

TESIS

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI MAKASSAR

*COMMUNICATION STRATEGY FOR EMPOWERMENT OF PERSON
WITH DISABILITIES IN EFFORTS TO INCREASE WELFARE THROUGH
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN MAKASSAR*

WINNY CRISTY ANNEKE



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PENYANDANG
DISABILITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN
MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI MAKASSAR**

*COMMUNICATION STRATEGY FOR EMPOWERMENT OF PEOPLE
WITH DISABILITIES IN EFFORTS TO INCREASE WELFARE THROUGH
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN MAKASSAR*

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh :

**WINNY CRISTY ANNEKE
E022191012**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PENYANDANG
DISABILITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN
MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

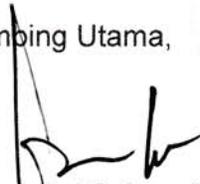
WINNY CRISTY ANNEKE

E022191012

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **18 AGUSTUS 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui :

Pembimbing Utama,



Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si
Nip. 196312101991031002

Pembimbing Pendamping,



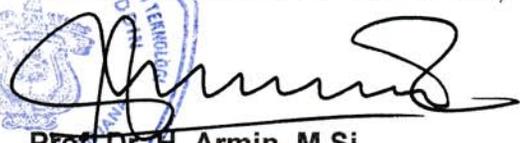
Dr. Muh Akbar, M.Si
Nip. 196506271991031004

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si
Nip. 196107161987021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. H. Armin, M.Si
Nip. 196511091991031008



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winny Cristy Anneke
NIM : E022191012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI MAKASSAR

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain. Bahwa tesis yang saya tulis ini, benar-benar merupakan hasil karya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 19 Agustus 2021

Yang menyatakan



Winny Cristy Anneke

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, tesis dengan judul Strategi Komunikasi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan melalui Kewirausahaan Sosial dapat diselesaikan.

Tesis ini tidak akan pernah terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Terutama bantuan dan bimbingan, serta arahan dari Bapak Dr. Iqbal Sultan, M.Si dan Dr. Muh. Akbar, M.Si selaku pembimbing saya. Untuk itu, sepatutnya disampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi - tingginya.

Penghargaan dan terima kasih yang sama disampaikan kepada Bapak Dr. Muhammad Farid, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin sekaligus tim penguji atas segala dukungan dan bantuannya selama penulis mengikuti program S-2.

Ucapan terima kasih dan penghargaan selanjutnya, disampaikan kepada Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si dan Ibu Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si atas kesempatan dan kesediaanya menjadi anggota tim penguji.

Ucapan terima kasih dan penghargaan juga disampaikan kepada :

1. Tim TENOON, terkhusus kepada Nicky Clara, Fadly Rachman, Fadhila Nur Yasin, serta teman - teman Tuli yang tergabung dalam GERKATIN atas kesediaanya dan *support* selama penulis

ABSTRAK

WINNY CRISTY ANNEKE. *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Penyandang Disabilitas dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan Sosial di Makassar* (dibimbing. H.M. Iqbal Sultan dan Muh Akbar).

Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat semakin menguat seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengambil peran lebih pada setiap aspek pembangunan sumber daya manusia terlebih dalam membantu mengatasi permasalahan sosial yang terjadi di suatu kelompok tertentu. Hal ini terlihat pada banyaknya anak muda yang tertarik menggunakan keahlian mereka untuk sebuah misi yang baik.

Penelitian ini bertujuan mengungkap strategi komunikasi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan serta faktor-faktor apa yang menjadi penentu kewirausahaan sosial yang berkelanjutan dan (2) menjelaskan indikator-indikator keberhasilan pemberdayaan penyandang disabilitas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, survey lapangan, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya peningkatan kesejahteraan penyandang disabilitas, Tenoon menerapkan berbagai tahapan strategi komunikasi yang didasarkan pada kemampuan pendekatan komunikasi para pelaku usaha terhadap masyarakat penyandang disabilitas yang diberdayakan dengan nilai-nilai sosial serta ketersediaan dukungan tertentu. Pengusaha Tenoon juga menerapkan inovasi untuk memastikan keberlanjutan bisnis mereka



ABSTRACT

WINNY CRISTY ANNEKE. *Communication Strategy for the Empowerment of People with Disabilities as the Efforts to Improve Welfare Through Social Entrepreneurship in Makassar* (supervised by **H.M Iqbal Sultan** and **Muh Akbar**)

This research aims to explain a social entrepreneurship in Makassar called Tenoon, which applies a social business model by empowering people with disabilities.

This research was based on the two questions, i.e. (1) how is the communication strategy used to empower people with disabilities implemented and what factors determine sustainable social entrepreneurship? and (2) what are the success indicators to empower people with disabilities? This study used a qualitative descriptive research method and the data collection process was carried out through interview, field survey, and literature study.

The results show that in the efforts of improving the welfare of people with disabilities, Tenoon implements various stages of communication strategies based on the ability of business actors to approach communication to people with disabilities who were empowered with social values and the availability of certain support. Tenoon entrepreneurs also implement innovation to ensure the sustainability of their business.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman modern seperti sekarang ini, anak muda sebagian besar punya keinginan untuk berpenghasilan dengan cepat. Bahkan sepertinya tidak menarik lagi bagi mereka untuk bekerja sebagai “budak korporat”. *Entrepreneurship* akhir-akhir ini menjadi bidang yang ramai ditekuni banyak kaum muda. Diantaranya memilih untuk memulainya dengan berjualan online dengan konsep *small business*, dan tidak sedikit pula yang membuka kafe, toko, juga kedai makanan. Para anak muda seakan-akan berlomba-lomba menciptakan sebuah bisnis. Terlebih saat ini segala sesuatu mudah dijangkau dengan bantuan teknologi.

Namun satu hal yang menarik perhatian, yaitu seseorang yang memulai bisnis tidak hanya untuk mengejar laba/ kekayaan namun juga memberikan dampak sosial di lingkungannya. Hasil sebuah studi menyatakan bahwa sebanyak 9 dari 10 anak muda tertarik menggunakan keahlian mereka untuk sebuah misi yang baik. Mereka mendambakan sebuah kesempatan untuk menggunakan *skills* yang mereka miliki menjadi sesuatu yang berarti untuk sekitar.

Salah satunya menciptakan bisnis tetapi juga melakukan pemberdayaan untuk sebuah pembangunan sumber daya. Dalam pelaksanaannya, pemberdayaan di sini memiliki makna, bimbingan atau

pendampingan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat agar menjadi bekal menuju kemandirian untuk mencapai kesejahteraan. Upaya tersebut merupakan sebuah tahapan proses pemberdayaan dalam mengubah perilaku, kebiasaan lama menuju perilaku baru yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraanya.

Berbicara mengenai kesejahteraan, kaum penyandang disabilitas merupakan salah satu komponen pembangunan yang sampai saat ini masih membutuhkan perhatian lebih dalam konteks pembangunan sumber daya manusia untuk pemenuhan hak asasi manusia bagi setiap orang tanpa memandang apapun yang melekat pada dirinya. Namun pemerintah belum sepenuhnya mampu merangkul seluruh masyarakat dan memenuhi hak-hak kesejahteraan secara merata khususnya masyarakat penyandang disabilitas.

Sementara itu, Sulawesi Selatan menjadi salah satu provinsi dengan jumlah penyandang disabilitas tertinggi di Indonesia. Namun mayoritas dari mereka tidak bekerja. Tidak hanya itu, penyandang disabilitas cenderung mengalami diskriminasi di lingkungannya. Ini terjadi hampir pada semua aspek kehidupan, terutama pada bidang pendidikan dan lapangan pekerjaan. Penyandang disabilitas cenderung terkucilkan karena dianggap kurang memiliki potensi untuk berkembang selayaknya individu-individu lain. Tapi dengan segala keterbatasannya, penyandang disabilitas pasti memiliki potensi yang bisa dicari dan diasah.

Terkait dengan pemenuhan hak-hak kesejahteraan penyandang disabilitas, terdapat resolusi Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) No A/61/106 mengenai *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. Ini adalah sebuah konvensi yang *dilaunching* oleh PBB dan telah diratifikasi atau ditandatangani oleh Indonesia pada 2011. Konvensi ini bertujuan untuk mengubah pandangan serta pendekatan terhadap penyandang disabilitas serta memposisikan para penyandang disabilitas sebagai pemegang hak penuh atas kesejahteraan sosial. Selain itu, konvensi ini juga menuntut keterlibatan semua pihak untuk memenuhi dan menjaga hak-hak penyandang disabilitas.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, meskipun sudah ada payung hukum untuk menghormati, melindungi, dan memenuhi hak-hak penyandang disabilitas, namun pada implementasinya sampai saat ini masih belum maksimal. Problematika yang paling nampak adalah adanya cara pandang masyarakat terhadap penyandang disabilitas. Di lingkungan masyarakat sendiri, paradigma mengenai penyandang disabilitas pun kurang lebih masih sama. Masih banyak masyarakat yang menganggap penyandang disabilitas sebagai kelompok yang tidak bisa apa-apa dan tidak mampu melakukan aktivitas dengan baik. Juga banyak masyarakat terkadang meragukan kemampuan penyandang disabilitas yang mempunyai profesi tertentu.

Selama ini masyarakat Indonesia bahkan dunia memandang penyandang disabilitas melalui kaca mata belas kasihan. Banyak dari kita

masih menganggap kaum penyandang disabilitas adalah orang malang yang lemah dan harus diberi sedekah. Bahkan termasuk pendekatan pemerintah terhadap penyandang disabilitas ini juga memperlihatkan posisi penyandang disabilitas sebagai pihak-pihak yang pasrah, yang hanya mengharapkan pertolongan, dan itu terlihat dalam program-program pemerintah yang sifatnya bantuan sosial.

Dan yang lebih memprihatinkan lagi, pada aspek pekerjaan para penyandang disabilitas dianggap tidak layak menerima suatu profesi tertentu, terutama pada sektor formal. Contoh kasus dokter gigi Romi, CPNS Difabel yang kelulusannya dibatalkan meskipun pada faktanya yang bersangkutan sudah dinyatakan lulus seleksi dalam ujian namun kemudian dibatalkan karena kondisi fisiknya yang dianggap kurang mampuni. Tungkai kakinya melemah karena mengalami paraplegia (gangguan sistem saraf yang mengendahkan otot-otot tubuh bagian bawah) setelah melahirkan anak keduanya pada Juli 2016 silam, yang mengakibatkan Romi harus duduk di atas kursi roda.

Perlu diketahui bahwa penyandang disabilitas mempunyai hak memperoleh pekerjaan yang diseleggarakan oleh pemerintah dalam jenis pekerjaan yang sama dan tanggung jawab yang sama serta hak untuk tidak diberhentikan karena alasan disabilitas. Berdasarkan hal tersebut terlihat ketidakmampuan negara untuk menangani atau memberikan keadilan dan perlindungan kepada mereka. Peluang bagi penyandang disabilitas sangat kecil untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat

untuk melakukan pekerjaannya dengan baik. Sementara, untuk kemudian bisa *survive* dalam kehidupan keluarga dan mempertahankan hidupnya, mereka harus tetap mempunyai penghasilan.

Berangkat dari kepedulian inilah, sebuah kewirausahaan sosial bernama Tenoon berkontribusi pada komunitas disabilitas karena mereka memahami bahwa tidak semua penyandang disabilitas memiliki kesempatan untuk lebih berdaya. Sementara itu, pembangunan yang inklusif bagi penyandang disabilitas sangat penting guna pemenuhan sebuah pencapaian sumber daya manusia yang bermutu di Indonesia. Maka dari itu, Tenoon ingin hadir sebagai wadah yang inklusif, dimana penyandang disabilitas menjadi *beneficiaries* utamanya.

Tenoon merupakan kewirausahaan sosial di Makassar yang terbentuk karena kecintaannya pada warisan budaya kain tenun Indonesia melalui inovasi produk. Selain itu, Tenoon memberdayakan komunitas sasaran GERKATIN (Gerakan Kesejahteraan Tuna Rungu Indonesia dengan misi menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat difabel dalam upaya peningkatan kesejahteraan penyandang disabilitas.

Kain-kain terbaik yang telah dipilih kemudian dijahit menjadi berbagai produk cantik oleh para penjahit difabel yang kemudian akan dipasarkan. Sekitar 95 persen produk Tenoon dijual di Indonesia, sisanya diekspor. Sebanyak 60 persen langsung dipesan perusahaan untuk menjadi souvenir resmi. Sisanya dibeli konsumen melalui toko online dan pameran.

Komunitas GERKATIN Makassar membuat barang sehari-hari, seperti tas, dompet kecil serba guna atau *pouch*, hingga sampul notebook.

