehingga seringkali memicu hambatan-hambatan dalam berkomunikasi dengan mereka.

Hambatan komunikasi dengan anak jalanan sering kali muncul dari sifat apatis mereka terhadap interaksi sosial, terutama dengan pihak luar. Anak jalanan kerap menghadapi kehidupan yang keras dan penuh tekanan, yang membuat mereka cenderung menutup diri atau tidak mempercayai orang lain. Ketidakpercayaan ini dapat berkembang menjadi sikap apatis, di mana mereka merasa bahwa upaya orang dewasa untuk mendekati mereka tidak tulus atau tidak relevan dengan kebutuhan mereka. Mereka mungkin akan berpikir dua kali untuk mengikuti kelas bimbingan, karena itu akan menyita waktu mereka di jalanan sedangkan tidak sedikit dari mereka yang benar-benar menggantungkan nasib pada penghasilan yang mereka dapatkan dari bekerja di jalanan.

Selain itu, kondisi psikologis seperti trauma, stres, dan rasa tidak aman juga memperparah hambatan dalam membangun komunikasi yang baik. Di sisi lain, perbedaan latar belakang sosial dan budaya antara anak jalanan dan komunikator sering kali mempersulit penyampaian pesan. Anak jalanan mungkin tidak memiliki keterampilan komunikasi yang cukup atau pengalaman dalam lingkungan yang mendukung interaksi yang sehat. Sifat *negative thinking* mereka juga sering kali membuat mereka tidak tertarik untuk terlibat dalam percakapan atau menjalin hubungan dengan komunikator. Selain itu, Mereka sering menggunakan bahasa atau istilah yang mungkin tidak dipahami oleh komunikator, sehingga tak jarang menimbulkan kesalahpahaman.

Oleh karenanya, pendekatan komunikasi terhadap mereka memerlukan cara yang berbeda, yaitu lebih empatik dan memahami kondisi psikologis mereka, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efektif. Salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam membina hubungan adalah komunikasi antarpribadi. DeVito dalam (Asmarani, 2021) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi memungkinkan interaksi yang lebih mendalam dan personal, sehingga dapat membangun kepercayaan dan kedekatan antara komunikator dan komunikan.

Sebagai contoh, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rivki et al., 2019) pendekatan komunikasi antarpribadi terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi belajar dan perilaku prososial pada anak jalanan di Kota Semarang. Melalui interaksi langsung dan personal, pendamping dapat memahami kebutuhan dan perasaan anak secara lebih detail, sehingga strategi pembinaan dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing individu.

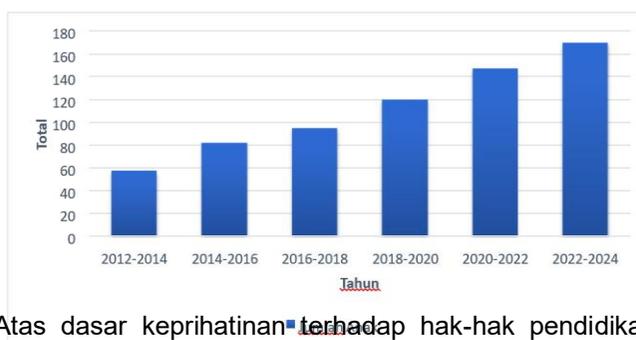
Karenanya, penting adanya kesadaran kolektif setiap individu dan komunitas dalam memperhatikan regenerasi masyarakat, khususnya terkait anak jalanan. Komunitas memiliki peran penting dalam menyediakan dukungan serta arahan yang positif bagi anak-anak ini, sehingga mereka dapat tumbuh menjadi individu yang lebih baik di masa mendatang.

Dengan adanya komunitas sosial yang memberikan bantuan dan edukasi kepada anak jalanan, pandangan negatif masyarakat terhadap mereka diharapkan bisa berangsur berubah. Oleh karenanya, komunitas dinilai berperan strategis dalam regenerasi sosial melalui perhatian dan interaksi dengan anak-anak jalanan. Komunitas ini tidak hanya membantu anak-anak jalanan dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan karakter dan masa depan mereka, serta meningkatkan regenerasi masyarakat yang lebih baik.

Salah satu komunitas di Kota Makassar yang berfokus pada anak jalanan adalah Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ), yang dibentuk karena kepedulian terhadap situasi anak-anak jalanan. Dengan misi kemanusiaan dan motto, "kami peduli karena itu kami berbagi", KPAJ memberikan pendampingan kepada anak-anak jalanan berusia 6-15 tahun. Komunitas ini menyediakan bimbingan yang mencakup tidak hanya di ranah Pendidikan saja, tetapi juga pembinaan akhlak serta pengembangan keterampilan mereka.

Komunitas Peduli Anak Jalanan berdiri pada tanggal 1 Maret 2012 dengan pengurus berjumlah sekitar 40 orang yang berprofesi sebagai mahasiswa dari berbagai latar perguruan tinggi yang berbeda, ASN, dosen, dan lain sebagainya. Berdasarkan riset awal yang telah dilakukan, Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) di Kota Makassar yang memiliki enam tempat belajar di istilahkan dengan Arbin (Area Binaan) meliputi arbin manggala, arbin adyaksa, arbin kerung-kerung, arbin btp, arbin telkomas, dan arbin unhas. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alam et al., 2024) jumlah anak jalanan yang dibina oleh KPAJ ialah sekitar 170 anak.

Gambar 1 1 Jumlah Anak Binaan KPAJ



Atas dasar keprihatinan terhadap hak-hak pendidikan anak jalanan yang sering terabaikan karena kondisi ekonomi keluarga yang rendah serta anak-anak terlantar, komunitas ini didirikan dan terus beroperasi hingga sekarang. Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) hadir untuk memberikan

akses pendidikan yang layak dan membantu anak-anak jalanan agar tumbuh menjadi individu yang lebih berpengetahuan. Tujuan utamanya adalah mencegah anak-anak jalanan terus hidup di jalan dan membantu mereka menjalani kehidupan seperti anak-anak pada umumnya.

Berdasarkan penelitian oleh (Handini et al., 2024) terhadap anak jalanan di area binaan BTP, terbukti bahwasannya bimbingan yang dilakukan oleh pengurus KPAJ membawa dampak positif bagi anak jalanan, dari yang sebelumnya anak tidak percaya diri dengan dirinya dan memiliki rasa takut akan masa depan suram, itu semua dibuat sirna setelah mengikuti program pendampingan dari KPAJ.

Adapun topik penelitian sebelumnya yang serupa oleh Rizal Deni Saputro dengan judul “Implementasi Komunikasi Antarpribadi pada Komunitas Harapan Semarang Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Anak Dampungan”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi antarpribadi Komunitas Harapan Semarang dalam meningkatkan motivasi belajar anak dampungan.

Selain itu, penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Saskinda dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Relawan Anak Sumatera Selatan Dalam Mengubah Perilaku Anak Jalanan di Benteng Kuto Besak Palembang”. Adapun tujuan dari penelitian tersebut ialah untuk mengetahui strategi komunikasi perilaku anak jalanan di Benteng Kuto Besak Palembang dalam mengubah perilaku anak jalanan di Benteng Kuto Besak Palembang.

Adapun Penelitian yang saat ini dilakukan oleh peneliti yaitu, “Strategi Komunikasi Antarpribadi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) Dalam Membentuk Perilaku Positif Anak Jalanan di Kota Makassar”. Alasan pengambilan topik tersebut ialah untuk mengetahui strategi komunikasi antarpribadi yang diterapkan oleh Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) beserta hambatan dan cara menyelesaikan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi tersebut ketika berupaya membentuk perilaku positif anak jalanan di Kota Makassar.

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini maka komunitas peduli anak jalanan lainnya dapat menjadikannya sebagai acuan untuk menyusun strategi komunikasi yang baik sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan anak jalanan dan tantangan yang mereka hadapi. Diharapkan dapat tercipta dialog yang konstruktif antara anak jalanan dan masyarakat, serta mendorong partisipasi aktif dari berbagai pihak dalam memberikan dukungan dan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh anak-anak tersebut. Hal ini penting agar anak jalanan tidak hanya dipandang sebagai masalah sosial, tetapi juga sebagai individu yang memiliki potensi dan hak untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang terbentuk, yaitu :

1. Bagaimana strategi komunikasi antarpribadi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam membentuk perilaku positif anak jalanan?
2. Apa hambatan yang dialami beserta penyelesaian yang dilakukan oleh anggota Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam membentuk perilaku positif anak jalanan di kota Makassar?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui strategi komunikasi antarpribadi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam membentuk perilaku positif anak jalanan di kota Makassar.
- b) Untuk mengetahui apa hambatan yang dialami beserta penyelesaian yang dilakukan oleh anggota Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam membentuk perilaku positif anak jalanan di kota Makassar?

