

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS LINGKAR TROTOAR  
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENARIK KEPEDULIAN SOSIAL  
MASYARAKAT KABUPATEN NGAWI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

**ADNAN MUSTAFA**

**NIM. 17.12.11.028**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS LINGKAR TROTOAR  
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENARIK KEPEDULIAN SOSIAL  
MASYARAKAT KABUPATEN NGAWI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

**ADNAN MUSTAFA**

**NIM. 17.12.11.028**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2022**

**Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.**

**DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**UNIVERSITAS NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdr. Adnan Mustafa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

di

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Adnan Mustafa

NIM : 171211028

Judul : Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media  
Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten  
Ngawi

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang  
Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam  
Negeri Raden Mas Said Surakarta

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 07 September 2022

Pembimbing,

Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.

NIP. 19890515 201903 1 013

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adnan Mustafa  
NIM : 171211028  
Tempat, Tanggal Lahir : Ngawi, 05 Agustus 1999  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah  
Alamat : Dsn. Krajan, RT 04/02, Ds. Ketanggung, Sine, Ngawi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar  
Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian  
Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 05 September 2022

Penulis,

Adnan Mustafa

NIM. 171211028

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS LINGKAR TROTOAR  
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENARIK KEPEDULIAN SOSIAL  
MASYARAKAT KABUPATEN NGAWI**

Disusun oleh:  
**Adnan Mustafa**  
**NIM. 171211028**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Pada Hari..... Tanggal.....  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Guna Memperoleh Gelar S.Sos

Surakarta,.....

Penguji Utama

Agus Sriyanto, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19710619 200912 1001

Penguji II/Ketua Sidang

Penguji I/Sekretaris Sidang

Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.  
NIP. 19890515 201903 1 013

Eny Susilowati, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19720428200003 2 002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Dr. Islah, M.Ag.  
NIP. 19730522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur penulis sembahkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Pemurah. Atas rahmad dan ridho-Mu penulis mampu menjadi pribadi yang berpikir dan berilmu. Semoga dengan keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan penulis. Dengan ini saya persembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa berada di sampingku dalam setiap waktu :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, yaitu Bapak Nuryono dan Ibu Sukatmi yang telah memberikan segalanya pada saya.
2. Untuk keluarga besar saya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
3. Untuk partner terbaik saya yang selalu memberi semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman penulis dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2017 pada umumnya. Khususnya untuk teman satu kelas penulis konsentrasi Broadcasting.

## **HALAMAN MOTTO**

*“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”*

*(Ridwan Kamil)*

*“Lebih baik terlambat daripada tidak sama sekali. Berusahalah dan terus berjuang semua pasti akan terwujud”*

## ABSTRAK

**Adnan Mustafa. NIM: 171211028, *Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta. 2022.***

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat dunia sekarang menjadi era serba digital. Salah satu contohnya yaitu dengan munculnya media sosial. Tingkat penggunaan media sosial yang tinggi oleh masyarakat harus digunakan dengan baik dan bermanfaat. Salah satu pemanfaatan media sosial yaitu dengan membagikan dan mengajak untuk kegiatan kepedulian terhadap masyarakat yang membutuhkan seperti yang dilakukan oleh Komunitas Lingkar Trotoar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat Kabupaten Ngawi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada ketua komunitas, admin atau yang bertugas mengoperasikan media sosial komunitas, anggota aktif komunitas dan *follower* aktif dari media sosial komunitas Lingkar Trotoar. Penelitian ini menggunakan Teori Strategi Komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi yang terdiri dari 4 tahapan strategi komunikasi, yaitu mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media, pengkajian tujuan pesan, dan peranan komunikator dalam menyampaikan pesan.

Hasil dari penelitian dari strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar yang dilakukan melalui media sosial dalam menarik kepedulian sosial dengan mengenali sasaran komunikasi dari komunitas Lingkar Trotoar yaitu anak-anak muda di wilayah Kabupaten Ngawi bagian barat. Pemilihan media sosial Komunitas Lingkar Trotoar yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Ketiga media sosial tersebut memiliki fungsi dan tujuannya masing-masing. Pengkajian tujuan pesan yang disampaikan berupa ajakan dan motivasi untuk membantu sesama khususnya kepada para target dari komunitas Lingkar Trotoar. Serta admin media sosial sebagai komunikator berperan membagikan konten-konten seluruh kegiatan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar sebagai bentuk ajakan berbagi dan pertanggung jawaban atas donasi yang telah diberikan. Bentuk kedulian sosial dari strategi yang dilakukan adalah dengan adanya tindakan nyata dari para *followers*, dengan memberikan donasi berupa materi, tenaga, dan jasa. selain itu, ada yang memutuskan untuk menjadi anggota ataupun membantu membagikan informasi atau postingan yang diupload oleh akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunitas Lingkar Trotoar, Kepedulian Sosial