Tenoon menyadari bahwa kaum penyandang disabilitas cenderung memiliki *mental-block* yang cukup tinggi dan tidak semua memiliki kemampuan yang dapat menunjang mereka untuk siap memasuki dunia kerja, sehingga mereka membutuhkan motivasi dan tentunya akses agar dapat terus meningkatkan diri untuk menjadi lebih berkembang. Selain itu, sebagai bisnis, penting untuk mengelolanya sehingga bisa tetap menghasilkan *profit* dan *sustainable*.

Teman-teman Tuli yang tergabung dalam komunitas GERKATIN Makassar masih kesulitan mencari pekerjaan. Keterbatasan komunikasi menjadi hambatan bagi mereka dalam mencari nafka. Permasalahan lainnya adalah mereka masih belum mampu melakukan advokasi bahkan untuk diri mereka sendiri. Teman-teman Tuli membutuhkan figur yang bisa menjadi penggerak dalam menciptakan aksesibilitas bagi mereka. Oleh karena itu, dengan ini diharapkan dapat menjadi kesempatan untuk teman-teman Tuli lainnya agar dapat menumbuhkan kemandirian dan tentunya rasa percaya diri yang kerap kali masih menjadi penghalang. Maka dari itu, Tenoon melalui BerdayaBareng.com hadir menjadi wadah untuk mereka bisa bertumbuh dan berdaya.

Kewirausahaan Sosial atau yang biasa disebut *sociopreneurship*, memberikan peluang akan potensi sebagai pendorong pertumbuhan

ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. *Sociopreneurship* menekankan pada pendekatan suatu pemahaman terhadap permasalahan sosial, yakni suatu kemampuan *etrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (Santosa, 2007). Sementara itu, Levander (2010) juga berpendapat bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu metode dalam memberdayakan individu terpinggirkan atau kelompok yang kurang beruntung sambil memberikan solusi jangka panjang atas masalah struktural dalam masyarakat. Solusi jangka panjang memiliki tujuan yang berorientasi pada kebutuhan sosial.

Usaha sosial ini dalam implementasinya akan menciptakan berbagai bentuk inovasi sosial yang mendukung pemberdayaan individu dan kelompok masyarakat tersebut. Penulis menyimpulkan bahwa kewirausahaan sosial yang dilakukan lebih mengarah kepada pendekatan kaderisasi, bukan berorientasi pada keuntungan semata, namun juga berfokus pada perbaikan atau sebuah usaha yang mempunyai motivasi menuju kepada ekonomi yang berkeadilan sosial.

Di Indonesia sendiri, wirausaha sosial tumbuh dengan cepat seiring dengan keyakinan bahwa kewirausahaan sosial dapat mengatasi masalah-masalah sosial. Ini terbukti dengan didirikannya Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia (AKSI) pada tahun 2009. Kewirausahaan sosial telah menjadi perhatian publik terlebih dalam masa-masa krisis ekonomi yang melanda saat ini, yang mampu memberikan inspirasi dan motivasi bagi masyarakat luas.

Berdasarkan hasil penelitian Nur Firdaus (2014) menunjukkan bahwa, kewirausahaan sosial mampu memberikan dampak sosial yang besar terutama untuk membantu masyarakat yang tertinggal. Ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan berbasis *etrepneurship* dengan inovasi dan ide di luar pemikiran umum. Selain itu, kecerdasan emosional yang dimiliki oleh pelaku wirausaha sosial terus mendorong untuk mencari peluang dalam melakukan perubahan sosial, pembangunan ekonomi yang berkeadilan, terutama bagi masyarakat miskin, menjadi pendorong untuk melakukan perubahan yang signifikan melalui inovasi sosial. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa upaya penyelesaian masalah sosial dengan menggunakan pendekatan kewirausahaan sosial merupakan terobosan yang luar biasa.

Dari uraian di atas, kita dapat melihat kewirausahaan sosial sebagai suatu usaha yang dapat merespon tantangan-tantangan serta permasalahan sosial, dan setiap orang diharapkan mampu untuk menjadi agen perubahan dalam membantu mengatasi masalah sosial serta mendorong pembangunan di mana mereka berada. Namun konsep-konsep pembangunan saat ini pada dasarnya masih bersifat materialistis karena yang dipersoalkan masih terbatas pada persoalan materi. Hal tersebut disebabkan karena teori pembangunan masih sangat didominasi oleh para ahli ekonomi. Sementara, diperlukan keberpihakan terhadap masyarakat yang memiliki keterbatasan.

Selain itu, masalah yang sering dihadapi para wirausaha sosial (*sociopreneur*) saat ini adalah sulitnya membangun kontinuitas dalam berbisnis sosial. Itu sekaligus menjadi tantangan dalam membangun dan memelihara bisnis yang tengah dijalankan. Dan tentunya sebuah kewirausahaan sosial membutuhkan proses untuk mencapai hasil yang maksimal, terlebih dalam mewujudkan *social impact*, yang mana ini merupakan tujuan utama dalam sebuah *sociopreneurship*.

Maka bagi sebagian orang, menjadi seorang *sociopreneur* mungkin sebagai sesuatu hal yang tidak terlalu menguntungkan karena ini bertentangan dengan aktivitas wirausaha pada umumnya, yang kita tahu tujuannya adalah untuk mencari laba/keuntungan finansial. Oleh karena itu, peneliti juga tertarik dengan aspek pola pikir yang dimiliki oleh para pelaku wirausaha sosial. Apa yang mendorong keberanian mereka untuk memulai sebuah usaha sosial dengan segala tantangan yang ada.

Lalu bagaimana mereka menjalankan aktivitas kewirausahaan sosial ini agar tetap berkelanjutan? Mengingat pekerjaan ini bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah. Elkinton & Hartigan (2009:2) menjelaskan bahwa wirausaha sosial menyerang masalah-masalah yang sulit, mengambil resiko dan mengajak semua pihak untuk melihat beragam kemungkinan yang terlihat tidak mungkin. Mereka menyebut para wirausaha sosial ini sebagai "*unreasonable people*". Karena untuk menekuni dunia *social entrepreneurship*, membutuhkan komitmen tinggi dan rela berkorban

dalam segala hal, mulai dari finansial (uang), waktu, serta jiwa yang pantang menyerah.

Seperti yang dikemukakan oleh Light (2008:26) bahwa kesempatan untuk membangun aktivitas kewirausahaan sosial (*socially entrepreneurial opportunities*) memiliki tingkat kesulitan tertentu, yang harus dihadapi oleh pegiatnya. Aktivitas kewirausahaan sosial, juga bukan sebuah aktivitas yang mudah dijalani dan diterjuni, melainkan perlu didefinisikan, dialami dan dikembangkan. Usaha ini terkadang juga disertai usaha pengambilan resiko yang tidak semua orang bersedia melakukannya. Para wirausaha sosial ini dianggap 'menyimpang' karena bersedia dan sanggup bekerja keras bukan hanya untuk dirinya, namun untuk lingkungan yang lebih luas. Alih-alih untuk kesejahteraan pribadi, para pelaku wirausaha sosial mendedikasikan waktu dan tenaga untuk peningkatan kesejahteraan pihak-pihak lain.

Lebih lanjut Budiman (2000) dalam Jamaludin (2016:5) menyatakan pembangunan meliputi dua unsur pokok, selain masalah materi yang ingin dihasilkan serta dibagi, adapun faktor-faktor nonmaterial seperti faktor internal individu, masalah manusia yang menjadi pengambil inisiatif dan menjadi manusia pembangun. Oleh karenanya, salah satu upaya dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan adalah dengan pemberdayaan masyarakat. Cara memberdayakan masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai tingkatan kelompok sasaran, mulai dari tingkat individu sampai dengan tingkat komunitas (Mudiyono *et all* ,2005).

Beberapa studi menunjukkan bahwa program pemberdayaan ini cukup efektif untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat. Dalam hal ini, mengarah pada masyarakat yang benar-benar membutuhkan. Program-program tersebut banyak diimplementasikan melalui prinsip pemberdayaan yang mampu menciptakan peluang ekonomi untuk masyarakat. Pemberdayaan dalam penelitian ini masuk ke dalam ranah komunikasi dan lebih fokus ke dalam perubahan perilaku masyarakat di dalam sebuah komunitas. Pemberdayaan masyarakat secara perlahan diharapkan dapat menunjukkan dampak positif bagi masyarakat yang memang memiliki niat untuk bergerak maju.

Terlebih saat ini masyarakat tengah melakukan pemulihan ekonomi di masa pandemi covid-19. Kita tahu Indonesia sedang mengalami krisis ekonomi dan masih dihantui dengan ketidakpastian. Tentu itu sangat memengaruhi kesejahteraan sebagian besar masyarakat di Indonesia. Sementara, kesejahteraan wajib diperoleh semua warga negara, seperti yang diamanatkan dalam UUD 1945, sehingga pemerintah bersama masyarakat perlu bekerjasama demi pemenuhan kesejahteraan masyarakat.

Perlu dijelaskan, peningkatan kesejahteraan yang dimaksudkan di sini didefinisikan sebagai pendekatan pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan manusia (*human capital*) secara berkesinambungan. Sejalan dengan itu Suharto (2005:28) mengemukakan bahwa kata kunci peningkatan modal manusia

adalah berkembangnya kemampuan atau kapabilitas intelektual, emosional, spiritual manusia yang memungkinkan mereka untuk mampu menjalankan peran-peran sosial secara adekwat dalam kehidupannya.

Selanjutnya, untuk dapat menangani masalah-masalah tersebut, terlebih perhatian terhadap penyandang disabilitas, tentu diperlukan suatu pendekatan strategi komunikasi. Cangara (2017:66) memberikan pemahaman bahwa pemilihan strategi yang tepat dalam sebuah perencanaan komunikasi dapat menjadi penentu kesuksesan jangka panjang. Dalam perspektif komunikasi itu sendiri, suatu organisasi dapat berjalan dengan baik dengan adanya komunikasi yang efektif. Sejalan dengan itu panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasional secara taktis yang dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Erina, 2017).

Oleh karena itu, para pimpinan organisasi perlu memahami pentingnya strategi dalam mencapai suatu tujuan yang efektif. Juga diperlukan keterampilan berkomunikasi dari pimpinan sehingga anggotanya mempunyai motivasi untuk bekerja dengan baik yang pastinya akan mendukung tujuan organisasi tersebut. Hal ini dimaksudkan agar dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, sehingga pembangunan yang dilaksanakan berpusat pada masyarakat

harus berorientasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat (Mardikanto, 2010).

Di era yang sering disebut sebagai era informasi ini, aspek komunikasi dipercaya sebagai salah satu faktor penting untuk mencapai keberhasilan pembangunan, khususnya dalam pemberdayaan masyarakat, dan begitu juga dalam membangun sebuah bisnis tentunya. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan. Program pembangunan itu sendiri menghasilkan peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam kerangka pengembangan masyarakat, maka partisipasi orang banyak (masyarakat) sangat diperlukan, dan komunikasi sebagai kunci memperoleh keterlibatan aktif masyarakat dalam pembangunan.

Maka dari itu, penulis ingin menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam proses pemberdayaan penyandang disabilitas pada kewirausahaan sosial (Tenoon).

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, permasalahan penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan Tenoon dalam mengelola kewirausahaan sosial tersebut?
2. Apa peran *sociopreneur* sebagai inovator penggerak usaha Tenoon dalam melakukan pemberdayaan penyandang disabilitas?
3. Apa tantangan yang dihadapi dalam membangun dan memelihara Tenoon agar tetap berkelanjutan?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan penelitian, secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan dalam proses pemberdayaan masyarakat penyandang disabilitas melalui kewirausahaan sosial Tenoon.

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis strategi komunikasi pemberdayaan penyandang disabilitas yang diterapkan Tenoon dalam mengelola kewirausahaan sosial tersebut.
2. Menganalisis peran *sociopreneur* sebagai inovator penggerak usaha Tenoon dalam melakukan pemberdayaan penyandang disabilitas.
3. Menganalisis tantangan yang dihadapi dalam membangun dan memelihara Tenoon agar tetap berkelanjutan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi terutama gambaran mengenai strategi komunikasi pemberdayaan penyandang disabilitas melalui sebuah kewirausahaan sosial.

2. Manfaat Praktis

Penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi siapapun yang mempunyai keinginan untuk berkontribusi dalam mendirikan sebuah kewirausahaan sosial terlebih bagi mereka yang ingin membantu memenuhi hak-hak kesejahteraan penyandang disabilitas. Juga melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi Tenoon untuk mengantisipasi dan menyelesaikan permasalahan melalui pendekatan strategi komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1) Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Dalam bukunya, (Cangara 2017:64) menjelaskan kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi adalah memimpin tentara. Strategi merupakan konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.