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini yaitu:

- a) Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan keilmuan mengenai penyusunan strategi komunikasi yang baik.
- b) Manfaat Praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat serta menjadi acuan bagi Komunitas Peduli Anak Jalanan dalam menyusun strategi komunikasi yang baik.

1.4 Kerangka Konseptual

1) Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu melalui pemilihan pesan, media, dan pendekatan yang paling sesuai dengan audiens. Menurut (Effendy, n.d.) strategi komunikasi melibatkan tiga tahapan penting yakni, perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

- Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan pondasi utama dalam strategi komunikasi. Pada tahap ini, komunikator mulai dengan mengidentifikasi tujuan komunikasi yang ingin dicapai, seperti mendidik, mempengaruhi, atau memberikan informasi kepada audiens. Setelah tujuan ditetapkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis audiens untuk memahami karakteristik, latar belakang, dan kebutuhan mereka.

Informasi ini sangat penting agar pesan yang disusun dapat relevan dan menarik bagi audiens yang dituju.

- Implementasi

Setelah perencanaan yang matang, tahap implementasi adalah saat di mana pesan disampaikan kepada audiens. Pada tahap ini, komunikator melaksanakan pesan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Ini mencakup persiapan materi komunikasi, seperti presentasi, poster, atau konten digital, serta memastikan semua perangkat siap digunakan. Penting untuk menciptakan keterlibatan audiens, di mana interaksi aktif terjadi selama proses komunikasi, misalnya melalui sesi tanya jawab atau diskusi.

- Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah pesan disampaikan, bertujuan untuk menilai keberhasilan strategi komunikasi yang telah diterapkan. Pada tahap ini, komunikator melakukan pengukuran efektivitas dengan cara menilai sejauh mana tujuan komunikasi tercapai, menggunakan metode seperti survei atau wawancara untuk mengukur perubahan sikap, pemahaman, atau perilaku audiens setelah menerima pesan.

2) Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses interaksi yang terjadi antara individu, di mana pesan dikirim dan diterima secara langsung. Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan dua pihak atau lebih yang saling tergantung satu sama lain. Proses ini tidak hanya mencakup penyampaian informasi, tetapi juga memerlukan umpan balik yang efektif untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan baik (Abidin, 2020).

Sifat komunikasi antarpribadi dibagi menjadi dua kategori utama: verbal dan non-verbal. Komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan, sedangkan komunikasi non-verbal mencakup ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan intonasi suara. Kedua bentuk komunikasi ini saling melengkapi dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik dalam interaksi. Komunikasi antarpribadi juga ditandai dengan kedekatan fisik antara komunikator dan komunikan, yang penting untuk menciptakan suasana yang kondusif bagi pertukaran informasi. Hal ini menunjukkan bahwa jarak fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi.

3) Hambatan Strategi Komunikasi

DeVito dalam (Chandra, 2013) menjelaskan bahwa hambatan komunikasi merujuk pada segala faktor yang dapat mendistorsi pesan, serta apapun yang menghalangi penerima dalam memahami pesan

tersebut. Ada empat bentuk hambatan komunikasi yaitu hambatan fisik (*Physical Barriers*), hambatan fisiologis (*Physiological Barriers*), hambatan psikologis (*Psychological Barriers*), dan hambatan semantik (*Semantic Barriers*).

- Hambatan Fisik (*Physical Barriers*)

Hambatan fisik dalam strategi komunikasi merujuk pada segala faktor eksternal yang menghalangi atau mengganggu proses penyampaian pesan. Contoh hambatan fisik termasuk kebisingan, jarak fisik antara komunikator dan penerima, serta kondisi lingkungan yang tidak mendukung, seperti ruangan yang tidak nyaman atau minim pencahayaan. Misalnya, saat melakukan presentasi di tempat yang ramai, suara latar dapat mengalihkan perhatian audiens dan mengurangi efektivitas penyampaian pesan.

- Hambatan Semantik (*Semantic Barriers*)

Hambatan semantik terjadi ketika terdapat kesalahpahaman atau ketidakjelasan dalam arti pesan yang disampaikan. Ini bisa disebabkan oleh penggunaan bahasa atau istilah yang ambigu, jargon yang tidak dipahami oleh audiens, atau perbedaan budaya yang mempengaruhi interpretasi pesan.

- Hambatan Fisiologis (*Physiological Barriers*)

Hambatan fisiologis berkaitan dengan kondisi fisik dan mental individu yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menerima dan memahami pesan. Faktor-faktor seperti kelelahan, *stress*, atau masalah kesehatan dapat mengganggu proses komunikasi, membuat individu kurang fokus atau sulit mencerna informasi.

4) Anak Jalanan

Anak jalanan adalah mereka yang bekerja di jalan tetapi tetap memiliki hubungan dengan keluarga mereka. Ada dua kelompok dalam kategori ini: pertama, anak-anak yang masih tinggal bersama orangtua dan pulang setiap hari; kedua, anak-anak yang tinggal di jalanan dan melakukan pekerjaan di sana, namun tetap berhubungan dengan keluarga mereka dengan pulang secara berkala atau tidak teratur. Menurut Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia dalam (Caron & Markusen, 2016) anak jalanan dibedakan menjadi 4 kelompok, yaitu :

- Anak-anak yang sudah kehilangan hubungan dengan orang tuanya. hidup sepenuhnya di jalanan selama 24 jam sehari, memanfaatkan segala fasilitas di jalan sebagai tempat tinggal. Hubungan mereka dengan keluarga telah sepenuhnya terputus.
- Anak-anak yang berhubungan dengan orang tua mereka secara tidak teratur dikenal. Mereka bekerja di jalanan dan sering dianggap sebagai pekerja migran kota yang jarang pulang ke rumah orang tua di desa. Umumnya, mereka bekerja dari pagi hingga sore melakukan pekerjaan seperti menyemir sepatu, berjualan, mengamen, menjadi tukang ojek payung, atau bekerja sebagai kuli. Mereka tinggal di daerah kumuh bersama saudara atau teman-teman yang memiliki nasib serupa.

- Anak-anak yang berhubungan teratur dengan orang tuanya. Mereka tinggal dengan orang tuanya, beberapa jam dijalanan sebelum atau sesudah sekolah. Motivasi mereka ke jalan karena terbawa teman, belajar mandiri, membantu orang tua dan disuruh orang tua. Aktivitas usaha mereka yang paling menyolok adalah berjualan Koran.
- Anak-anak jalanan yang berusia di atas 16 tahun. Mereka berada di jalanan untuk mencari kerja, atau masih labil suatu pekerjaan. Umumnya mereka telah lulus SD bahkan ada yang SLTP.