## ABSTRACT

**Adnan Mustafa. NIM: 171211028, *The Communication Strategy of Lingkar Trotoar Community Through Social Media in Attracting Social Concern for the People of Ngawi Regency*. Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Faculty of Ushuluddin and Dakwah, Raden Mas Said State Islamic University Surakarta.**

The rapid development of technology has made the world now an all-digital era. One example is the emergence of social media. The use of social media certainly has a positive and negative impact. The high level of use of social media by the public must be used properly and usefully. One of the uses of social media is by sharing and inviting caring activities for people in need as carried out by Lingkar Trotoar Community. Therefore, This research was conducted with the aim of describing the communication strategy of the Lingkar Trotoar community through social media to attract the concern of the people of Ngawi Regency.

This research uses qualitative descriptive research methods. Data collection techniques are carried out using interview, observation, and documentation techniques. Interviews are conducted with community leaders, admins or those in charge of operating community social media, active members of the community and active *followers* of the social media community of Lingkar Trotoar Community. This research uses the Theory of Communication Strategy proposed by Onong Uchyana Effendi which consists of 4 stages of communication strategy, namely recognizing communication goals, media selection, reviewing message objectives, and the role of communicators in conveying messages.

The results of the research from the communication strategy of the Lingkar Trotoar Community carried out through social media and nature attracted social concern by recognizing the communication targets of the Lingkar Trotoar Community, namely young people in the western Ngawi Regency area. The social media selection of the Lingkar Trotoar Community is Instagram, Facebook, and Whatsapp. The three social media have their own functions and goals. The assessment of the message conveyed was in the form of invitations and motivations to help others, especially to the targets of the Lingkar Trotoar Community. As well as admins social media as a communicator plays a role in sharing the content of all activities on the social media accounts of the Around the Lingkar Trotoar Community as a form of invitation to share and accountability for donations that have been given. The form of social awareness of the strategy carried out is the existence of concrete actions from *followers*, by making donations in the form of materials, energy, and services. in addition, some decide to become members or help share information or posts uploaded by the social media accounts of the Lingkar Trotoar community.

*Keywords : Communication Strategy, Lingkar Trotoar Community, Social Care*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayahNya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., beserta sahabat dan keluarganya.

Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi”, disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S.1) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, dari awal perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu melalui ucapan sederhana ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Islah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Abraham Zakky Zulhazmi.M.A.Hum selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam proses penyusunan skripsi.
5. Agus Sriyanto, S.Sos., M.Si. selaku penguji utama, Eny Susilowati, S.Sos., M.S.i. selaku Penguji I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada penulis, memberikan kritik dan saran untuk perbaikan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dan staff akademik FUD yang banyak

membantu dalam pengurusan Ujian Seminar Proposal hingga Ujian Munaqosyah penulis.

7. Komunitas Lingkar Trotoar khususnya kepada ketua, admin media sosial, anggota, dan narasumber yang sudah mau menjadi subjek dalam pengambilan data penelitian ini.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Nuryono dan Ibu Sukatmi, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa terhadap penulis.
9. Orang terdekat yang menjadi partner terbaik dan pasangan yang selalu memberi semangat.
10. Orang-orang terdekat penulis, teman sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
11. Teman penulis sesama program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017.

Serta untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas semua bantuannya dalam menyusun atau menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan untuk keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan limpahan rahmat dari Allah SWT, Aamiin.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Surakarta, 05 September 2022

Peneliti

**Adnan Mustafa**

**17.12.11.028**

## DAFTAR ISI

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

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Pembatasan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Akademik.....	11
2. Manfaat Praktis .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori .....	13
1. Komunikasi .....	13
2. Strategi .....	25
3. Strategi Komunikasi.....	28
4. Komunitas .....	33

5. Media Sosial.....	36
6. Kepedulian Sosial .....	44
B. Kajian Pustaka .....	46
C. Kerangka Berpikir.....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	51
B. Pendekatan Penelitian .....	51
C. Subjek Penelitian .....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Teknik Wawancara .....	53
2. Teknik Dokumentasi.....	54
3. Teknik Observasi .....	55
E. Teknik Analisis Data.....	55
1. Pengumpulan Data .....	56
2. Reduksi Data.....	56
3. Penyajian Data .....	56
4. Penarikan Kesimpulan .....	57
F. Keabsahan Data.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum.....	59
1. Sejarah Komunitas Lingkar Trotoar .....	59
2. Visi dan Misi Komunitas Lingkar Trotoar.....	61
3. Struktur Organisasi Komunitas Lingkar Trotoar .....	62
4. Kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar .....	64
5. Aktivitas Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar.....	67
B. Sajian Data .....	69
C. Analisis Data .....	96
1. Mengenali Sasaran Komunikasi .....	96
2. Pemilihan Media Komunikasi.....	98
3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi.....	99
4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi .....	100