Marthin – Andreson (1982) dalam Cangara (2017:64) juga merumuskan strategi sebagai seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Sedangkan menurut Arifin (1984 :10) strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Dengan strategi komunikasi ini, berarti

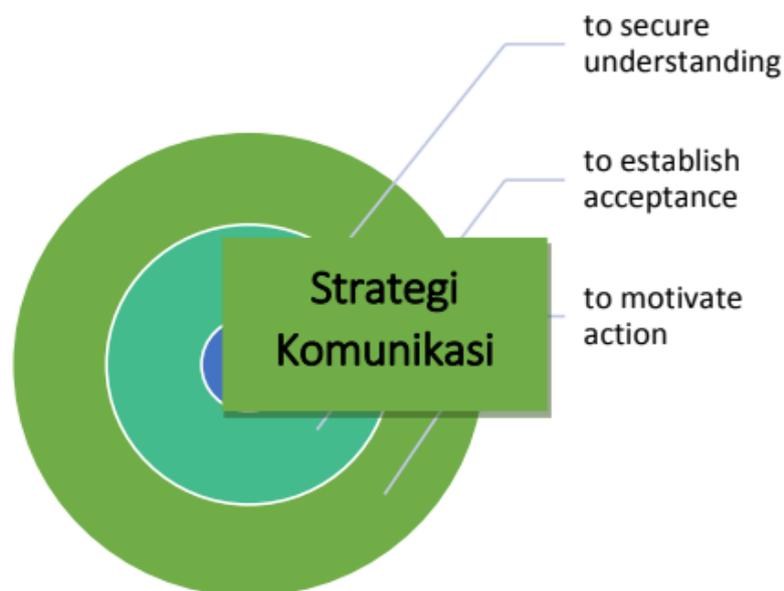
dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. Aspek komunikasi menjadi hal vital dalam proses strategi. Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Quinn dan Mintzberg (1991:23) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu :

- a. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b. *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasi sesuatu pada posisi yang tepat.
- d. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.

- e. *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain atau manuver spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson serta M. Dallas dalam (Muhatadi, 2015:115) disebutkan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi adalah *to secure understanding*, *to establish acceptance*, and *to motivate action*. *To secure understanding* merupakan kegiatan untuk memastikan bahwa komunikan (penerima pesan) mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasikan (*to motivate action*).



Gambar 1 : Memahami Strategi Komunikasi

Sumber : Dewi (2020:85)

b. Sifat dan Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengelolaan pesan dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Keberhasilan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Terbukti dari cukup banyaknya kajian-kajian terkini dari strategi komunikasi, di mana aplikasinya ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan proses komunikasi yang dilakukan siapa saja (Suryadi, 2018:4).

Dengan demikian, berbicara sifat strategi komunikasi maka keberadaannya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Berikut beberapa sifat strategi komunikasi (Suryadi, 2018:10) diantaranya :

1. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
2. Membutuhkan peran dan kredibilitas komunikator.
3. Membutuhkan *setting* komunikasi yang jelas, dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi.
4. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
5. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikan.

Strategi komunikasi sebenarnya memiliki sifat yang adaptif dengan kondisi dan kajian dari sejumlah objek dalam bidang komunikasi. Dalam perkembangannya sejumlah pakar komunikasi melakukan diskusi bahwa strategi komunikasi erat sekali kaitannya dengan komunikasi organisasi. Namun, strategi komunikasi lebih kepada bentuk dari sejumlah langkah strategis yang diambil oleh sebuah organisasi sehingga semua aktivitas komunikasinya mampu mencapai sasaran secara efektif. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya didahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.

c. Perencanaan dalam Strategi Komunikasi

Cangara (2017:23) mengemukakan bahwa ada dua konsep dasar yang berbeda jika membahas mengenai perencanaan komunikasi yaitu "Perencanaan" dan "Komunikasi". Perencanaan akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen sedangkan konsep komunikasi akan dilihat sebagai proses penyebaran atau pertukaran informasi. Setiap fungsi manajemen seperti perencanaan, pengendalian membutuhkan keterampilan komunikasi yang efektif guna memaksimalkan sebuah kegiatan dimana seseorang saling berinteraksi. Suatu proses interaksi yang mempunyai arti antara sesama manusia, yang mana dapat didefinisikan sebagai kegiatan interaksi yang dilakukan dari satu orang ke orang lain sehingga tercipta persamaan makna dan tercipta tujuan

(Suprpto, 2011). Ini didefinisikan komunikasi sebagai alat yang penting bagi semua keefektifan suatu kegiatan.

Mefalopus dalam Cangara (2017:46) mengakui bahwa suatu hal yang sangat penting dan sering hilang dalam proses pembangunan adalah hilangnya komunikasi antara pengambil keputusan, para ahli, dan mereka yang menjadi sasaran pembangunan itu sendiri. Dengan kondisi seperti itu, maka komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, memengaruhi dan mengubah perilaku, melainkan ia juga berfungsi untuk mendengarkan, memahami, memberdayakan, dan membangun konsensus untuk perubahan.

Hal ini sejalan dengan apa yang pernah dinyatakan oleh PR.Sinha (1972) dalam Cangara (2017:46), seorang ahli komunikasi dari India bahwa banyak perencanaan pembangunan di negara-negara berkembang dilakukan tanpa memperhitungkan komunikasi sebagai sumber daya perubahan, oleh karena itu perencanaan komunikasi diperlukan untuk mendukung proses pembangunan bangsa tetapi di satu sisi, negara dan masyarakat juga diperlukan untuk membangun komunikasi itu sendiri. Maka dari itu, betapa pentingnya sebuah perencanaan komunikasi untuk bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif.

Sebuah proses strategi komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Karena itu perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari fungsi dan kegunaan perencanaan komunikasi diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerjasama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi. Perencanaan komunikasi menjadi hal yang krusial dalam menyukseskan suatu program yakni semua staf dan stakeholdernya harus dapat memahami tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu waktu yang paling tepat untuk membentuk pemahaman terhadap perencanaan komunikasi adalah pada tahap awal dimulainya suatu program (Cangara, 2017).

Beberapa pakar membuat definisi mengenai perencanaan komunikasi, seperti yang dikemukakan oleh Middleton (1978) dalam Cangara (2017:47) menyatakan bahwa perencanaan komunikasi merupakan proses pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi. Atas pertimbangan demikian, maka perencanaan komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi

keberhasilan suatu organisasi. Melalui perencanaan komunikasi diharapkan dapat menyukseskan suatu program yang ingin dicapai.

d. Model Perencanaan Komunikasi

Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model yang sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun perlu diketahui bahwa penggunaan model pada pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Model perencanaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model difusi inovasi.

Model ini bisa digolongkan sebagai model perencanaan komunikasi karena memiliki tahapan dalam penyebarluasan sebuah gagasan atau ide-ide baru (inovasi). Rogers (1957) dalam Cangara (2017:92) menyatakan pesan yang disebarluaskan dalam proses komunikasi tersebut berisi ide-ide, atau praktik yang bersifat baru atau dianggap baru. Difusi merupakan medium inovasi yang digunakan *agent of change* ketika berupaya membujuk seseorang agar mengadopsi suatu inovasi. Sehingga dapat disebut, difusi adalah tipe khusus dari komunikasi, yang isinya pesan tentang ide baru. Ini berfokus pada bagaimana sebuah gagasan atau ide baru dapat dan dimungkinkan diadopsi oleh suatu kelompok sosial atau kebudayaan tertentu Rogers .

Evererr M. Rogers seorang sarjana sosiologi pedesaan di Iowa State University, yang tertarik pada bidang komunikasi dan akhirnya lebih dikenal sebagai pakar komunikasi berkat karya-karyanya yang begitu banyak dalam studi ilmu komunikasi, salah satunya menciptakan suatu model difusi inovasi. Difusi inovasi sebagai proses mengkomunikasikan informasi tentang ide baru dan bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan lewat *channel* tertentu sepanjang waktu kepada anggota kelompok dari suatu sistem sosial. Makna inovasi dengan demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial.

Rogers dalam (Cangara 2017:92) menjelaskan bahwa proses pengenalan suatu inovasi (sesuatu yang baru berupa ide, gagasan atau barang) ditentukan oleh 3 hal yakni :

1. Tahap Awal (*antecedent*)
2. Proses (*process*)
3. Konsekuensi (*consequences*)

Pada tahapan awal (*antecedent*), khalayan dalam menerima suatu ide atau gagasan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kepribadian penerima untuk berubah dengan menerima sesuatu yang baru, wawasan sosial yang lebih luas daripada lingkungan sekitarnya, dan kebutuhan untuk memiliki barang baru tersebut.

Pada tahap proses (*process*), kebutuhan untuk memiliki barang (inovasi) tersebut didukung oleh pengetahuan yang berkaitan dengan nilai-nilai sistem sosial bahwa inovasi itu tidak bertentangan dengan sistem sosial dan budaya khalayak (penerima), sehingga mereka bisa toleran jika terjadi penyimpangan dari kebiasaan, serta terjalin komunikasi dengan hal yang baru.

Tahap selanjutnya dalam proses penerimaan ialah persuasi (*persuasion*). Pada tahap ini ide, gagasan atau inovasi dipertanyakan tentang kegunaan apakah cocok untuk digunakan, apa tidak terlalu ruwat, apa bisa dicoba, dan apa bisa diamati. Sesudah tahap persuasi, selanjutnya tiba pada tahap pengambilan keputusan (*decision*) untuk memiliki atau menerapkan inovasi tersebut. dalam tahap pengambilan keputusan, terjadi konsekuensi pada diri khalayak, yakni; menerima (*adoption*) atau menolak (*rejection*) sebagai bentuk konfirmasi (*confirmation*).

Masih berkaitan dengan model ini, beberapa pakar melihat bahwa Rogers memberi peran yang cukup besar kepada komunikator untuk memengaruhi khalayak. Pada dasarnya, teori difusi inovasi menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan lewat channel tertentu sepanjang waktu kepada anggota kelompok dari suatu sistem sosial. Sesuai dengan pemikiran Rogers, dalam proses difusi inovasi terdapat

empat elemen pokok, yaitu: Inovasi, Saluran Komunikasi, Jangka Waktu, dan Sistem Sosial. Uraian penjelasan sebagai berikut :

1. Inovasi dapat diartikan sebagai gagasan, ide atau tindakan untuk menciptakan sesuatu yang dianggap baru oleh seseorang.
2. Saluran komunikasi adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber ke penerima. Hal yang terpenting dalam difusi adalah adanya pertukaran informasi antara satu orang dengan lainnya atau lebih untuk mengomunikasikan ide baru tersebut. Saluran komunikasi yang digunakan akan sangat berpengaruh terhadap seberapa besar efek dari pertukaran informasi tersebut sehingga diperlukan ketepatan dalam memilih atau menggunakannya. Kondisi kedua belah pihak yang akan bertukar informasi pun perlu diperhatikan karena memengaruhi keefektifan penyampaian pesan. Menurut Rogers ada dua saluran komunikasi yang dapat digunakan, yaitu media massa dan interpersonal.
3. Jangka waktu merupakan suatu dimensi waktu yang dimulai dari proses inovasi itu dikomunikasikan atau disampaikan kepada seseorang sampai kepada keputusan untuk mengadopsi inovasi tersebut.
4. Sistem Sosial adalah kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Difusi terjadi dalam suatu sistem

sosial. Struktur dari sistem sosial tersebut akan berpengaruh pada difusi inovasi dan juga hal lain yaitu norma, peran dari tokoh masyarakat dan agen perubah, tipe dari keputusan inovasi, dan konsekuensi dari inovasi itu sendiri. Halhal tersebut diatas melibatkan hubungan antara sistem sosial dan proses difusi yang terjadi di dalamnya.

Difusi inovasi dalam pembangunan ini merupakan upaya memenuhi tuntutan modernisasi. Oleh sebab itu, pembangunan seringkali disamakan dengan istilah modernisasi. Salah satu indikator modernisasi adalah hadirnya teknologi komunikasi yang perkembangannya sangat cepat. Rogers (1976:50) meninjau model pembangunan modernisasi yang mengedepankan pertumbuhan ekonomi, teknologi padat modal, perencanaan terpusat dan menganggap bahwa penyebab keterbelakangan berasal dari faktor intern negara berkembang dianggap sebagai paradigma dominan dan telah berakhir dan kemudian berkembang paradigma alternatif.

Paradigma alternatif tidak lagi mengandalkan pada pertumbuhan ekonomi tetapi pada keseimbangan atau kesetaraan distribusi, kualitas hidup, proses pembangunan menekankan pada integrasi cara tradisional dan modern serta menekankan pada teknologi yang padat karya. Pada paradigma alternatif ini, perencanaan lebih mengadalkan pada pengembangan diri melalui proses desentralisasi dan partisipasi

masyarakat, sebagai penyebab suatu negara menjadi tidak berkembang tidak semata-mata disebabkan oleh faktor dari internal tetapi juga faktor eksternal. Dengan pandangan ini, maka proses pembangunan dimulai dari sistem internal masyarakatnya, dengan cara proses pemberdayaan potensi-potensi yang ada dan ide pembangunan harus bersumber dari kebutuhan nyata masyarakatnya.