Bagan 1 1 Kerangka Konseptual Penelitian



1.5 Definisi Operasional

Untuk menyamakan persepsi terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis memberi batasan pengertian sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah serangkaian perencanaan, metode, dan teknik komunikasi yang digunakan oleh komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan, dan memengaruhi perilaku anak jalanan agar berkembang ke arah yang positif. Strategi ini mencakup pemilihan media komunikasi, pola interaksi antarpribadi, pendekatan persuasif, dan aktivitas berbasis komunitas yang

dirancang untuk menciptakan perubahan perilaku sesuai dengan tujuan komunitas.

b. Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ)

KPAJ (Komunitas Peduli Anak Jalanan) merupakan sebuah kelompok atau organisasi di kota Makassar yang berfokus pada pendampingan dan pembinaan anak-anak jalanan, dengan tujuan membentuk perilaku positif melalui interaksi dan komunikasi yang efektif anak-anak jalanan di kota Makassar.

c. Perilaku Positif

Perilaku positif adalah serangkaian tindakan, sikap, dan pola pikir anak jalanan yang menunjukkan perkembangan moral, sosial, dan emosional sesuai dengan norma dan nilai masyarakat. Perilaku ini mencakup:

- 1) **Kepatuhan terhadap norma sosial.** Anak mampu berperilaku sesuai dengan nilai-nilai masyarakat, seperti tidak melakukan tindakan kriminal, menghormati orang lain, dan menjaga kebersihan lingkungan.
- 2) **Komunikasi yang baik.** Anak mampu berinteraksi dengan cara yang sopan, terbuka, dan jujur kepada orang lain, baik di dalam komunitas maupun di luar komunitas.
- 3) **Peningkatan motivasi belajar.** Anak menunjukkan minat dan semangat untuk belajar atau mengembangkan keterampilan yang relevan untuk masa depan mereka.
- 4) **Kedisiplinan dan tanggung jawab.** Anak mampu mengatur waktu, mengikuti aturan komunitas, serta bertanggung jawab atas tugas atau pekerjaan yang diberikan.
- 5) **Pengendalian diri.** Anak mampu mengelola emosi, menghindari perilaku agresif, serta menunjukkan sikap sabar dan toleransi dalam menghadapi situasi tertentu.

d. Anak Jalanan

Anak jalanan dalam penelitian ini merujuk pada anak-anak berusia 5–18 tahun yang menghabiskan sebagian besar waktunya di jalanan atau tempat umum lainnya untuk bekerja, mengemis, atau bermain, baik dengan pengawasan orang tua maupun tidak, dan memiliki keterbatasan akses terhadap lingkungan keluarga, pendidikan formal, dan layanan sosial. Anak-anak ini menjadi fokus perhatian dari Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam upaya pembentukan perilaku positif.

1.6 Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama 3 bulan terhitung pada bulan November 2024-Januari 2025. Adapun lokasi yang dipilih adalah Rumah Binaan Area Manggala, Adyaksa dan Unhas.

2. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu mengkaji objek yang mengungkapkan

fenomena-fenomena yang ada secara kontekstual melalui pengumpulan data yang diperoleh.

Pengumpulan data dipandu oleh fakta-fakta dan diselaraskan dengan teori teori yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Kemudian data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, meliputi deskripsi yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam (*interview*), serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan. Penelitian ini akan menjelaskan mengenai strategi komunikasi antarpribadi Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam membentuk perilaku positif anak jalanan di kota Makassar.

3. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan dengan menentukan orang yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dan berkaitan dengan topik yang akan penulis teliti. Subjek penelitian berperan sebagai informan yang menyediakan berbagai data dan informasi yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

Informan merujuk pada individu yang memiliki pemahaman mendalam mengenai suatu persoalan atau isu tertentu, sehingga dapat memberikan informasi yang jelas, akurat, serta dapat dipercaya. Informasi yang diberikan dapat berupa pernyataan, keterangan, atau data yang mendukung dalam memahami permasalahan yang sedang dikaji.

Bagong Suyanto dalam (Comission, 2016), terdapat beberapa kategori informan dalam penelitian, yaitu:

1. Informan Kunci (*Key Informant*)

Individu atau kelompok yang memiliki wawasan luas serta informasi fundamental terkait dengan konflik atau permasalahan yang diteliti. Informan kunci tidak hanya memahami kondisi umum suatu fenomena, tetapi juga memiliki akses terhadap informasi yang lebih mendalam, termasuk mengenai informan utama.

2. Informan Utama

Individu atau kelompok yang menjadi sumber utama dalam pengumpulan data dan terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Mereka memiliki pengetahuan teknis dan rinci terkait isu penelitian serta berperan sebagai aktor sentral dalam penelitian kualitatif.

3. Informan Pendukung

Individu atau kelompok yang memberikan informasi sekunder atau tambahan guna memperkaya analisis serta memperjelas temuan penelitian. Informasi yang mereka berikan dapat melengkapi atau bahkan mengisi kesenjangan data yang tidak diperoleh dari informan utama maupun informan kunci.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga kriteria informan penelitian yaitu informan kunci, informan utama dan informan tambahan sebagai berikut.

- a. Informan Kunci (*Key Informant*) ialah Ketua Umum Komunitas Peduli Anak Jalanan (KP AJ).
- b. Informan utama ialah Pengurus aktif dengan masa jabatan minimal 1 tahun.
- c. Informan tambahan ialah Anak Binaan Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dengan rentang usia 9-15 tahun.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- Observasi
Observasi merupakan sebuah pengamatan mengenai suatu objek secara langsung di tempat penelitian berada. Pada observasi yang nantinya dilakukan, penulis akan mengamati langsung strategi komunikasi antarpribadi yang diterapkan di Komunitas Peduli Anak Jalanan (KPAJ) yang bertempat di Area Binaan Manggala.
- Wawancara Informan
Wawancara akan dilaksanakan secara mendalam (*in-depth interview*) untuk mengetahui dan memahami situasi yang terjadi. Sebelum melakukan wawancara, penulis membuat pedoman wawancara terlebih dahulu agar informan lebih leluasa dan tidak terpaku oleh urutan pertanyaan yang disediakan.
- Studi Pustaka
Studi Pustaka merupakan suatu kegiatan mencari, mengumpulkan data dan informasi melalui berbagai sumber literatur seperti situs web, majalah, serta jurnal yang sesuai dengan objek penelitian, dan juga dokumentasi yang berguna sebagai data pendukung.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman yaitu analisis data dilakukan secara terus-menerus hingga tuntas dan bersifat interaktif (Sugiono, 2023). Teknik analisis data ini melalui 4 tahapan yaitu:

a. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan berdasarkan hasil observasi, studi pustaka, serta wawancara mendalam yang telah dilakukan sesuai dengan informasi yang ingin diketahui lebih lanjut dalam penelitian.

b. Reduksi Data

Data yang telah dikumpulkan dengan jumlah yang cukup banyak, kemudian diseleksi, digolongkan, dan hanya mengambil data-data yang pokok, serta membuang yang tidak diperlukan.

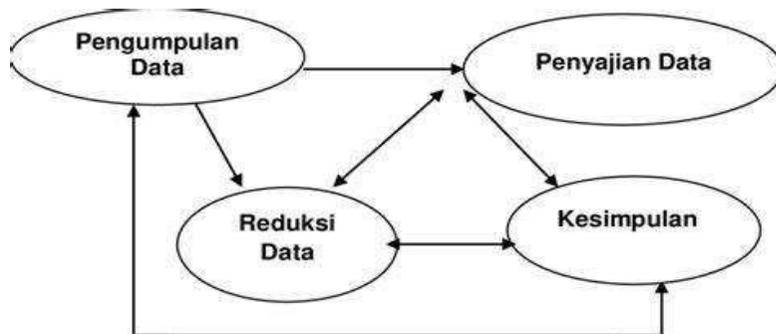
c. Penyajian Data

Data yang telah direduksi lalu disajikan atau didisplaykan dalam bentuk teks naratif, ataupun bentuk tabel, grafik, atau sejenisnya agar terorganisir dan lebih mudah dipahami.

d. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Pada tahap ini, akan ditarik kesimpulan berdasarkan tahap tahap yang telah dilakukan sebelumnya untuk memahami tafsiran secara keseluruhan dan memberikan jawaban atas rumusan masalah yang diteliti. Kesimpulan dapat berupa temuan baru yang belum pernah ada.

Bagan 1 2 Teknik Analisis Data Model Miles & Huberman



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

Kata "strategi" berasal dari kata Yunani *strategos*. Menurut Glueck dan Jauch, strategi merupakan sebuah rencana terpadu, menyeluruh, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan yang ada di lingkungan. Strategi ini dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang efektif oleh organisasi

Strategi adalah proses perencanaan yang dilakukan oleh pemimpin tingkat atas untuk menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan langkah-langkah atau upaya yang dirancang agar tujuan tersebut tercapai. Secara sederhana, strategi mencakup rencana jangka panjang yang diikuti oleh tindakan untuk mewujudkan tujuan yang telah ditentukan (Yatminiwati, 2019).