5. Strategi Komunikasi dalam Menarik Kepedulian Sosial .....	101
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Alasan Penggunaan Media Sosial .....	42
Tabel 2 Waktu Penelitian .....	51
Tabel 3 Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar .....	70
Tabel 4 Publikasi akun Instagram komunitas Lingkar Trotoar.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Peningkatan Pengguna Media Sosial di Indonesia .....	3
Gambar 2 Grafik Media sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia .....	4
Gambar 3 Grafik Media sosial terfavorit di Indonesia.....	4
Gambar 4 Media Sosial Whatsapp komunitas Lingkar Trotoar.....	8
Gambar 5 Media Sosial Instagram komunitas Lingkar Trotoar.....	8
Gambar 6 Kerangka Berpikir .....	50
Gambar 7 Struktur Organisasi Komunitas Lingkar Trotoar 2022 .....	62
Gambar 8 Kegiatan Rutin Bagi-Bagi Makanan .....	65
Gambar 9 Kegiatan Kolaborasi Dengan Komunitas Nurul Hayat .....	66
Gambar 10 Kegiatan Ulang Tahun LT Kedua .....	67
Gambar 11 Akun Whatsapp Lingkar Trotoar .....	68
Gambar 12 Akun Instagram Lingkar Trotoar .....	68
Gambar 13 Akun Facebook Lingkar Trotoar.....	69
Gambar 14 Gambar Wajah Target yang diblur.....	76
Gambar 15 Contoh <i>Caption</i> Postingan Instagram Lingkar Trotoar.....	78
Gambar 16 Kegiatan Memperingati Ulang Tahun Lingkar Trotoar .....	81
Gambar 17 Kegiatan Buka Bersama Anggota Komunitas Lingkar Trotoar .....	81
Gambar 18 Konten Yang Diupload di Facebook 26 Juni 2022 .....	83
Gambar 19 Konten Yang Diupload di Instagram 26 Juni 2022.....	84
Gambar 20 Percakapan Koordinasi Anggota Komunitas Lingkar Trotoar.....	86
Gambar 21 Halaman Facebook Komunitas Lingkar Trotoar.....	87
Gambar 22 Contoh <i>Caption</i> Ajakan dan Motivasi dari Lingkar Trotoar .....	90
Gambar 23 Laporan Kegiatan Bagi-Bagi Makanan Lingkar Trotoar .....	95
Gambar 24 Contoh Donasi dari Donatur .....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Ketua LT .....	113
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Admin Media Sosial LT .....	115
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Anggota Aktif LT .....	117
Lampiran 4 Pedoman Wawancara <i>Follower</i> Aktif Media Sosial LT.....	118
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Ketua LT .....	119
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Admin Media Sosial LT.....	125
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Anggota Aktif LT.....	130
Lampiran 8 Transkrip Wawancara <i>Follower</i> Aktif Media Sosial LT .....	132
Lampiran 9 Transkrip Wawancara <i>Follower</i> Aktif Media Sosial LT.....	134
Lampiran 10 Transkrip Wawancara <i>Follower</i> Aktif Media Sosial LT .....	136
Lampiran 11 Dokumentasi Kegiatan .....	138
Lampiran 12 Surat Ijin Melakukan Penelitian .....	139
Lampiran 13 Surat Keterangan Melakukan Penelitian .....	140

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perilaku sosial masyarakat mengalami banyak perubahan seiring berkembangnya teknologi atau modernisasi. Salah satu perkembangan teknologi ini adalah dalam bidang komunikasi yaitu media sosial. Perkembangan teknologi komunikasi ini yang menyebabkan perubahan berbagai hal terutama yang diakibatkan dari media sosial. Media sosial merupakan sebuah media *online*, dengan para pemustakanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan & Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. (Haryanto, 2016)