Penganut model pembangunan modernisasi selalu beragumentansi untuk menunjukkan kemajuan pembangunan yang dicapai dengan ukuran-ukuran makro statistik seperti angka pertumbuhan ekonomi. Sedangkan pembangunan dunia ketiga lebih melihat dari faktor mikro seperti kemampuan masyarakat memperoleh kehidupan layak, kondisi kesehatan, dan pendidikan.

e. Konsep Komunikasi Modern

Ilmu Komunikasi pada saat ini telah berkembang secara dinamis, seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Artinya budaya komunikasi lama sudah semakin terkikis budaya teknologi komunikasi modern yang lebih berorientasi pada ideologi kapitalis. Perkembangan itulah sekarang yang menjadi acuan pembangunan di segala bidang, di berbagai negara berkembang termasuk Indonesia.

Menurut Lerner (1974), sistem komunikasi merupakan indikator sekaligus agen dari proses perubahan sosial. Ia melihat bahwa perubahan sistem komunikasi masyarakat selalu berjalan satu arah yaitu dari sistem

komunikasi lisan (mulut ke mulut) ke media (*mediated communication*). Sistem komunikasi oral, cocok untuk masyarakat tradisional, sedangkan sistem media sesuai untuk masyarakat modern.

Modernisasi menurut Lerner, pertama-tama merupakan suatu proses komunikasi. Seperti beberapa ahli lain, ia juga melihat bahwa unsur-unsur tertentu dari budaya nasional atau lokal merupakan penghambat yang harus dihapus untuk menuju masyarakat modern. Transisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern berkaitan dengan tingkat perubahan sejumlah karakter individual yang berhubungan dengan modernisasi. Namun modernisasi terlebih khusus hanya mengacu pada masyarakat terbelakang atau tertinggal dengan mengupayakan mereka untuk mengejar ketertinggalan dari masyarakat paling maju yang hidup berdampingan dengan mereka pada periode historis yang sama dalam masyarakat global. Dengan demikian, modernisasi melukiskan gerakan dari pinggiran menuju inti masyarakat modern.

Tugas komunikasi dalam rangka pembangunan terdiri atas 3 bagian diantaranya:

1. Menyampaikan informasi pada masyarakat mengenai pembangunan. Perhatian masyarakat harus dipusatkan pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan-kesempatan atau cara-cara mengadakan perubahan serta sarana-sarannya.

2. Memberikan kesempatan pada masyarakat sebagai pemangku kepentingan. Oleh sebab itu dalam hal ini mekanisme komunikasi antar pribadi sangat berperan.
3. Tenaga-tenaga kerja yang dibutuhkan harus dididik. Dengan cara-cara modern tentunya. Beberapa ahli lain melihat bahwa unsur-unsur tertentu dari budaya nasional atau lokal merupakan penghambat yang harus dihapus untuk menuju masyarakat modern. Transisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern berkaitan dengan tingkat perubahan sejumlah karakter individual yang berhubungan dengan modernisasi.

Mengenai pernyataan tentang modernisasi merupakan suatu proses komunikasi, McClelland (2009) berasumsi bahwa ada unsur-unsur yang dapat memengaruhi pembangunan di antaranya percaya diri, berorientasi ke depan, berkompetensi, menyukai resiko dan lain-lain. Kepada anggota masyarakat yang membangun, hendaklah ditularkan “virus” *need for achievement* (dorongan pada seseorang individu untuk menghadapi tantangan, mengatasi rintangan, dan berhasil menanggulangi berbagai kesulitan, antara lain melalui berbagai saluran komunikasi yang ada di tengah masyarakat yang dimaksud.

Selanjutnya dalam dunia yang saling membutuhkan ini, menanggulangi kemiskinan adalah untuk kepentingan semua negara, baik maju maupun berkembang. Oleh sebab itu dalam proses modernisasi

komunikasi harus mengejar tiga tujuan; meningkatkan pengetahuan atas masalah pembangunan, membangun jiwa solidaritas di dalam usaha bersama, dan meningkatkan kemampuan manusia untuk menangani usaha pembangunan sendiri. Namun penempatan posisi komunikasi dalam kerangka melaksanakan pembangunan juga memiliki ciri tersendiri, sekalipun semuanya memang meletakkan komunikasi pada kedudukan kunci dalam berlangsungnya proses modernisasi MacBride (1983).

2) Pemberdayaan dan Pengembangan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan

Menurut Suharto (2009:57) secara konseptual pemberdayaan berasal dari kata '*power*' yang berarti kekuasaan atau keberdayaan. Karenanya, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Kekuasaan senantiasa hadir dalam konteks relasi sosial antar manusia. Dengan pemahaman kekuasaan seperti ini, pemberdayaan sebagai sebuah proses perubahan kemudian memiliki konsep yang bermakna.

Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan, dalam arti bukan saja bebas mengemukakan

pendapat, melarikan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan; (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh-barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; dan (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang memengaruhi mereka.

Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya merupakan proses untuk membuat masyarakat menjadi berdaya. Setiap individu dalam sebuah komunitas sebenarnya memiliki potensi, gagasan serta kemampuan untuk membawa dirinya dan komunitasnya untuk menuju ke arah yang lebih baik, namun seringkali potensi itu tidak bisa berkembang disebabkan faktor-faktor tertentu.

Sejalan dengan itu, pemberdayaan masyarakat menurut Ife (2008) dalam (Nasdian, 2014: 29) merupakan paradigma alternatif pembangunan dengan tujuan membawa masyarakat kepada keberdayaan dan kemandirian dalam upaya pencapaian kesejahteraan. Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian “pembangunan masyarakat” (*community development*) dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (*community-based development*). Selanjutnya Ife mendefinisikan pembangunan pada dasarnya sebagai upaya membangkitkan sumber daya manusia, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas dalam menentukan masa

depan. Definisi ini berangkat dari konsep utama yaitu memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk menentukan sendiri arah kehidupan dalam komunitasnya.

Sejalan dengan itu Chambers (1995) dalam Noor (2011:94), menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial yang mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "*people centered development, participatory, empowering, and sustainable*". Istilah pemberdayaan populer dalam konteks pembangunan dan pengentasan kemiskinan. Konsep ini berkembang dari realitas individu atau masyarakat yang tidak berdaya.

Menurut Sumodiningrat (1999) dalam Widianti (2011:46), pemberdayaan masyarakat memerlukan kepedulian yang diwujudkan dalam kemitraan dan kebersamaan pihak yang sudah maju dengan pihak yang belum berkembang. Payne (1997:265) mengemukakan bahwa pemberdayaan (*empowerment*) pada hakikatnya bertujuan untuk membantu masyarakat mendapatkan kekuatan (*daya*) untuk mengambil keputusan dan tindakan yang akan dilakukan dan berhubungan dengan diri masyarakat tersebut, termasuk mengurangi kendala pribadi. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

Pengertian pemberdayaan menurut Suharto (2010:58) dalam bukunya yang berjudul *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, pemberdayaan masyarakat mencakup:

1. Pengembangan potensi
2. Kemampuan
3. Perlindungan
4. Dukungan
5. Pemeliharaan

Dalam hal ini, pemberdayaan merupakan suatu proses perubahan ketergantungan menjadi kemandirian. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk memengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya (Parsons, et al., 1994). Upaya memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk menumbuhkan potensi yang terpendam dalam masyarakat yang mengharuskan adanya fasilitator untuk membangun kapasitas produktif masyarakat.

Sejalan dengan itu, Ife (1995:182) mengemukakan bahwa pemberdayaan berarti menyiapkan kepada masyarakat berupa sumberdaya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas diri masyarakat di dalam menentukan masa depannya, serta berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri. Pemberdayaan sebagai sebuah

program mempunyai makna bahwa pemberdayaan merupakan tahapan-tahapan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan dalam kurun waktu tertentu.

Delivery dalam (Sutrisno, 2005:17) menjelaskan dasar-dasar pemberdayaan masyarakat adalah mengembangkan masyarakat khususnya kaum miskin, kaum lemah dan kelompok terpinggirkan, menciptakan hubungan kerjasama antara masyarakat dan lembaga-lembaga pengembangan, memobilisasi dan optimalisasi penggunaan sumber daya secara keberlanjutan, mengurangi ketergantungan, membagi kekuasaan dan tanggung jawab, dan meningkatkan tingkat keberlanjutan. Filosofi pemberdayaan masyarakat dan paling banyak dikemukakan oleh berbagai pihak dan dalam banyak kesempatan dikutip oleh Kelsey dan Hearne (1995) bahwa falsafah pemberdayaan masyarakat harus berpijak kepada pentingnya pengembangan individu di dalam perjalanan pertumbuhan masyarakat dan bangsanya.

Huraerah (2008:87) mengungkapkan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha memperkuat apa yang lazim disebut *community self-reliance* atau kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan alternatif solusi masalah tersebut, serta diperlihatkan strategi memanfaatkan berbagai kemampuan yang dimiliki. Lalu bagaimana strategi yang dapat diupayakan untuk mencapai

tujuan pemberdayaan masyarakat yang efektif? Berikut beberapa strategi menurut Suharto (1998:220) yang dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, diantaranya :

- a. **Pendekatan Mikro.** Pemberdayaan dilakukan terhadap individu melalui bimbingan, konseling, *crisis intervention*. Tujuan utamanya adalah membimbing atau melatih individu dalam menjalankan tugas-tugas kesehariannya. Model ini sering disebut sebagai pendekatan yang berpusat pada tugas (*task centered approach*).
- b. **Penekatan Mezzo.** Pemberdayaan dilakukan terhadap kelompok masyarakat, pemberdayaan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan, pelatihan, dinamika kelompok biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan serta sikap-sikap kelompok agar memiliki kemampuan memecahkan masalah permasalahan yang dihadapi.
- c. **Pendekatan Makro.** Pendekatan ini sering disebut dengan strategi sistem pasar (*large-system strategy*), karena sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang luas. Perumusan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye, aksi sosial, pengorganisasian dan pengembangan masyarakat adalah beberapa strategi dalam pendekatan ini.

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai tujuan dan proses. Sebagai tujuan, pemberdayaan adalah suatu keadaan yang ingin dicapai yakni masyarakat yang memiliki kekuatan atau kekuasaan dan keberdayaan yang mengarah pada kemandirian sesuai dengan-tipe-tipe kekuasaan yang disebutkan sebelumnya. Menurut Suharo (1985:205) Pemberdayaan sebagai proses memiliki lima dimensi yaitu :

Pertama, **ENABLING** yaitu menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Asumsinya adalah pemahaman bahwa setiap orang, setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada orang atau masyarakat tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya.

Kedua, **EMPOWERING** yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat semakin berdaya. Upaya yang paling pokok dalam empowerment ini adalah meningkatkan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi (modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, pasar) termasuk pembangunan sarana dan prasarana dasar seperti (irigasi, jalan, listrik, sekolah, layanan kesehatan) yang dapat dijangkau lapisan masyarakat

paling bawah yang keberdayannya sangat kurang. Oleh karena itu diperlukan program khusus, karena program-program umum yang berlaku untuk semua tidak selalu menyentuh kepentingan lapisan masyarakat seperti ini.

Ketiga, **PROTECTING** yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting, sehingga pemberdayaan masyarakat sangat erat hubungannya dengan pementapan, pembudayaan dan pengalaman demokrasi (Friedmann, 1994). Pendekatan pemberdayaan pada intinya memberikan tekanan pada otonomi pengambilan keputusan dari kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung, demokratis dan pembelajaran sosial. Dalam hal ini Friedman (1994) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas bidang ekonomi saja tetapi juga secara politis, sehingga pada akhirnya masyarakat akan memiliki posisi tawar (*bargaining position*) baik secara nasional maupun internasional. Sebagai titik fokusnya adalah aspek lokalitas, karena *civil society* akan merasa lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal.

Kempat, **SUPPORTING** yaitu bimbingan dan dukungan kepada masyarakat lemah agar mampu menjalankan peran dan fungsi kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat

agar tidak terjatuh kedalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.

Terakhir, **FOSTERING** yaitu memelihara kondisi kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antarberbagai kelompok masyarakat. Pemebrdayaan harus mampu menjamin keseimbangan dan keselarasan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan usaha.

d. Perlunya Pengembangan Masyarakat

Pengembangan masyarakat menjadi gerakan yang dirancang untuk membantu meningkatkan kehidupan masyarakat dengan melibatkan masyarakat itu sendiri sebagai bentuk aktivitas pemberdayaan untuk tercapaian kemajuan bersama. Pengembangan masyarakat memiliki beragam pengertian dari beberapa ahli. Mukerji (1961) memberikan definisi bahwa pengembangan masyarakat merupakan proses membangun kehidupan manusia sebagai individu dan sebagai anggota komunitasnya dengan cara mengembangkan pandangan yang progressif, kemandirian, dedikasi terhadap tujuan komunitas dan kerjasama.