Fred R. David dalam (Saskinda, 2018) strategi tidak hanya melibatkan perumusan konsep dan implementasi, tetapi juga evaluasi untuk menilai apakah strategi tersebut berhasil. Dalam teori manajemen strategik David, strategi terdiri dari tiga tahap utama:

1. Perumusan Strategi

Tahap awal ini melibatkan analisis mendalam terhadap peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Perumusan ini bertujuan untuk menentukan sasaran yang relevan dan menyusun informasi dasar yang dibutuhkan organisasi. Perencanaan yang matang, didukung kepemimpinan dan manajemen yang baik, dapat menghasilkan strategi yang efektif ketika diterapkan.

2. Implementasi Strategi

Setelah perumusan, strategi dilaksanakan dalam bentuk tindakan nyata. Pada tahap ini, komitmen dan kerja sama seluruh unit serta anggota organisasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan.

3. Evaluasi Strategi

Tahap akhir ini berfungsi untuk menilai pencapaian strategi yang telah diterapkan. Evaluasi digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan dan sebagai dasar untuk menetapkan tujuan serta perbaikan pada langkah berikutnya.

Fred R. David mengidentifikasi tiga langkah utama dalam evaluasi strategi:

1. Meninjau Faktor Internal dan Eksternal

Evaluasi dimulai dengan menilai faktor internal dan eksternal yang mendasari strategi. Ketidaksihesuaian, seperti tindakan strategi yang kurang efektif, dapat menghambat pencapaian tujuan. Tinjauan ini mencakup analisis

pengaruh faktor internal, misalnya seberapa baik komunikasi dalam organisasi dalam menciptakan kenyamanan bagi anggotanya. Faktor eksternal dapat berupa pengaruh lingkungan atau keluarga anak jalanan yang memengaruhi keberhasilan strategi.

2. Mengukur Prestasi

Tahap ini membandingkan hasil aktual dengan yang direncanakan untuk mengidentifikasi ketidaksesuaian. Proses ini membantu mengevaluasi kemajuan menuju tujuan yang telah ditetapkan dan menilai apakah strategi yang dijalankan realistis atau hanya sebatas harapan. Prestasi diukur untuk menentukan apakah tujuan dapat dicapai sesuai kemampuan organisasi.

3. Mengambil Tindakan Korektif

Jika hasil tidak sesuai dengan harapan, tindakan korektif diperlukan untuk memastikan pencapaian tujuan. Tindakan ini bukan berarti mengubah strategi sepenuhnya, tetapi lebih kepada penyesuaian, pembetulan, atau pengecekan ulang strategi yang telah diterapkan. Namun, jika strategi berjalan baik, tindakan korektif tidak diperlukan.

2.2 Konsep Komunikasi

1) Pengertian Komunikasi

Wilbur Schramm dalam (Meoerdijati, 2012) mengatakan bahwa komunikasi berasal dari kata Latin *communis*, yang berarti "common" atau "sama". Dengan demikian, komunikasi adalah upaya untuk mencapai kesamaan pemahaman dengan orang lain. Sebagai bagian dari ilmu sosial, komunikasi berkaitan erat dengan perilaku manusia. Dalam kehidupan, manusia membutuhkan komunikasi untuk menyampaikan keinginan atau pesan kepada orang lain. Sebagai individu sekaligus makhluk sosial, manusia memiliki dorongan untuk belajar, berkembang, dan maju, yang semuanya didukung oleh komunikasi.

Komunikasi menjadi kebutuhan mendasar dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, seseorang dapat berbagi informasi dengan cara tertentu, baik melalui kontak langsung maupun dengan bantuan alat komunikasi. Secara istilah komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, pikiran, atau perasaan dari satu pihak kepada pihak lain melalui suatu medium atau saluran tertentu, dengan tujuan menciptakan pemahaman bersama. Komunikasi melibatkan elemen-elemen seperti pengirim, pesan, penerima, saluran, umpan balik, dan konteks yang memengaruhi makna pesan tersebut.

2) Unsur Komunikasi

(Cangara, 2017) dalam buku *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, disebutkan bahwa proses komunikasi terjadi karena adanya sejumlah elemen atau komponen penting yang mendukung, yaitu:

- Sumber

Sumber merupakan pihak yang bertugas mengirimkan pesan kepada penerima. Sumber ini sering disebut sebagai komunikator, pengirim, atau *encoder*, yang dalam istilah bahasa Inggris dikenal dengan *source*, *sender*, atau *encoder*.

- Pesan

Pesan adalah informasi atau pernyataan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini dapat berbentuk verbal, seperti kata-kata tertulis atau lisan, maupun nonverbal, seperti isyarat atau simbol yang dapat dipahami oleh penerima. Dalam bahasa Inggris, istilah ini sering disebut *message*, *content*, atau *information*.

- Media

Media adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke penerima. Media ini bisa berupa media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet. Selain itu, media juga dapat mencakup saluran komunikasi alternatif, misalnya kelompok sosial seperti arisan, pengajian, atau organisasi masyarakat. Media lain seperti poster, brosur, leaflet, atau buku juga termasuk alat yang membantu dalam penyampaian pesan.

- Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi target pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima sering disebut dengan berbagai istilah, seperti khalayak, sasaran, target, atau komunikan. Dalam istilah bahasa Inggris, penerima dikenal dengan istilah *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

- Pengaruh atau efek

Pengaruh mengacu pada perubahan atau dampak yang dirasakan oleh penerima setelah menerima pesan dibandingkan dengan sebelum menerimanya. Pengaruh ini dapat terjadi pada tingkat pengetahuan, sikap, maupun perilaku penerima. Oleh karena itu, efek juga dapat diartikan sebagai transformasi, penguatan, atau konfirmasi keyakinan terhadap sesuatu yang telah diketahui sebelumnya.

3) Hambatan Komunikasi

DeVito dalam (Chandra, 2013) menjelaskan bahwa hambatan komunikasi merujuk pada segala faktor yang dapat mendistorsi pesan, serta apapun yang menghalangi penerima dalam memahami pesan tersebut. Adapun hambatan komunikasi yaitu hambatan fisik (*Physical Barriers*), hambatan fisiologis (*Physiological Barriers*), dan hambatan semantik (*Semantic Barriers*).

- Hambatan Fisik (*Physical Barriers*)
Hambatan fisik dalam strategi komunikasi merujuk pada segala faktor eksternal yang menghalangi atau mengganggu proses penyampaian pesan. Contoh hambatan fisik termasuk kebisingan, jarak fisik antara komunikator dan penerima, serta kondisi lingkungan yang tidak mendukung, seperti ruangan yang tidak nyaman atau minim pencahayaan. Misalnya, saat melakukan presentasi di tempat yang ramai, suara latar dapat mengalihkan perhatian audiens dan mengurangi efektivitas penyampaian pesan.
- Hambatan Semantik (*Semantic Barriers*)
Hambatan semantik terjadi ketika terdapat kesalahpahaman atau ketidakjelasan dalam arti pesan yang disampaikan. Ini bisa disebabkan oleh penggunaan bahasa atau istilah yang ambigu, jargon yang tidak dipahami oleh audiens, atau perbedaan budaya yang mempengaruhi interpretasi pesan.
- Hambatan Fisiologis (*Physiological Barriers*)
Hambatan fisiologis berkaitan dengan kondisi fisik dan mental individu yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menerima dan memahami pesan. Faktor-faktor seperti kelelahan, *stress*, atau masalah kesehatan dapat mengganggu proses komunikasi, membuat individu kurang fokus atau sulit mencerna informasi.

4) Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara umum fungsi komunikasi bertujuan untuk:

- Memberikan informasi
- Menghibur
- Mendidik
- Membentuk opini publik

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam (Onong Uchjana Effendy, 2009) tujuan dari komunikasi dapat dibagi menjadi tiga hal utama, yaitu:

1) Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*)

Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang. Setelah informasi atau pesan disampaikan, langkah berikutnya adalah melihat apakah pesan tersebut dapat mempengaruhi penerima. Dengan demikian, komunikasi diharapkan dapat mengubah sikap seseorang agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

2) Mengubah Opini, Pendapat, atau Pandangan (*To Change The Opinion*)

Tujuan komunikasi juga dapat berupa perubahan opini atau pandangan seseorang sesuai dengan harapan komunikator. Konsep dasar komunikasi yang berasal dari kata *common*, yang berarti "sama", mencerminkan tujuan komunikasi untuk mencapai kesamaan pandangan atau opini antara pihak yang terlibat dalam komunikasi.

3) Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*)

Setelah menerima informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar penerima informasi tersebut berperilaku sesuai dengan stimulus atau arahan yang diberikan. Dengan kata lain, perilaku seseorang diharapkan dapat berubah agar sesuai dengan tujuan atau harapan pemberi informasi.

Bentuk Komunikasi

Dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Deddy Mulyana) menjelaskan berbagai bentuk komunikasi yang penting untuk dipahami, antara lain:

- Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)
Komunikasi intrapribadi merujuk pada komunikasi dengan diri sendiri, yang terjadi baik secara sadar maupun tidak. Salah satu contoh komunikasi intrapribadi adalah berpikir. Jenis komunikasi ini merupakan dasar dari komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam berbagai konteks lainnya, meskipun dalam kajian komunikasi, hal ini jarang dibahas secara mendalam. Pada dasarnya, sebelum kita berkomunikasi dengan orang lain, kita terlebih dahulu berkomunikasi dengan diri sendiri untuk mempersepsikan dan memastikan makna dari pesan yang diterima.
- Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)
Komunikasi antarpribadi terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung, yang memungkinkan para peserta untuk merasakan reaksi satu sama lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai bentuk komunikasi yang paling lengkap dan kompleks, komunikasi antarpribadi tetap relevan sepanjang hidup manusia, karena berhubungan dengan emosi dan interaksi sosial yang terus ada.
- Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
Komunikasi kelompok terjadi di dalam sebuah kelompok yang memiliki tujuan bersama. Kelompok ini berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama, saling mengenal, dan merasa terikat sebagai bagian dari kelompok tersebut. Contoh kelompok

seperti ini meliputi keluarga, teman-teman dekat, kelompok diskusi, atau komite yang sedang berusaha mencapai keputusan bersama. Komunikasi dalam kelompok ini lebih kecil dan lebih fokus pada interaksi langsung antar anggotanya.

- **Komunikasi Publik (*Public Communication*)**
Komunikasi publik adalah bentuk komunikasi yang melibatkan seorang pembicara yang menyampaikan pesan kepada audiens yang besar, yang tidak dapat dikenali secara pribadi. Bentuk komunikasi ini sering dikenal sebagai pidato atau ceramah. Berbeda dengan komunikasi antarpribadi atau kelompok, komunikasi publik lebih formal dan memerlukan persiapan pesan yang matang serta keterampilan berbicara di depan banyak orang. Biasanya, tujuan dari komunikasi publik adalah untuk memberi informasi, menghibur, menghormati, atau membujuk.
- **Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)**
Komunikasi organisasi mencakup segala bentuk komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, baik yang bersifat formal maupun informal. Komunikasi ini terjadi dalam jaringan yang lebih luas daripada komunikasi kelompok dan sering melibatkan berbagai bentuk komunikasi, seperti komunikasi diadik (dua pihak), antarpribadi, dan terkadang komunikasi publik. Komunikasi formal di dalam organisasi mengikuti struktur organisasi dan dapat berupa komunikasi ke bawah (dari atasan ke bawahan), ke atas (dari bawahan ke atasan), serta komunikasi horizontal (antar rekan sejawat). Sedangkan komunikasi informal tidak terikat oleh struktur organisasi, seperti percakapan antar kolega.
- **Komunikasi Massa (*Mass Communication*)**
Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (seperti surat kabar atau majalah) maupun elektronik (seperti radio atau televisi). Pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa ditujukan kepada audiens yang besar, tersebar di banyak tempat, dan biasanya bersifat anonim serta heterogen.

2.3 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi.

Menurut Devito dalam (Suci, 2022), komunikasi interpersonal yang efektif ditandai oleh lima karakteristik, salah satunya adalah keterbukaan (*openness*). Keterbukaan ini merupakan elemen penting yang memungkinkan terciptanya hubungan yang saling percaya dan saling memahami antara individu yang

berinteraksi. Dalam komunikasi antarpribadi, keterbukaan mencakup beberapa aspek utama sebagai berikut:

1. Keterbukaan

a) Berbagi Informasi Secara Wajar

Komunikator yang efektif memiliki kesediaan untuk berbagi informasi, termasuk informasi yang biasanya dirahasiakan, sepanjang pengungkapan tersebut masih relevan dan wajar. Pengungkapan diri ini dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dan memperkuat kepercayaan antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Namun, keterbukaan ini harus tetap mempertimbangkan norma-norma sosial dan batasan privasi.

b) Kejujuran dalam Interaksi

Keterbukaan juga berarti berinteraksi secara jujur dan transparan terhadap berbagai stimulus yang diterima. Komunikator yang jujur cenderung menciptakan hubungan yang lebih sehat karena tidak ada manipulasi atau ketidakjelasan dalam pesan yang disampaikan. Kejujuran ini membantu kedua belah pihak memahami konteks percakapan dengan lebih baik.

c) Pengakuan dan Tanggung Jawab terhadap Pikiran dan Perasaan

Dalam keterbukaan, individu diharapkan mengakui bahwa pikiran dan perasaan yang disampaikan adalah sepenuhnya milik mereka. Selain itu, mereka juga harus bertanggung jawab atas setiap pernyataan yang diutarakan. Sikap ini mencerminkan integritas pribadi dan menunjukkan penghormatan terhadap orang lain yang terlibat dalam komunikasi.

2. Empati

Empati merupakan kemampuan memahami dan merasakan pengalaman orang lain dari sudut pandang mereka. Berempati berarti menyelami perasaan dan motivasi orang lain seolah mengalaminya sendiri. Untuk mencapai empati, langkah pertama adalah menghindari penilaian atau kritik, yang dapat menghalangi pemahaman. Langkah kedua, mengenal lebih dalam keinginan, ketakutan, dan pengalaman orang lain. Terakhir, mencoba merasakan situasi dari sudut pandang mereka. Empati memungkinkan hubungan interpersonal yang lebih kuat dan komunikasi yang efektif.

3. Dukungan

Dukungan adalah sikap yang menunjukkan rasa mendukung terhadap suatu hal, yang dapat dilihat melalui tiga aspek utama. Pertama, komunikasi deskriptif lebih efektif daripada komunikasi evaluatif dalam mengurangi sikap defensif, meskipun evaluasi positif cenderung diterima dengan baik. Kedua, spontanitas dalam komunikasi menciptakan suasana yang mendukung, di mana individu yang terbuka dan jujur cenderung mendapatkan respons serupa, sementara kesan adanya maksud tersembunyi dapat memicu reaksi

defensif. Ketiga, provisionalisme, yaitu sikap tentatif dan berpikiran terbuka, memungkinkan seseorang untuk menerima pandangan berbeda dan mendengarkan opini yang berlawanan dengan sikap yang positif.

4. Sikap Positif

Komunikasi antarpribadi yang efektif terbentuk ketika individu memiliki sikap positif terhadap diri sendiri dan situasi komunikasi. Sikap positif ini mencakup dua aspek utama, yakni pandangan positif terhadap diri sendiri, dan perasaan positif terhadap situasi komunikasi, yang menjadi kunci dalam analisis transaksional serta interaksi manusia secara umum. Selain itu, perilaku yang mendorong, seperti menghargai keberadaan dan peran orang lain, juga memperkuat komunikasi antarpribadi. Sikap ini berlawanan dengan ketidakpedulian dan membantu menciptakan hubungan yang lebih baik.

5. Kesetaraan

Kesetaraan adalah sikap yang menempatkan semua pihak pada posisi yang setara dalam komunikasi interpersonal, sehingga menciptakan suasana yang saling menghormati. Kesetaraan menjadi kunci dalam komunikasi interpersonal yang efektif, di mana masing-masing pihak saling mengakui nilai dan kontribusi satu sama lain. Hal ini tidak berarti harus menerima atau menyetujui semua perilaku verbal maupun nonverbal, tetapi lebih pada penghargaan terhadap lawan bicara. Kesetaraan juga mencakup pemberian penghargaan positif tanpa syarat, menciptakan suasana yang saling menghormati dan mendukung dalam komunikasi.

Dalam proses pembentukan kepribadian, salah satu cara seseorang akan mencari tahu tentang dirinya adalah dengan berkomunikasi. Dengan berkomunikasi dia tidak hanya mengetahui dirinya juga dapat mengembangkan hubungan dengan orang lain. Salah satu caranya melalui komunikasi interpersonal, karena komunikasi tersebut dapat lebih efektif ketika seseorang melakukan diskusi lebih intens atau dalam. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu teori dalam komunikasi interpersonal sebagai berikut.

1. Teori Penetrasi Sosial

Teori Penetrasi Sosial (*Social Penetration Theory*) yang dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor menggambarkan proses dinamis dalam pengembangan hubungan antar individu. Penetrasi sosial merujuk pada pergerakan komunikasi dari yang dangkal dan tidak intim menuju komunikasi yang lebih mendalam dan personal, mencakup dimensi keintiman intelektual, emosional, dan aktivitas bersama.

Keintiman tercermin dalam perilaku verbal, nonverbal, dan lingkungan yang saling memperkuat ikatan antara individu. Dengan demikian, hubungan yang semakin berkembang memperlihatkan semakin terbukanya individu dalam berbagai aspek kehidupan mereka, baik pemikiran, perasaan, maupun pengalaman (Aurel, 2022).

Untuk menggambarkan kompleksitas hubungan interpersonal, Altman dan Taylor menggunakan analogi lapisan bawang, di mana setiap individu memiliki lapisan-lapisan kepribadian yang saling melapisi (Bahfiarti, 2012). Proses penetrasi

sosial yang dimaksud ialah bagaimana mengungkap lapisan-lapisan ini dari yang paling dangkal hingga yang paling dalam, memungkinkan individu saling mengenal lebih jauh.

West & Turner dalam (Suci, 2022) mengilustrasikan tingkatan dalam interaksi sosial yang berkembang seiring berjalannya waktu, yang terbagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

- **Orientasi**
Lapisan pertama yang dapat dilihat langsung oleh orang lain adalah lapisan orientasi. Biasanya, informasi tentang individu pada tahap ini diperoleh melalui riwayat pendidikan dan pekerjaan yang dimiliki. Pada tahap ini, individu cenderung lebih berhati-hati dalam berbicara dan bertindak untuk menghindari konflik atau kesalahpahaman dengan lawan bicara. Interaksi dalam tahapan ini umumnya bersifat lebih formal dan terkontrol, mengutamakan kesopanan dan kehati-hatian dalam setiap komunikasi
- **Pertukaran Penjajakan Afektif**
Tahap selanjutnya adalah pertukaran penjajakan afektif, yang dimulai dengan adanya keterbukaan dari salah satu individu, yang mendorong orang lain untuk membuka diri pula. Pada tahap ini, individu mulai menunjukkan minat yang lebih mendalam terhadap topik tertentu, sehingga memperluas ruang pribadi mereka untuk saling berbagi informasi. Aspek-aspek kepribadian mulai muncul, termasuk preferensi pribadi, nilai-nilai, dan pandangan hidup, yang menandai pergeseran dari komunikasi yang lebih umum menjadi interaksi yang lebih personal.
- **Pertukaran Afektif**
Pada lapisan ini, individu mulai membahas topik-topik yang lebih pribadi, seperti pandangan hidup dan pengalaman emosional mereka. Pertukaran afektif terjadi ketika waktu yang dihabiskan bersama pasangan atau teman semakin meningkat, yang memperkuat hubungan menjadi lebih intim dan saling memahami. Interaksi di tahap ini lebih santai dan tanpa beban, menciptakan ikatan yang lebih kuat di antara pihak-pihak yang terlibat.
- **Pertukaran Stabil**
Tahap terakhir dalam proses penetrasi sosial adalah pertukaran stabil, di mana topik yang dibahas semakin mendalam dan kompleks. Individu mulai berbagi fantasi terdalam, ketakutan, serta aspek-aspek

pribadi yang sebelumnya belum diketahui. Pembicaraan tentang konsep diri dan perasaan yang lebih intim menjadi bagian dari hubungan yang terus berkembang. Pada tahap ini, interpretasi komunikasi antar individu relatif lebih akurat, dan apabila terjadi kebingungannya, keduanya akan berusaha untuk mengklarifikasi dan menyelesaikan masalah tersebut secara langsung. Dengan demikian, tahap ini menandai kedalaman keintiman dan stabilitas dalam hubungan yang terbentuk.

2. Teori Behavioristik

Behavioristik adalah perspektif teoretis yang dikembangkan oleh Pavlov dan Skinner, yang berpendapat bahwa fokus utama psikologi adalah perilaku, tanpa melibatkan aspek kesadaran atau spiritualitas. Teori ini muncul sebagai respons terhadap pendekatan introspektif, dengan menitikberatkan pada perilaku yang dapat diamati, diukur, dijelaskan, dan diprediksi (Hilmi et al., 2018).

Dikenal juga sebagai teori belajar, behavioristik menegaskan bahwa hampir seluruh perilaku manusia, kecuali yang bersifat naluriah, adalah hasil dari proses belajar yang dipengaruhi oleh lingkungan. Inti dari konsep behavioristik adalah perhatian pada perilaku yang dapat diamati dan faktor eksternal yang merangsang perilaku tersebut, dengan menekankan pentingnya pengendalian perilaku. Adapun konsep utama dari teori behavioristik (Yunia, 2020), ialah sebagai berikut.

- *Operant Conditioning*

Operant conditioning adalah metode pembelajaran yang menekankan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh konsekuensi yang menyertainya. Skinner berpendapat bahwa perilaku tidak hanya terjadi secara otomatis seperti pada *classical conditioning* yang diperkenalkan oleh Pavlov, tetapi juga dapat berubah berdasarkan dampak yang ditimbulkan setelah perilaku itu dilakukan. Intinya, perilaku yang membawa hasil positif cenderung diulang, sementara perilaku yang mendatangkan konsekuensi negatif biasanya dihindari. Dalam hal ini, lingkungan berperan besar dalam membentuk perilaku dengan menyediakan konsekuensi yang sesuai.

- Hukuman (*Punishment*)

Punishment adalah konsekuensi yang dirancang untuk mengurangi atau menghentikan perilaku yang dianggap tidak diinginkan. Terdapat dua bentuk punishment, *Positive punishment* melibatkan penambahan stimulus yang tidak menyenangkan guna menekan perilaku negatif, sedangkan *Negative punishment* dilakukan dengan menghilangkan stimulus yang menyenangkan untuk tujuan yang sama, yaitu mengurangi terjadinya perilaku negatif.

- Penguatan Berkala (*Schedule of Reinforcement*)

Jadwal penguatan merujuk pada pola atau frekuensi pemberian penguatan yang bertujuan untuk memperkuat perilaku tertentu agar lebih konsisten dilakukan. Ada dua pendekatan utama dalam jadwal penguatan, yakni penguatan kontinu (*continuous reinforcement*), di

mana penguatan diberikan setiap kali perilaku yang diinginkan terjadi dan penguatan parsial (*partial reinforcement*), yakni penguatan diberikan secara berkala atau pada interval tertentu.

- Pengendalian Stimulus (*Stimulus Control*)

Pengendalian stimulus terjadi ketika perilaku seseorang dipengaruhi oleh elemen tertentu yang ada dalam lingkungannya. Elemen ini berperan sebagai penanda atau petunjuk yang menunjukkan kapan perilaku tertentu kemungkinan besar akan mendapatkan penguatan. Stimulus dapat berupa tanda verbal, visual, atau aspek lingkungan lain yang membantu membentuk perilaku. Dengan adanya stimulus tersebut, individu lebih mudah mengenali kondisi yang mendorong perilaku yang sesuai, sehingga perilaku dapat dilakukan secara lebih terarah dan konsisten.

2.4 Komunitas

Komunitas adalah kelompok sosial yang terdiri dari sejumlah individu atau organisme yang berbagi lingkungan yang sama. Secara umum, komunitas ini dapat dibentuk oleh kelompok yang memiliki ketertarikan, kebutuhan, dan habitat yang serupa. Dalam konteks manusia, anggota komunitas memiliki sejumlah kesamaan, seperti tujuan, kepercayaan, sumber daya, dan kondisi lainnya yang saling terkait.

Konsep komunitas berasal dari bahasa asing *communitas*, yang berarti "kesamaan", yang berakar dari kata *communis*, yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak orang." Konsep ini menggambarkan bagaimana individu dalam suatu komunitas memiliki kesamaan dalam banyak aspek kehidupan mereka, baik itu dalam bentuk kepercayaan, tujuan, atau situasi yang mereka hadapi bersama.