Lebih lanjut, pada tahun 1962, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menegaskan bahwa dalam pengembangan masyarakat harus meliputi dua elemen, yaitu partisipasi dan inisiatif yang muncul dari dalam untuk menolong diri sendiri. Sehingga beragam defenisi yang muncul

setelahnya, tidak ada yang salah selagi masih memunculkan dua konsep tersebut.

Selanjutnya, Ite dalam Nasdian (2014:29) memaparkan beberapa prinsip pengembangan masyarakat yang akan menuntun kita pada konsep pemberdayaan masyarakat.

1. *Integrated Development*

Bahwa proses pengembangan masyarakat tidak berjalan parsial melainkan merupakan satu kesatuan proses pembangunan yang mencakup aspek sosial, ekonomi, politik, kebudayaan, lingkungan, dan personal.

2. Hak Asasi Manusia

Penekanan pada prinsip ini adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilakukan harus mengacu pada hak asasi manusia dan tidak melakukan pelanggaran pada hak tersebut. Prinsip dasar hak asasi manusia meliputi; hak mendapatkan kehidupan yang layak, hak untuk turut serta dalam kehidupan kultural, hak untuk mendapat perlindungan keluarga dan hak untuk "*self-determination*".

3. *Sustainability*

Prinsip ini menekankan pada upaya mengurangi ketergantungan pada sumber daya yang tidak tergantikan dan menciptakan sumber daya pendukung untuk membantu proses keberlanjutan program pengembangan masyarakat.

4. *Empowerment* atau pemberdayaan

Makna pemberdayaan adalah membantu komunitas dengan sumber daya, kesempatan, keahlian dan pengetahuan agar kapasitas komunitas meningkat sehingga dapat berpartisipasi untuk menentukan masa depan warga komunitas.

5. Inklusif

Penerapan prinsip ini menekankan bahwa para pelaku pengembangan masyarakat menghargai nilai-nilai atau pandangan yang sudah di dalam masyarakat, meskipun ada perbedaan pandangan oleh pelaku pengembangan masyarakat. *Community worker* dalam hal ini pelaku pengembangan masyarakat berusaha merangkul masyarakat yang berbeda pandangan tanpa perlu melakukan pengasingan.

e. Kelompok Penyandang Disabilitas

Istilah disabilitas atau dalam bahasa Inggris *disability* digunakan untuk menunjukkan ketidakmampuan yang ada sejak dilahirkan atau cacat yang sifatnya permanen. Kata istilah yang diletakkan pada para penyandang disabilitas (baik dalam bahasa Indonesia atau pun Inggris) selama ini lebih banyak mengacu kepada kondisi ketidakmampuan, kelemahan, ketidakberdayaan, kerusakan dan makna lain yang berkonotasi negatif. Penggunaan kata yang tepat dan sesuai, tidak menyinggung para penyandang disabilitas harus diperhatikan. Seperti

Istilah yang digunakan oleh akademisi maupun masyarakat sebagai alternatif untuk istilah cacat. Diantaranya adalah disabilitas, berkebutuhan khusus, spesial, dan difabel.

Undang-Undang tentang disabilitas telah menjelaskan secara jelas istilah disabilitas itu sendiri, penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelktual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Dalam Undang-Undang yang dulunya adalah penyandang cacat kini diganti menjadi penyandang disabilitas.

Terkait dengan pemberdayaan penyandang disabilitas, Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007:74) berpendapat bahwa pemberdayaan adalah suatu proses, maka dari itu pemberdayaan terdiri dari tahapan tertentu, meliputi tahap penyadaran yaitu tahap di mana target sasaran pemberdayaan diberikan penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk meraih segala sesuatu. Yang kedua *capacity building* yaitu memulai pemberdayaan dengan memberikan kemampuan terlebih dahulu sebelum diberikannya kekuatan pada manusia, organisasi, dan sistem nilai dalam pemberdayaan. Selanjutnya yang terakhir adalah pendayaan yaitu pemberian daya, kekuasaan, otoritas, atau peluang sesuai dengan kapasitas atau kemampuan yang telah dimiliki. Pemberdayaan bagi

kelompok penyandang disabilitas bertujuan untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam berbagai bidang kehidupan sosial.

Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan termasuk karena kondisi mental (Suharto, 2009:60) Ini diharapkan mampu memecahkan *problem* ketergantungan yang dialami para penyandang disabilitas, dan meningkatkan derajat keberfungsian sosial dari individu-individu dalam masyarakat secara umum. Sehingga ada ruang bagi mereka untuk lebih berdaya dan mandiri menentukan sendiri jalan hidupnya. Dengan begitu, masyarakat penyandang disabilitas tidak akan terlihat berbeda dengan masyarakat pada umumnya.

Kelompok-kelompok tertentu yang mengalami diskriminasi dalam suatu kelompok seperti para penyandang disabilitas adalah orang-orang yang mengalami ketidakberdayaan. Keadaan dan perilaku mereka yang berbeda dari keumuman kerap kali dipandang sebagai penyimpangan. Mereka seringkali kurang dihargai dan bahkan dicap sebagai orang malas dan lemah. Padahal ketidakberdayaan mereka seringkali merupakan akibat dari adanya ketidakadilan dan diskriminasi dalam aspek kehidupan tertentu.

Learner dalam Suharto (2009:62) lebih jauh menjelaskan konsep ketidakberdayaan ini sebagai proses dengan mana orang merasa tidak berdaya melalui pembentukan seperangkat pikiran emosional, intelektual,

dan spiritual yang mencegahnya dari pengkualitasaan kemungkinan-kemungkinan yang sebenarnya ada. Seperti contoh, penilaian diri yang negatif, interaksi negatif dengan lingkungan, atau berasal dari blockade dan hambatan yang berasal dari lingkungan yang lebih besar.

f. Indikator Keberdayaan

Menurut Parsons *et.al* (1994:106) pemberdayaan mencakup tiga dimensi pemberdayaan yang merujuk pada :

1. Sebuah proses pembangunan yang bermula dari pertumbuhan individual yang kemudian berkembang menjadi sebuah perubahan sosial yang lebih besar.
2. Sebuah keadaan psikologis yang ditandai oleh rasa percaya diri, berguna dan mampu mengedalikan diri dan orang lain.
3. Pembebasan yang dihasilkan dari sebuah derakan sosial, yang dimulai dari pendidikan dan politisasi orang-orang lemah tersebut untuk memperoleh kekuasaan dan mengubah struktur-struktur yang masih menekan.

Selanjutnya, keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari seberapa besar partisipasi atau keberdayaan yang dilakukan individu dan masyarakat. Semakin banyak masyarakat terlibat dalam proses pemberdayaan, berarti semakin berhasil kegiatan pemberdayaan tersebut. Juga keberdayaan mereka yang menyangkut kemampuan ekonomi, dan

kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan. Uphoff dalam Cernea (1988:500), yang menyatakan salah satu paradoks dalam mendorong partisipasi adalah bahwa tidak hanya dalam mempromosikan pembangunan dari bawah (*bottom up planning*), tapi justru sering pula membutuhkan upaya dari atas.

Konsep pemberdayaan, menurut Kabeer (1999), terdiri atas akses terhadap sumber daya, bentuk badan usaha atau perantara yang melakukan pemberdayaan, serta pencapaian atas hasil pemberdayaan tersebut. Pemberdayaan memerlukan proses perubahan. Perubahan ini mengacu pada kemampuan orang untuk membuat pilihan yang terdiri atas tiga dimensi sebagai berikut:



Gambar 2. Dimensi Pemberdayaan *Sumber : Palaon dan Dewi (2019:10)*

Akses terhadap sumber daya bukan hanya sumber daya material dalam pengertian ekonomi secara konvensional, tetapi juga meliputi sumber daya manusia dan sosial. Sumber daya dalam arti kata yang lebih luas diperoleh melalui keragaman hubungan sosial (lingkungan keluarga, relasi di tempat umum, komunitas). Inovator atau perantara bertindak

dalam melihat peluang atau kemampuan untuk mendefinisikan tujuan seseorang atau kelompok masyarakat, termasuk juga beberapa hal yang mencakup makna, motivasi, dan tujuan individu dalam melakukan aktivitas yang akan mendukung kehidupan mereka.

Pemberdayaan akan memberikan kontribusi besar bagi kehidupan masyarakat. Kontribusi yang diberikan mencakup berbagai pengetahuan dan keterampilan serta metode yang baik untuk dapat memaksimalkan segala potensi yang ada pada diri individu dan potensi yang ada di lingkungannya. Pemberdayaan memungkinkan perkembangan bakat atau kemampuan yang terpendam dalam setiap individu. Akan tetapi pemberdayaan tidak hanya sekadar meningkatkan kemampuan atau kapasitas untuk memenuhi kebutuhan hidup individu, tetapi juga untuk membangun jiwa kemandirian masyarakat agar berkembang dan memiliki motivasi yang kuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberdayaan

Mengacu pada buku Suharto (2010:37), juga memberikan definisi pengembangan masyarakat sebagai salah satu metode pekerjaan sosial yang tujuan utamanya untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat melalui pendayagunaan sumber-sumber yang ada pada mereka, serta menekan prinsip partisipasi sosial. Sebuah pemberdayaan dan pengembangan masyarakat menunjuk pada interaksi aktif antara inovator atau pekerja sosial dan masyarakat dengan mana mereka akan terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi. Dalam upaya mewujudkan perubahan sosial, orang-orang akan

berkomunikasi demi tujuan untuk membangun masyarakat dan bertindak bersama-sama untuk mewujudkannya (Novek, 1999).

g. Kesejahteraan Masyarakat

Menurut Segel dan Bruzy (1999:8) Kesejahteraan sosial adalah kondisi sejahtera dari suatu masyarakat. Kesejahteraan meliputi kesehatan, kebahagiaan, dan kualitas hidup rakyat. Sedangkan Suharto (2009:1) mendefinisikan kesejahteraan sosial adalah suatu institusi atau bidang kegiatan yang melibatkan aktivitas terorganisir yang diselenggarakan baik oleh lembaga-lembaga pemerintah maupun swasta yang bertujuan untuk mencegah, mengatasi atau memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah sosial dan peningkatan kualitas hidup individu atau kelompok dan masyarakat.

Sumaryadi, (2005:107). menyatakan bahwa istilah kesejahteraan sering diartikan sebagai kondisi sejahtera yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan, dan kesehatan. Pengertian ini menempatkan kesejahteraan sosial sebagai tujuan dari kegiatan pembangunan. Pembangunan mempunyai kaitan yang erat dengan pemberdayaan masyarakat, dimana pada pembangunan diperlukan upaya dan langkah-langkah untuk mempersiapkan masyarakat guna memperkuat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana

keadilan yang berkelanjutan untuk meningkatkan harkat dan martabatnya serta mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan.

Upaya tersebut merupakan salah satu wujud nyata dari pemberdayaan masyarakat. Sasaran pembangunan kesejahteraan sosial adalah seluruh masyarakat dari berbagai golongan dan kelas sosial. Namun prioritas utama pembangunan di sini adalah kelompok-kelompok yang kurang beruntung, meliputi orang miskin, penyandang cacat, anak jalanan, dan sebagainya (Suharto, 2009:4) Maka. cara terbaik untuk mengatasi masalah pembangunan adalah membiarkan semangat para pelaku wirausaha sosial tumbuh dalam kehidupan masyarakat, mendorong masyarakat berani bersaing, berani mengambil resiko, menumbuhkan semangat untuk menemukan hal-hal baru (inovasi) melalui partisipasi masyarakat, dan salah satunya melalui upaya pemberdayaan. Mengacu pada Sumodiningrat (1999), pemberdayaan masyarakat dinilai berhasil jika dapat mengurangi jumlah penduduk miskin pada suatu daerah. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, peran komunikasi dalam sebuah pembangunan sangat dibutuhkan untuk membantu masyarakat khususnya dalam menghadapi modernisasi agar dapat memberikan bekal kepada mereka dengan cara mengembangkan wawasan agar lebih mandiri dalam menyiapkan segala keperluan mereka melalui pemberdayaan.

3) Tinjauan Komunikasi dalam Pemberdayaan Masyarakat

a. Definisi Dasar Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat berhubungan satu sama lain. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, yang berarti bahwa suatu tindakan penyampaian informasi. Hal ini mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep untuk keberlangsungan hidup dan memupung hubungan dengan orang lain.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, begitu juga halnya dengan suatu organisasi. Komunikasi sebagai keterampilan penting yang dibutuhkan dalam manajemen. Publik menaungi dan menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi secara efektif sekaligus menarik perhatian publik serta tujuan penting lainnya. Ini didefinisikan komunikasi sebagai alat yang penting bagi semua keefektifan suatu kegiatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses interaksi dengan maksud dan tujuan tertentu dengan saling berkaitan antara para komunikator dan komunikan yang tentunya juga memiliki tujuan untuk efisiensi dan efektivitas. Komunikasi yang efektif penting bagi semua organisasi, karena pentingnya komunikasi dalam organisasi maka perlu menjadi perhatian pengelolah agar dapat membantu dalam pelaksanaan tugasnya.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan pemberdayaan terletak pada interaksi yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi tersebut. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam sebuah organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Untuk lebih jelasnya berikut uraian definisi komunikasi dalam pemberdayaan.

b. Komunikasi dalam Program Pemberdayaan Masyarakat

Komunikasi menjadi titik tolak dalam teori ini. Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi dan pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh Novek (1999), dapat dilihat bahwa dengan pengawasan dan pendampingan ketat pada aktivitas pemberdayaan akan berhasil merubah perilaku masyarakat serta menumbuhkan ide, gagasan dan kreativitas untuk mengelola sumber daya manusianya dan sumber daya yang ada di lingkungannya. Dan komunikasi menjadi salah satu kunci untuk tetap menjaga hubungan dengan masyarakat.

Fungsi proses komunikasi secara dialogis dalam pemberdayaan masyarakat, yaitu :

1. Media penyampaian informasi kepada masyarakat tentang kegiatan pemberdayaan.

2. Wadah partisipasi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup.
3. Media untuk memahami tentang masyarakat dengan berbagai karakteristiknya, kebutuhan dan budayanya.
4. Membangun kesadaran masyarakat tentang potensi dirinya.
5. Wahana untuk bersama-sama aktif melakukan berbagai kegiatan pemberdayaan secara dialogis, demokratis dan partisipatif
6. Wahana pemeliharaan budaya lokal sebagai jati diri bangsa yang memiliki karakter dan bermartabat.

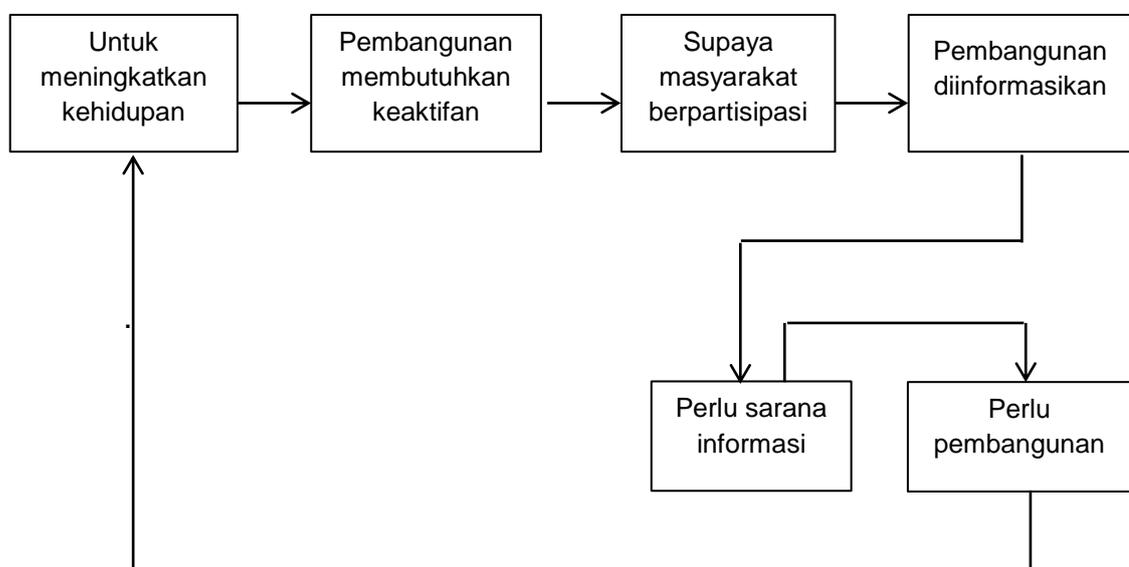
Selain itu, fungsi komunikasi di sini sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap tujuan pembangunan. Penyebaran ide-ide pembangunan pada masyarakat luas, memberikan pemahaman bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, apalagi untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat sesuai dengan kehendak para inovator. Segala upaya serta teknik penyampaian pesan dan keterampilan-keterampilan yang berasal dari pihak yang memprakarsai suatu pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat dapat memahami, menerima dan ikut serta melaksanakan gagasan tersebut. Untuk itu, dalam mengusahakan sebuah pembangunan dalam pemberdayaan diperlukan pendekatan komunikasi untuk menjawab persoalan pembangunan tersebut.

Unsur komunikasi pada umumnya juga berlaku pada proses pembangunan. Secara ringkas proses sederhana komunikasi meliputi komunikator sebagai sumber mengirim pesan melalui saluran kepada komunikan sebagai penerima. Pesan-pesan dalam komunikasi pemberdayaan untuk sebuah pembangunan lebih bersifat universal, tidak ditujukan kepada satu orang melainkan kepada masyarakat luas melalui berbagai cara-cara penyampaian pesan mulai dari komunikasi pribadi, komunikasi kelompok hingga komunikasi massa untuk tujuan pengembangan masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan yang memerlukan proses berkelanjutan, maka dibutuhkan komunikasi yang baik antara penggerak program dengan masyarakat maupun antar warga masyarakat. Komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam terbentuknya tindakan komunikatif masyarakat. Hadirnya komunikasi pada dasarnya ditujukan untuk memberikan kontribusi dalam proses pembangunan demi kesejahteraan. Pemberdayaan akan memberikan kontribusi besar bagi kehidupan masyarakat.

Seperti yang dikemukakan oleh Mardikanto (2010) bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan paradigma alternatif pembangunan dengan tujuan membawa masyarakat kepada keberdayaan. Masyarakat yang sejahtera akan mampu mengatasi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan materiil maupun non-materiil. Akan

tetapi pemberdayaan tidak hanya sekedar meningkatkan kemampuan atau kapasitas untuk memenuhi kebutuhan hidup individu, tetapi juga untuk membangun jiwa kemandirian masyarakat agar berkembang dan memiliki motivasi yang kuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberdayaan. Deskripsi Schramm tentang peran komunikasi dalam pembangunan adalah sebagai berikut:



Gambar 3 : Peranan Komunikasi dalam Pembangunan

Berangkat dari tujuan pengembangan masyarakat untuk meningkatkan sumber daya manusia, maka inti dari pemberdayaan masyarakat di sini adalah mendidik, memberikan motivasi dan keterampilan, mempersuasi, membuat anggota masyarakat mampu mengerjakan sesuatu dengan memberikan wadah atau sarana yang diperlukan untuk memberdayakan mereka.

Selanjutnya Tahoba (2011), menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam program *community development* membawa dampak pada perbedaan komunikasi antara masyarakat yang berpartisipasi dengan masyarakat yang tidak berpartisipasi. Masyarakat yang berpartisipasi lebih mengalami perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap akibat penyampaian pesan atau inovasi yang ditawarkan dibanding dengan masyarakat yang tidak berpartisipasi. Masyarakat yang tidak berpartisipasi cenderung menunjukkan sikap acuh tak acuh atau malas mencari tahu tentang pesan yang disampaikan.

Sejalan dengan itu, komunikasi sebagai upaya menyampaikan, mengkaji dan menjelaskan tentang isu, ide atau gagasan yang berkaitan dengan perubahan menuju pengembangan masyarakat. Mefalopulos (2008) mengemukakan bahwa komunikasi sangat penting masuk sebagai bagian utama, baik dalam kegiatan maupun implementasinya. Reformasi kebijakan juga bagian dari operasi komunikasi, yang semuanya digerakkan oleh hasil dan ukuran dari dampak pembangunan. Hal mengenai bagaimana komunikasi itu dilakukan sehingga berperan sebagai penunjang pelaksanaan program-program pembangunan dalam rangka menciptakan perubahan yang lebih baik dalam suatu sistem sosial.

4) Kewirausahaan Sosial

Konsep kewirausahaan sosial merupakan perluasan dari konsep dasar kewirausahaan yang telah diakui sebagai solusi peningkatan ekonomi, terutama dalam menyelesaikan masalah sosial (Patra dan Nath, 2014). Pada konteks kewirausahaan sosial, paling tidak akan ditemukan tiga istilah yang saling berkaitan yaitu sebagai berikut :

- **Social Entrepreneurship**, didefinisikan sebagai aktivitas bisnis yang dilakukan bukan hanya untuk mengejar keuntungan tapi juga untuk memberi solusi atas permasalahan sosial yang belum mampu diatasi oleh pemerintah.
- **Sociopreneur**, merupakan pelaku/pengusaha yang memiliki kemampuan untuk memandang masalah sosial yang dihadapi masyarakat lalu menciptakan solusi inovasi yang bersifat jangka panjang. Pengusaha sosial atau wirausaha sosial adalah mereka yang memiliki semangat kewirausahaan (mengambil sumber daya yang kurang dimanfaatkan dan menemukan cara menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan), inovatif (menciptakan layanan dan produk baru, serta cara-cara baru dalam menghadapi masalah), agen perubahan (mengubah suatu kelompok menjadi kreatif dan dinamis), serta mereka dapat mengubah lingkungan dan komunitas yang mereka layani dengan membuka kemungkinan untuk pengembangan diri (Leadbeatrer, 1997).

- **Social Enterprise**, lembaga/institusi atau perusahaan sosial yang menaungi aktivitas kewirausahaan sosial, serta menerapkan strategi komersial untuk mengatasi masalah sosial yang berkelanjutan. Ituah sebabnya kewirausahaan sosial biasa juga disebut sebagai *social enterprise*.

Definisi tentang dari kewirausahaan dari Nicholls (2008:23) yang menjadi pegangan peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut; Aktivitas yang efektif dan inovatif yang secara strategis berfokus pada usaha mengatasi kegagalan pasar sosial dan penciptaan peluang-peluang baru untuk meningkatkan nilai sosial secara sistematis dengan menggunakan sejumlah sumber daya dan beragam format organisasi untuk memaksimalkan dampak sosial serta membawa perubahan.

Meskipun berorientasi sosial, kewirausahaan sosial tidak sepenuhnya melakukan kegiatan sosial nirlaba (*nonprofit*) layaknya organisasi sosial seperti yayasan panti asuhan, tetapi juga tidak sepenuhnya menjalankan aktivitas bisnis seperti yang dilakukan layaknya *enterepreneur* pada umumnya. Jika *business entrepreneur* mengukur keberhasilan dari kinerja keuangan (*profit*), lain hal dengan *sosial entrepreneurship* mengukur keberhasilan dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat (*benefit*). Berikut dijelaskan karakteristik antara Perusahaan Komersial, Organisasi Nirlaba dan Kewirausahaan Sosial.

Tabel 1 : Karakteristik Perusahaan Komersial, Organisasi Nirlaba, dan Kewirausahaan sosial.

Perbedaan	Perusahaan Komersial	Organisasi Nirlaba	Kewirausahaan Sosial
Tujuan	Memaksimalkan Profit.	Menjalankan misi sosial/Amal.	Memaksimalkan profit untuk menjalankan misi sosial.
Penerima Manfaat	Konsumen , membeli dengan mekanisme pasar.	Masyarakat yang dituju dalam pemberian bantuan sosial.	Masyarakat melalui Pemberdayaan.
Tenaga Kerja	Karyawan	Relawan	Karyawan dengan sistem gaji yang berbeda.
Akses Pendanaan	Penyertaan saham.	Donasi/Hibah	Dengan cara yang bervariasi salah satunya dengan menjalankan bisnis.

(Hasil kesimpulan sendiri)

Berdasarkan uraian di atas, *social entrepreneurship* adalah sebuah lembaga yang bergerak dengan tujuan sosial namun dalam operasionalnya menggunakan prinsip dan aplikasi bisnis. Berawal sejak dianugerahinya Mohamad Yunus sebagai pemenang hadiah nobel. Ia muncul dengan gagasan bahwa pemberian bantuan langsung kepada kaum miskin hanya akan mengkerdilkan mereka. Sebagai solusinya, dosen ekonomi di salah satu perguruan tinggi Bangladesh ini mengeluarkan program kredit mikro tanpa agunan untuk menolong masyarakat miskin, kebanyakan kaum ibu yang hidup di lingkungannya.

Inilah spirit yang disebut sebagai kewirausahaan sosial, yaitu sebuah upaya untuk memanfaatkan mental *entrepreneur* (yaitu mental inovatif, kerja keras, berani mengambil resiko dll) untuk sebesar-besarnya kebermanfaatan bagi masyarakat. Inilah antusiasme bisnis yang tidak menghubungkan indikator kesuksesannya dengan kinerja keuangan, melainkan lebih kepada seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat. Pemahaman tersebut sejalan dengan pengertian yang dikemukakan Palesangi (2013) bahwa social entrepreneurship terdiri dari empat elemen utama yakni :

(1) *Social Value*.