Menurut Mac Iver dalam (Fitriana, 2014), ada tiga unsur utama yang membentuk sentiment atau rasa komunitas di dalam suatu kelompok, yang berfungsi untuk memperkuat hubungan dan keberlanjutan komunitas tersebut:

- Seperasaan

Unsur seperasaan muncul ketika anggota dalam komunitas memiliki perasaan yang sama, yang timbul akibat adanya kesamaan tujuan, kepentingan, atau pengalaman. Rasa kesatuan ini memperkuat ikatan sosial antar anggota, di mana setiap individu mengidentifikasi dirinya dengan kelompoknya. Kesamaan ini bisa berupa kesadaran terhadap masalah yang dihadapi bersama atau kesamaan dalam pandangan dan aspirasi, yang menjadikan mereka merasa terhubung satu sama lain.

- **Sepenanggungan**

Unsur sepenanggungan adalah perasaan saling memiliki dan saling bertanggung jawab antara satu anggota dengan anggota lainnya dalam komunitas. Hal ini mencakup kesadaran terhadap peran masing-masing dalam mendukung kelompok, serta tanggung jawab bersama untuk menjaga kelangsungan komunitas. Sepenanggungan ini menunjukkan pentingnya solidaritas dalam komunitas, di mana setiap individu memahami bahwa mereka tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait dengan anggota lainnya.

- **Saling Memerlukan**

Unsur saling memerlukan menggambarkan ketergantungan yang timbul antara anggota komunitas, baik dalam hal fisik maupun psikis. Ketergantungan ini mencakup kebutuhan akan dukungan sosial, emosional, atau bahkan materi dari sesama anggota. Saling memerlukan ini tidak hanya berlaku dalam situasi tertentu, tetapi lebih kepada hubungan timbal balik yang terus-menerus, di mana individu merasa bahwa keberadaan mereka dalam komunitas sangat bergantung pada kontribusi dan kehadiran anggota lainnya.

Ketiga unsur ini seperasaan, sepenanggungan, dan saling memerlukan—membentuk dasar yang kuat bagi terbentuknya rasa kebersamaan dalam suatu komunitas. Mereka berfungsi sebagai perekat yang menghubungkan individu-individu di dalam komunitas untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama, serta menciptakan ikatan sosial yang lebih mendalam dan tahan lama. Seiring waktu, ikatan ini memperkuat identitas komunitas dan menjadikan mereka lebih resilien terhadap tantangan atau perubahan yang mungkin terjadi di masa depan.

2.5 Perilaku Positif

1. Pengertian Perilaku Positif

Perilaku adalah respons individu yang dapat berupa tindakan fisik maupun ucapan. Pada intinya, perilaku mencakup segala sesuatu yang dilakukan atau diungkapkan seseorang. Perilaku juga berperan sebagai respons terhadap situasi tertentu dan, dalam beberapa kasus, dapat diperkuat melalui penguatan (*reinforcement*), sehingga mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama (Firdausi, 2020).

Perilaku positif adalah tindakan yang mencerminkan kepatuhan terhadap nilai dan norma yang berlaku di masyarakat serta mampu memberikan kontribusi baik bagi individu maupun lingkungan sekitar. Tindakan ini tidak hanya mencerminkan sikap yang konstruktif tetapi juga menciptakan dampak yang bermanfaat secara luas, seperti memperkuat hubungan sosial atau mendorong perubahan yang lebih baik dalam komunitas.

2. Aspek Perilaku Positif

Perilaku manusia dapat dianalisis melalui tiga aspek utama, yang memberikan pandangan menyeluruh terhadap cara seseorang berpikir, merasakan, dan bertindak dalam berbagai situasi. Ketiga aspek ini, yaitu kognitif, afektif, dan psikomotorik, saling berhubungan dan membentuk pola perilaku yang kompleks (Firdausi, 2020).

1. Aspek Kognitif

Aspek kognitif mencerminkan kemampuan intelektual seseorang, melibatkan proses mental seperti berpikir, memahami, menghafal, menganalisis, dan mengevaluasi. Kemampuan ini tidak hanya penting dalam pemecahan masalah, tetapi juga dalam pengambilan keputusan dan adaptasi terhadap tantangan yang muncul.

2. Aspek Afektif

Aspek ini mencerminkan dimensi emosional dan nilai-nilai individu yang memengaruhi cara seseorang merespons berbagai situasi. Perilaku afektif melibatkan elemen seperti perasaan, minat, sikap, emosi, dan nilai-nilai yang dianut. Aspek ini berperan penting dalam membentuk karakter dan kepribadian seseorang, memengaruhi interaksi sosial, dan menentukan tingkat empati serta sensitivitas terhadap kebutuhan orang lain.

3. Aspek Psikomotor

Aspek psikomotor berhubungan dengan keterampilan fisik dan tindakan yang didasarkan pada pengalaman belajar. Perilaku ini mencakup kemampuan praktis seperti melukis, menari, berlari, atau melakukan pekerjaan manual lainnya. Aspek psikomotor menunjukkan hubungan langsung antara pembelajaran teori dan penerapan dalam kehidupan nyata. Kemampuan psikomotor sering menjadi indikator keberhasilan dalam profesi tertentu yang membutuhkan keahlian teknis atau kemampuan motorik yang terampil.

3. Faktor Pengaruh Perilaku

Perilaku anak dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni endogen dan eksogen, yang secara bersama-sama membentuk kepribadian dan respons mereka terhadap lingkungan (Firdausi, 2020).

1. Faktor Endogen

Faktor endogen mencakup pengaruh internal yang bersumber dari genetik atau keturunan. Faktor ini meliputi aspek biologis seperti ras, jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian bawaan, bakat, dan tingkat kecerdasan. Sebagai faktor bawaan, endogen memberikan dasar

biologis yang menetapkan potensi awal seorang anak, termasuk kemampuan intelektual dan kecenderungan emosional.

2. Faktor Eksogen

Faktor eksogen meliputi pengaruh eksternal yang berasal dari lingkungan di sekitar anak. Ini mencakup pendidikan, agama, status sosial ekonomi, kebudayaan, dan kondisi lingkungan fisik. Faktor-faktor ini berperan besar dalam membentuk pola pikir, nilai, dan perilaku anak, terutama melalui interaksi sosial dan pengalaman belajar. Selain itu, kondisi seperti susunan saraf, persepsi, dan emosi anak juga dipengaruhi oleh lingkungan, menciptakan hubungan dinamis antara pengaruh internal dan eksternal. Misalnya, seorang anak dengan potensi intelektual tinggi (endogen) dapat berkembang lebih optimal jika mendapatkan dukungan pendidikan yang baik (eksogen).

4. Indikator Perilaku Positif

John Maxwell dalam (Rodiyatul, 2020) pemikiran positif memiliki kekuatan untuk mengubah hidup dan membawa seseorang menuju kesuksesan. Pemikiran ini tercermin dalam sejumlah indikator perilaku positif yang menunjukkan kemampuan individu untuk menghadapi tantangan dengan sikap optimis dan berorientasi pada pertumbuhan. Adapun indikator tersebut ialah sebagai berikut.

1. Optimisme dan Keyakinan

Individu dengan perilaku positif selalu memandang masa depan dengan harapan yang tinggi, meyakini bahwa peluang dan hal-hal baik akan datang. Mereka tidak ragu untuk mencoba hal baru atau mengambil risiko, menunjukkan keberanian menghadapi ketidakpastian. Keyakinan ini menjadi motor penggerak untuk terus maju meski menghadapi kegagalan atau hambatan.

2. Ketekunan

Ketekunan adalah ciri khas individu yang positif. Mereka terus berusaha mencapai tujuan meskipun menghadapi rintangan atau kegagalan. Kemampuan untuk tetap fokus pada hasil yang diinginkan menunjukkan komitmen yang tinggi, sekaligus membangun daya tahan emosional yang kuat.

3. Kreativitas

Pemikiran positif mendorong seseorang untuk berpikir *out of the box*, mencari solusi inovatif, dan memanfaatkan tantangan sebagai peluang untuk berkembang. Kreativitas ini memungkinkan mereka untuk menghadapi masalah dengan pendekatan yang lebih segar dan adaptif.