Ini merupakan elemen paling khas dari social entrepreneurship yakni menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

(2) *Civil Society*.

Social entrepreneurship pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat.

(3) *Innovation*.

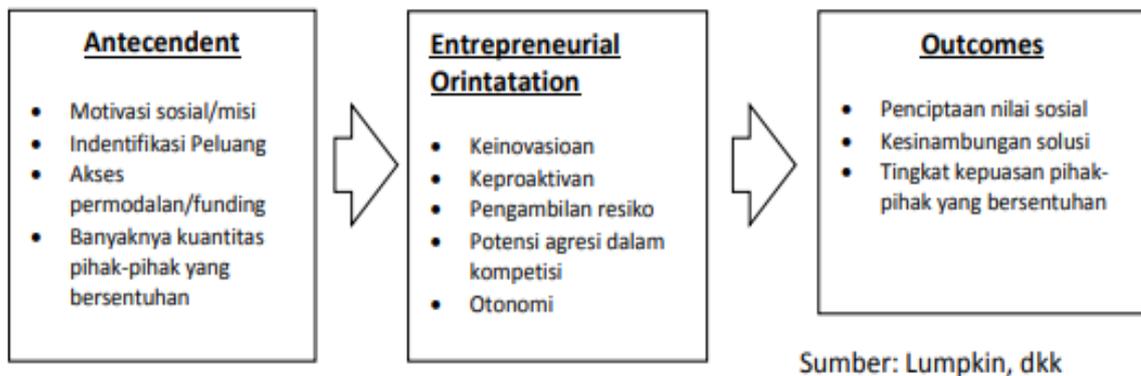
Social entrepreneurship memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif antara lain dengan memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial. Alasan mengapa pelaku wirausaha sosial juga disebut inovator, karena mereka pendorong utama inovasi yang menjadi dasar

bagi pembangunan ekonomi pada aktivitas pemberdayaan masyarakat.

(4) *Economic Activity.*

Social entrepreneurship yang berhasil pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis/ekonomi dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi.

Keunikan dari kewirausahaan sosial adalah kemampuannya untuk melihat 'masalah' sebagai 'peluang'. Mereka melihat hal-hal yang menurut kebanyakan pihak harus dihindari justru sebagai sesuatu yang mampu digerakkan, dioptimalkan dan didayagunakan untuk manfaat sosial yang besar. Kewirausahaan sosial menurut Abu-Saifan (2012), memiliki empat faktor yang membedakannya dari bentuk kewirausahaan lainnya, yaitu terdapat dorongan misi untuk memberikan nilai sosial kepada yang membutuhkan, memiliki kombinasi karakteristik kewirausahaan, berorientasi pada budaya inovasi dan bersifat terbuka, serta merupakan organisasi atau usaha yang independen secara finansial yang memiliki rencana pada strategi mendapatkan penghasilan. Proses kewirausahaan sosial, secara umum tidak banyak berbeda dengan kewirausahaan biasa, namun demikian, terdapat beberapa perbedaan yang membuat proses ini menjadi khas dan unik. Berikut ini adalah penjelasannya.



Gambar 4 : Kerangka Kerja Proses Kewirausahaan Sosial

Tahapan *Social Entrepreneurship*

1. Mengidentifikasi masalah yang belum tertangani sekaligus mencari peluang yang ada disekitar kita.
2. Solusi yang ditawarkan.
3. Identifikasi siapa saja yang terlibat.
4. Membuat sistem atau model bisnis, dengan tujuan supaya kewirausahaan sosial yang didirikan bisa berkelanjutan.

Menurut Dees (2002:31) cara terbaik mengukur kesuksesan kewirausahaan sosial adalah bukan dengan menghitung jumlah profit yang dihasilkan, melainkan pada tingkat dimana mereka telah menghasilkan nilai-nilai sosial (*social value*). Para wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan dalam sektor sosial dengan mengadopsi sebuah misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai-

nilai sosial; mengenali dan mengusahakan peluang-peluang baru untuk menjamin keberlangsungan misi tersebut; melibatkan diri dalam sebuah proses inovasi, adaptasi dan belajar yang berkelanjutan; bertindak penuh semangat walaupun dengan keterbatasan sumber; penuh intensitas dalam semangat akuntabilitas kepada konstituen dan pada usaha-usaha untuk menghasilkan target yang telah ditetapkan. Berbagai output dari beragam aktivitas kewirausahaan sosial, pada akhirnya dapat dikelompokkan ke dalam beberapa sektor berikut ini, yaitu seperti yang diungkap oleh Smallbone (2001) dalam (Nicholls 2008:14) berikut.

- Menyediakan jasa dan produk dimana pasar atau sektor publik tidak bersedia menyediakan atau tidak mampu menyediakan
- Membangun keterampilan
- Menciptakan lapangan kerja
- Membangun jalan untuk menghubungkan orang-orang yang terpisah secara sosial

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini menjelaskan tentang beberapa pendekatan teoritik yang nantinya akan menunjang dalam analisis data. Beberapa teoritik tersebut adalah teori komunikasi persuasif, dan Teori *Actors*.

1. Teori Komunikasi Persuasif

Salah satu fungsi dari komunikasi adalah persuasif. Fungsi persuasi disebut juga fungsi memengaruhi. Fungsi persuasif adalah fungsi komunikasi yang menyebarkan informasi yang dapat memengaruhi (mengubah) sikap penerima agar dia menentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan kehendak pengirim.

Menurut Liliweri (2013:77) ada banyak definisi mengenai persuasif, namun persuasif dapat diartikan sebagai :

- Suatu kemauan yang disadari dari seorang komunikator untuk memodifikasi pikiran dan tindakan komunikan melalui manipulasi motif dari komunikan agar komunikan dapat berubah.
- pikiran dan tindakan sebagaimana yang dikehendaki oleh sumber. Seni yang digunakan oleh komunikator untuk memengaruhi komunikan.
- Proses untuk mengubah sikap, kepercayaan, pendapat atau perilaku komunikan.

Beting-haus (1973) dalam bukunya yang berjudul "*Persuasif Communication*" dijelaskan bahwa komunikasi persuasif ini dapat memengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang, hubungan aktivitas antara pembicara dan pendengar dimana pembicara berusaha

mempengaruhi tingkah laku pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan.

Sebelum mempersuasi, diperlukan strategi yang tepat sesuai sasaran dan kebutuhan. Komunikasi persuasif melihat bagaimana strategi yang digunakan antara pihak komunikator guna mendapatkan hasil baik dalam menarik perhatian, meyakinkan komunikan dan mengajak mereka untuk ikut sesuai pesan yang disampaikan.

Teori komunikasi persuasif menurut Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach (1989) terbagi atas tiga bagian diantaranya sebagai berikut.

a. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamika dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Hal tersebut didasari oleh asumsi bahwa :

- Ciri-ciri biologis manusia itu merupakan hal yang diwariskan.
- Terdapat sekumpulan faktor yang diperoleh yang membentuk struktur kognitif setiap individu.
- Terdapat faktor lain yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional. Oleh karena itu strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif karena tidak akan mungkin mengubah faktor biologis.

Asumsi berikutnya adalah bahwa faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, apabila faktor-faktor kognitif dapat diubah, perilaku juga dapat diubah. Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan dan kekuatan individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan struktur internal jiwa sebagai hasil belajar.

Secara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek-aspek yang dipengaruhi adalah ide ataupun konsep sehingga akan terbentur keyakinan terhadap seseorang. Inilah fungsi dari komunikasi persuasidalam menyampaikan suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan tujuan dapat memengaruhi sikap emiso seseorang. Persuasi yang dilakukan secara emosional biasanya mententuh afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai cara sehingga mereka akan cepat merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader. Dengan kata lain, untuk komunikasi persuasive yang efektif terletak dalam belajar sesuatu hal yang baru. Asumsi tersebut dapat mengubah struktur internal psikologis individu seperti, rasa takut,

sikap, kebiasaan, dan hal lain yang hasilnya akan nampak pada perilaku yang nyata.

b. Strategi Sosiokultur

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Strategi sosiokultural menjelaskan faktor eksternal dari seorang individu sangat berperan penting dalam memengaruhi perilaku individu. Maka sebelum melakukan komunikasi persuasif perlu diperhatikan bagaimana faktor lingkungan yang dimiliki seseorang *persuadee*. Kondisi eksternal yang sangat berpengaruh memberikan peluang bagi *persuader* untuk menciptakan lingkungan eksternal yang sesuai dan dapat menimbulkan kepercayaan dan pada akhirnya *persuadee* mengikuti apa keinginan *persuader*.

c. Teori Manipulasi Pengertian (*The Meaning Construction*)

Berdasarkan pemikiran De Fleur dan Rokeach, nampak bahwa yang menjadi asumsi utama strategi *The Meaning Construction* adalah bahwa pengetahuan dapat memengaruhi perilaku. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar berbuat” (*learn-do*) seperti yang di lawankan dengan “belajar – merasa – berbuat (*learn - feel- do*) dan pendekatan “belajar penyesuaian diri” .

Menurut Ruslan (1998: 16), strategi persuasif memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.
- Komunikator sekaligus mediator berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui stimulasi.
- Mendorong publik untuk berperan serta dalam aktivitas organisasi agar tercipta perubahan sikap dan penilaian.
- Apabila perubahan sikap dan penilaian dari publik dapat terjadi maka pembinaan dan pengembangan terus menerus dilakukan agar peran serta tersebut terpelihara dengan baik.

2. Teori Actors

Pemberdayaan sebagai konsep alternatif pembangunan, dengan demikian menekankan otonomi pengambilan keputusan suatu kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumber daya pribadi, partisipasi, demokrasi, dan pemberdayaan sosial melalui pengalaman langsung. Fokusnya adalah lokalitas, karena masyarakat lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal. Meski demikian Friedmann (1992) mengingatkan, sangat tidak realistis apabila kekuatan ekonomi dan struktur-struktur di luar masyarakat diabaikan. Karena itu, pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas ekonomi, tapi juga politik, sehingga masyarakat memiliki daya posisi tawar (*bargaining position*) secara nasional maupun

internasional. Konsep pemberdayaan merupakan hasil interaksi di tingkat ideologis maupun praktis. Di tingkat ideologis, konsep ini merupakan hasil interaksi antara konsep *top-down* dan *bottom-up*, antara *growth strategy* dan *people centered strategy*. Sedangkan di tingkat praksis, interaksi terjadi lewat pertarungan antar otonomi. Konsep pemberdayaan, dengan demikian, mengandung konteks pemihakan kepada masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan. Memperhatikan uraian tentang mainstream teori-teori pembangunan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi rakyat, di mana manusia (individu dan masyarakat) harus menjadi subyek pembangunan. Uji empiris menunjukkan, teori-teori yang berpihak pada peran masyarakat luaslah yang lebih berhasil dalam pembangunan di negara-negara berkembang. Teori yang semata-mata mengandalkan modal dan sumber daya alam telah usang. Sebaliknya, teori yang berorientasi pada manusia makin unggul dan cenderung berkembang, salah satunya adalah teori **ACTORS**.

a. Teori Actors dalam Pemberdayaan Masyarakat

Teori Actors tentang pemberdayaan yang dikemukakan oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay (1997) lebih memandang masyarakat sebagai subyek yang dapat melakukan perubahan dengan cara membebaskan seseorang dari kendali yang kaku dan memberi orang tersebut kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-ide, keputusan-keputusannya, dan tindakan-tindakannya. Pemberdayaan

yang dimaksudkan oleh Cook dan Macaulay lebih mengarah pada pendelegasian secara sosial dan etika/moral, antara lain: (a) mendorong adanya ketabahan; (b) mendelegasikan wewenang sosial; (c) mengatur kinerja; (d) mengembangkan organisasi (baik lokal maupun eksteren); (e) menawarkan kerjasama; (f) berkomunikasi secara efisien; (g) mendorong adanya inovasi; dan (h) menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi.