4. Kepemimpinan

Orang dengan perilaku positif memiliki daya tarik yang membuat mereka menjadi pemimpin alami. Sikap optimis dan menyenangkan menciptakan inspirasi bagi orang lain, mendorong mereka untuk mengikuti dan mendukung visi yang ditawarkan.

5. Pengelolaan Emosi

Individu positif mampu mengendalikan emosi mereka dengan baik, tidak membiarkan rasa frustrasi atau stres menguasai kehidupan mereka. Sebaliknya, mereka melihat tantangan sebagai bagian dari proses pembelajaran, yang membantu membangun ketahanan mental dan kedewasaan emosional

6. Rasa Syukur

Sikap bersyukur menjadi landasan kebahagiaan mereka. Dengan fokus pada apa yang dimiliki daripada apa yang kurang, individu ini menciptakan kepuasan hidup yang mendalam, sekaligus mengurangi pengaruh pikiran negatif.

7. Kemampuan Beradaptasi

Dalam menghadapi perubahan, individu positif tidak hanya mampu menyesuaikan diri tetapi juga melihatnya sebagai peluang untuk berkembang. Kemampuan ini mencerminkan fleksibilitas dan kesiapan untuk menghadapi situasi baru dengan sikap konstruktif.

8. Keterbukaan terhadap Kritik

Sikap positif membuat individu menerima kritik dengan terbuka, melihatnya sebagai umpan balik yang membantu mereka menjadi lebih baik. Alih-alih defensif, mereka menghargai masukan yang dapat mendorong pengembangan diri.

9. Bahasa Positif

Komunikasi mereka mencerminkan optimisme melalui penggunaan bahasa yang membangun. Bahasa positif ini tidak hanya menciptakan suasana yang mendukung tetapi juga memperkuat hubungan interpersonal.

2.6 Anak Jalanan

1. Definisi Anak Jalanan

Suyanto dalam (Zakiyah, 2020) mendefinisikan anak jalanan sebagai individu yang terpinggirkan, terabaikan, dan jauh dari kasih sayang serta perhatian yang semestinya. Anak-anak ini sering kali terpaksa menghadapi kehidupan yang keras sejak usia dini, di mana mereka harus berjuang untuk bertahan hidup di tengah lingkungan yang tidak ramah dan penuh tantangan.

Anak jalanan tergolong individu yang belum mencapai kedewasaan baik secara fisik maupun psikologis, yang menghabiskan sebagian besar waktunya di jalanan untuk mencari nafkah demi bertahan hidup, sering kali mengalami tekanan fisik dan mental dari lingkungan sekitarnya. Mereka umumnya berasal dari keluarga dengan kondisi ekonomi yang buruk. Anak-anak ini tumbuh dan berkembang di lingkungan jalanan, dekat dengan kemiskinan, kekerasan, dan

kekurangan kasih sayang, yang akhirnya membebani mental mereka dan mempengaruhi perilaku mereka secara negatif.

2. Kategori Anak Jalanan

Berdasarkan hasil penelitian Departemen Sosial dalam (Nur Zukhan, 2021) anak jalanan dikelompokkan dalam tiga kategori :

1. Anak jalanan yang hidup di jalanan dengan kriteria :
 - Putus hubungan atau karena tidak bertemu dengan orangtuanya
 - Selama 8-10 jam berada di jalanan untuk “bekerja” (mengamen, mengemis, memulung) dan sisanya menggelandang/tidur
 - Tidak lagi bersekolah.
 - Rata-rata berusia 14 tahun

2. Anak jalanan bekerja di jalanan dengan kriteria :
 - Berhubungan tidak teratur dengan orangtuanya
 - Antara 8-16 jam berada di jalan
 - Mengontrak kamar sendiri, bersama teman, ikut orang tua/saudara, umumnya di daerah kumuh
 - Tidak lagi bersekolah
 - Pekerjaan: penjual koran, pengasong, pencuci bus, pemulung, penyemir sepatu dan sebagainya
 - Rata-rata berusia di bawah di bawah 16 tahun

3. Anak yang rentan menjadi anak jalanan, dengan kriteria :
 - Bertemu teratur setiap hari, tinggal dan tidur dengan keluarga
 - Sekitar 4-6 jam bekerja di jalanan
 - Masih sekolah
 - Pekerjaan: penjual koran, penyemir, pengamen, dan sebagainya
 - Usia rata-rata di bawah 14 tahun

3. Model Penanganan Anak Jalanan

Model penanganan anak jalanan dapat dibagi dalam tiga pendekatan utama yang masing-masing memiliki fokus dan tujuan yang berbeda, yaitu *Street Based Strategy*, *Central Based Strategy*, dan *Community Based Strategy* (Zakiah, 2020).

1. Berfokus Pada Anak Jalanan (*Street Based Strategy*)

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi pengaruh negatif yang mungkin dialami oleh anak jalanan dan menggantinya dengan pengaruh yang lebih positif. Pendekatannya melibatkan pengenalan dan pendampingan anak jalanan melalui berbagai kegiatan seperti penyuluhan, diskusi, permainan, literasi (untuk mengatasi buta aksara), dan lainnya, yang dilakukan di tempat-tempat mereka biasa berada, seperti di jalanan. Fokus dari strategi ini adalah memberi perhatian langsung kepada anak jalanan di lingkungan mereka sendiri.

2. Befokus Pada Lembaga/Institusi (*Central Based Strategy*)

Pendekatan ini melibatkan penanganan anak jalanan yang dilakukan oleh lembaga atau institusi yang berfokus pada pemberian layanan dan perlindungan untuk anak-anak tersebut, seperti tempat perlindungan atau "rumah singgah". Model ini bertujuan untuk memberikan anak-anak jalanan tempat aman yang dapat menjadi tempat berlindung sementara dan memberikan mereka akses kepada pelayanan yang dibutuhkan untuk pengembangan diri mereka.

3. Berfokus Pada Masyarakat/Komunitas (*Community Based Strategy*)

Strategi ini mengajak serta masyarakat dan keluarga anak jalanan dalam proses penanganannya. Pendekatan ini melibatkan sosialisasi kepada masyarakat serta pemberdayaan keluarga untuk mencegah anak-anak terjerumus kembali ke jalanan. Fokus utama dari pendekatan ini adalah menciptakan kondisi yang mendukung anak jalanan dengan menyediakan sarana yang memadai untuk memenuhi kebutuhan mereka, sekaligus mencegah mereka terjerumus kembali ke kehidupan di jalanan.

2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tinjauan pustaka, peneliti menemukan sejumlah referensi penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang dipilih. Penelitian terdahulu ini sangat penting sebagai acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar serta mengembangkan penelitian yang dilakukan.

Adapun topik penelitian sebelumnya yang serupa oleh Rizal Deni Saputro dengan judul "**Implementasi Komunikasi Antarpribadi pada Komunitas Harapan Semarang Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Anak Dampungan**". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi antarpribadi Komunitas Harapan Semarang dalam meningkatkan motivasi belajar anak dampungan.

Selain itu, penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Saskinda dengan judul penelitian "**Strategi Komunikasi Relawan Anak Sumatera Selatan Dalam Mengubah Perilaku Anak Jalanan di Benteng Kuto Besakpalembang**". Adapun tujuan dari penelitian tersebut ialah untuk mengetahui strategi komunikasi perilaku anak jalanan dalam mengubah perilaku anak jalanan di Benteng Kuto Besak Palembang.

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
1.	Rizal Deni Saputro	Implementasi Komunikasi Antarpribadi pada Komunitas Harapan Semarang Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Anak Dampungan	2019	Kualitas komunikasi antarpribadi milik Joseph A. Devito diantaranya, keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan terhadap anak dampungan Komunitas Harapan dapat diterapkan dengan baik oleh para relawan.
2.	Saskinda	Strategi Komunikasi Relawan Anak Sumatera Selatan Dalam Mengubah Perilaku Anak Jalanan di Benteng Kuto Besakpalembang	2017	Strategi Komunikasi Relawan Anak Sumatera Selatan yang dilakukan sesuai teori Harold Lasswell penerapan unsur-unsur komunikasi melalui komunikator, pesan, penerima, media, dan efek.