Kerangka kerja pemberdayaan dapat dilihat dari akronim ACTORS antara lain terdiri dari:

A= *authority* (wewenang) dengan memberikan kepercayaan

C= *confidence and competence* (rasa percaya diri dan kemampuan)

T= *trust* (keyakinan)

O= *opportunities* (kesempatan)

R= *responsibilities* (tanggung jawab)

S = *support* (dukungan)

Dengan menggunakan kerangka kerja ACTORS tersebut, guna menumbuhkan keberdayaan masyarakat, akan dapat dilakukan dengan mengacu pada pemberdayaan yang berasal dari inner dan inter masyarakat. Di mana pemerintah dan organisasi non pemerintah sebagai aktornya.

b. Peran Actors dalam Pemberdayaan Masyarakat

Sejalan dengan pemahaman di atas bahwa pemerintah dan non pemerintah menjadi actors dalam sebuah pemberdayaan masyarakat, di negara-negara berkembang peranan pemerintah sangatlah penting. Pola peranan pemerintah yang bersifat “dari atas ke bawah”. Melalui strategi dari atas ke bawah tersebut dapat dilakukan kontrol yang ketat dan dapat dikeluarkan instruksi secara cepat, serentak, dan seragam. Cara ini kelihatan efisien baik dilihat dari segi waktu maupun energi yang dikeluarkan, lebih-lebih dalam rangka mengejar ketertinggalannya, negara-negara sedang berkembang menempuh segala cara untuk mempercepat pembangunan nasionalnya. Melalui strategi top-down seolah-olah pemerintah dapat memaksakan kehendaknya kepada masyarakat. Hal itu dilatarbelakangi oleh sistem nilai dalam masyarakat yang memungkinkan tumbuhnya sikap paternalistik (bapak dan anak buah); bahwa pemerintah yang dianggap paling tahu, berwenang, dan mampu mencapai apa yang terbaik bagi masyarakat.

Di samping itu, keberadaan dan peranan organisasi non pemerintah atau non governmental (NGO/LSM) yang tersebar di tingkat lokal, nasional, maupun internasional juga diharapkan peranannya dalam pemberdayaan masyarakat. NGO dalam arti sempit meliputi organisasi nirlaba (*non-profit organization*); lembaga pengembangan

swadaya masyarakat (*grassroots organization*); yang kegiatannya berkaitan dengan proses dan dampak pembangunan, pengembangan dan perubahan sosial, serta pemberdayaan rakyat. Peran NGO dalam memberdayakan rakyat antara lain dapat dirumuskan melalui pendidikan kemandirian dengan berperan sebagai berikut:

- (1) fasilitator dan katalisator;
- (2) pelatih dan pendidik;
- (3) pemupuk modal; dan
- (4) penyelenggara proyek.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat di Indonesia, ada tiga hal yang perlu dilakukan melalui teori ACTORS. Pertama, pembangunan perlu diarahkan pada perubahan struktur. Kedua, pembangunan diarahkan pada pemberdayaan masyarakat guna menuntaskan masalah kesenjangan berupa pengangguran, kemiskinan, dan ketidakmerataan dengan memberikan ruang dan kesempatan lebih besar kepada rakyat banyak untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Ketiga, pembangunan perlu diarahkan pada koordinasi lintas-sektor yang mencakup program pembangunan antarsektor, antardaerah, dan pembangunan khusus. Dalam pelaksanaan, ketiga arah itu harus dilakukan secara terpadu, terarah, dan sistematis tidak dapat saling dipisahkan.

Dalam proses memberdayakan masyarakat sekaligus juga memberdayakan organisasi masyarakat (NGO), di Indonesia dilakukan melalui tiga pendekatan sebagai berikut:

- 1) pendekatan kemanusiaan, walaupun tidak memberdayakan masyarakat sebagai kelompok sasaran, akan tetapi dapat memberdayakan NGO itu sendiri;
- 2) pendekatan pengembangan masyarakat, bertujuan mengembangkan, memandirikan, dan menswadayakan masyarakat;
- 3) pendekatan pemberdayaan rakyat, bertujuan memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan disegala bidang dan sektor kehidupan.

Dengan menggunakan konsep pemberdayaan yang ditawarkan dalam kerangka kerja teori Actors, maka perubahan yang akan dihasilkan merupakan suatu perubahan yang bersifat terencana karena input yang akan digunakan dalam perubahan telah diantisipasi sejak dini sehingga output yang akan dihasilkan mampu berdayaguna secara optimal. Kajian pengelolaan pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan kerangka kerja Actors akan menumbuhkan kesadaran, rasa percaya diri, semangat, keyakinan, kesempatan, tanggung jawab, dukungan, inisiatif, dan kreativitas, untuk merubah keadaan kearah kemandirian, sehingga memiliki pengetahuan dan pemahaman untuk memberdayakan dirinya (*self-empowering*) secara berkesinambungan.

C. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penulis mencoba meninjau keterkaitan antara hasil penelitian terdahulu dengan fokus penelitian yang saat ini tengah dilakukan. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan yang lebih beragam dari berbagai sudut pandang terkait penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan beberapa kajian/penelitian terkait praktik kewirausahaan sosial dan kaitannya dengan komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat untuk membantu permasalahan sosial.

Pertama, penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Penyandang Disabilitas Intelektual oleh Didin Putra Pradana (2018). Hasilnya menunjukkan bahwa desain komunikasi dengan menerapkan pendekatan - pendekatan yang sesuai dengan karakter masyarakat sasaran, seperti *door to door*, pemberian bantuan, pelibatan masyarakat, kekeluargaan, dan praktik budaya dengan memaksimalkan saluran tradisional, seperti opinion leaders dan pemerintah setempat. Model komunikasi dialog, forum diskusi, dan komunikasi retoris digunakan untuk mengoptimalkan partisipasi masyarakat.

Kedua, Fauzia, Reka Resti (2020) yang berjudul Strategi Komunikasi Balai Rehabilitasi Sosial Pada Kegiatan Bimbingan Karier Untuk Meningkatkan *Life Skill* Bagi Penyandang Disabilitas Netra. Penelitian ini sendiri terfokus kepada bagaimana strategi komunikasi dari kegiatan

bimbingan karier. Program peningkatan *Life Skill* di PSBN Wyata Guna bertujuan untuk meningkatkan kemandirian penyandang disabilitas agar mereka dapat lebih mandiri setelah keluar dari panti tersebut dan agar mereka dapat lebih diterima oleh masyarakat lain di luar panti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Balai Rehabilitasi Sosial melalui kegiatan bimbingan karier yang melakukan perencanaan komunikasi yang dimulai dari merancang manajemen komunikasi hingga menetapkan tujuan, dan bagaimana memberikan fasilitas terbaik agar para penerima pelayanan memiliki life skill dan terus meningkat

Ketiga penelitian yang dilakukan oleh Thompson dan Doherty (2006) dengan judul *The Diverse of Social Enterprise Stories: A collection of social Enterprises stories*. Metode yang digunakan adalah perbandingan, yaitu mendeskripsikan dan membandingkan profil dari sebelas *social enterprises* yang berbeda. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah bahwa secara umum, praktik dari masing-masing *social enterprise* tidak dapat disamakan, karena masing-masing memiliki cara dan strategi tersendiri.

Keempat, Penelitian dengan judul Pengentasan Kemiskinan melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial oleh Nurfirdaus (2014). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran kewirausahaan sosial dalam membangun ekonomi masyarakat yang berimplikasi pada pengurangan

kemiskinan. *Social business* yang menjadi studi kasus adalah Bina Swadaya dan Mitra Bali. Dengan melakukan metode analisis kualitatif. Peneliti menyimpulkan bahwa penciptaan nilai sosial dan inovasi merupakan instrumen utama dalam kewirausahaan sosial dan telah berperan dalam mendorong perbaikan ekonomi masyarakat sebagai upaya untuk mengurangi kemiskinan.

Kelima, Penelitian atas nama Oca Pawalin (2017) dengan judul Peran Dinas Sosial Kota Metro Dalam Pemberdayaan Penyandang Disabilitas di Dinas Sosial Kota Metro di Provinsi Lampung. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa peran Dinas Sosial kota metro dalam pemberdayaan penyandang disabilitas meliputi peran fasilitator, peran perwakilan pendidikan dan teknis dilakukan dengan baik tetapi tidak belum sepenuhnya efektif. Hal ini ditandai dengan pelatihan dan bantuan sosial yang diberikan belum merata masih banyak penyandang disabilitas yang belum merasakan pelatihan dan bantuan sosial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan deskriptif dan berfokus pada peran teori peran, yaitu peran peran fasilitatif peran pendidikan dan teknis sebagai patokan representatif.

Keenam, penelitian Reza Triyuli (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella House Of Donuts. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pemberdayaan

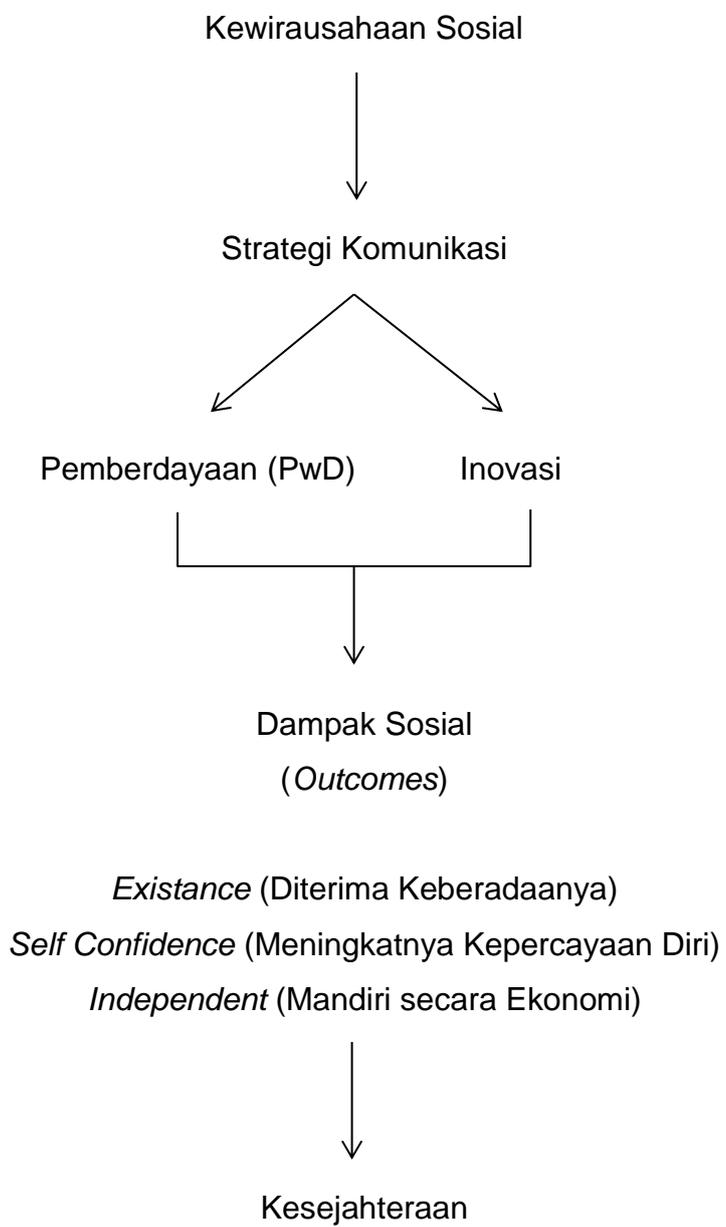
Penyandang Disabilitas Café Mella House Of Donuts. Jenis penelitian ini penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran yang ditetapkan Café Mella House Of Donuts adalah masih melakukan promosi secara langsung kepada konsumen. Tempat Café Mella House Of Donuts juga merupakan Sekertariat (DPD GERKATIN) Dewan Pengurus Daerah Gerakan Untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia. Ada pun media promosi yang digunakan dengan membuat papan tanda pengenalan yang terpampang di depan toko sehingga para konsumen melihat keberadaan Café Mella House Of Donuts dan memanfaatkan sosial media Instagram sebagai tempat sarana atau tempat menyebarkan informasi tentang Café Mella House Of Donuts kepada masyarakat.

Dari beberapa kajian di atas menjadi pelengkap dan pembanding dalam penelitian peneliti. Peneliti membandingkan perbedaan penelitian di atas, walaupun memiliki kesamaan dari studi deskriptif, juga dalam menganalisis strategi komunikasi namun dalam objek penelitiannya berbeda. Pada penelitian ini, lebih berfokus pada aktivitas pemberdayaan kewirausahaan sosial terhadap penyandang disabilitas yang merupakan misi social daripada kewirausahaan tersebut. Yang menarik adalah ini berbeda dengan kewirausahaan yang pada umumnya mengejar keuntungan finansial, kegiatan yang dimaksudkan untuk mengatasi

masalah sosial ini memang merupakan aktivitas yang memiliki lebih banyak tantangan, namun dengan pertimbangan kewirausahaan sosial baik berskala kecil dan menengah terbukti menjadi penyedia lapangan kerja baru bagi masyarakat, maka dari itu aktivitas-aktivitas kolaboratif yang berkelanjutan seperti ini diperlukan untuk menciptakan pembangunan yang lebih merata.

Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar serta memperkenalkan inovasi dengan harapan potensi - potensi yang ada pada masyarakat dapat dikembangkan untuk memperoleh kehidupan yang lebih produktif. Hasil yang ingin dicapai bukan hanya keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat luas. Agar menambah pemahaman mengenai pemberdayaan masyarakat melalui kewirausahaan sosial dan kaitannya dengan komunikasi, berikut akan diuraikan beberapa definisi menurut para ahli.

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 5. Kerangka Pemikiran