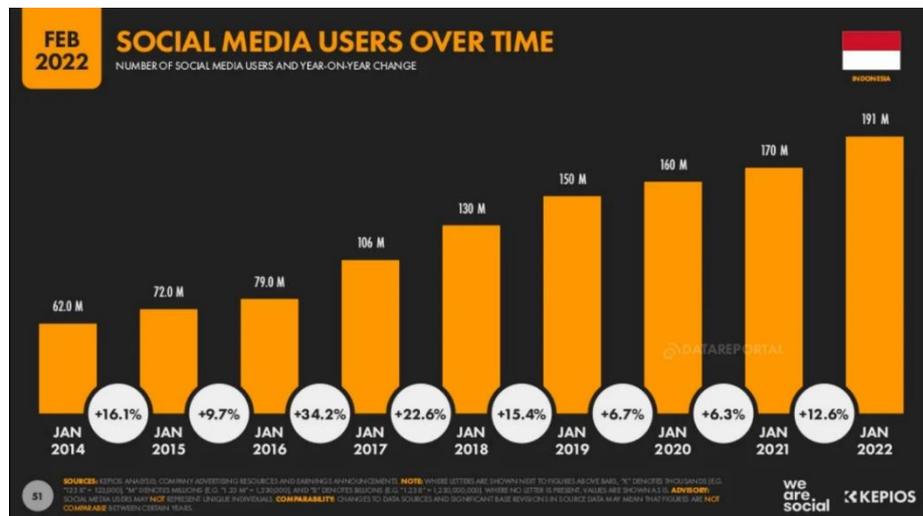
Terdapat banyak sekali media sosial yang sering digunakan masyarakat sekarang ini seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter dan lain-lain. Media sosial ini hamper setiap waktu menemani masyarakat dalam beraktifitas dikehiduppan sehari-hari dari orang dewasa sampai anak-anak. Semua orang menggandrungi teknologi komunikasi baru ini karena sebagai alat

berkomunikasi, berinteraksi dan mencari informasi baik individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok secara praktis dan fleksibel tanpa terbatas oleh jarak, waktu dan tempat. Perkembangan teknologi dalam media komunikasi inilah yang mengakibatkan berbagai macam perubahan perilaku sosial serta dampak terhadap masyarakat, baik dari segi positif maupun segi negatif.

Dampak negatif dari perkembangan teknologi komunikasi pada media sosial ini antara lain dapat menimbulkan sikap individualis karena memiliki dunia sendiri dengan media sosial, menjadi individu yang konsumtif terhadap sesuatu yang menarik dalam media sosial, terjadinya kesenjangan sosial dalam berkehidupan nyata maupun terjadinya sebuah kriminalitas. Pesatnya teknologi komunikasi juga mengakibatkan tingkat kepedulian masyarakat di dunia nyata berkurang sehingga tingkat kepedulian dan empati terhadap kondisi lingkungan sekitar sangat minim.

Dampak positif dari media sosial adalah memberikan wawasan yang luas sekaligus mampu berinteraksi antar seluruh dunia, memberikan sebuah informasi secara cepat, sebagai sarana berbisnis dan berwirausaha serta sebagai sarana meningkatkan kreativitas yang menarik bagi khalayak. Tidak bisa dipungkiri media sosial menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat di kehidupan sehari-hari. Sumber data menyatakan Pengguna media sosial di Indonesia tercatat menduduki peringkat keempat terbesar di dunia setelah India, Amerika Serikat dan Brazil. India merupakan pengguna media sosial terbesar di dunia dengan total pengguna mencapai 290 juta atau 19.01 persen

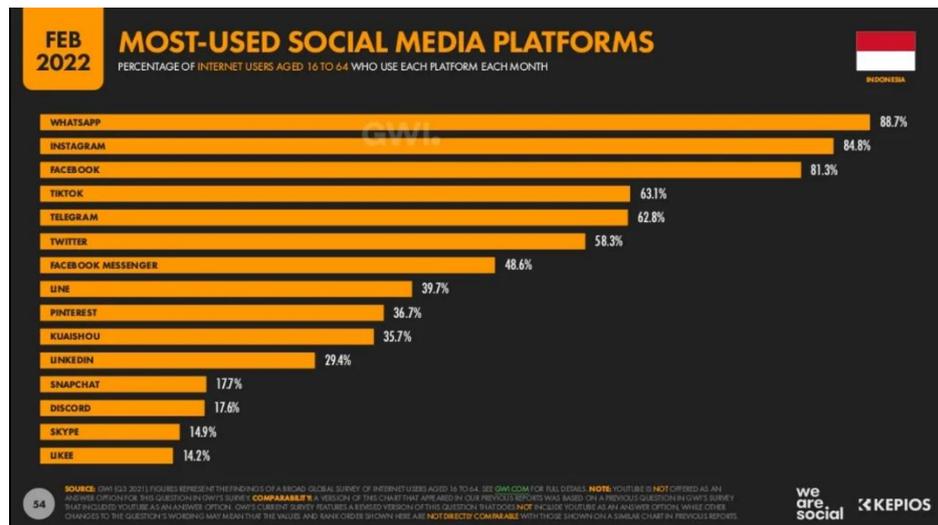
dari total populasi, disusul Amerika Serikat sebanyak 190 juta pengguna atau 57.76 persen dari total populasi. Kemudian, Brazil di peringkat ketiga dengan total pengguna 120 juta atau 57.06 dari total populasi dan Indonesia dengan total pengguna 120 juta atau 44.94 dari total populasi. (Choirul, 2019)



Gambar 1. Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia

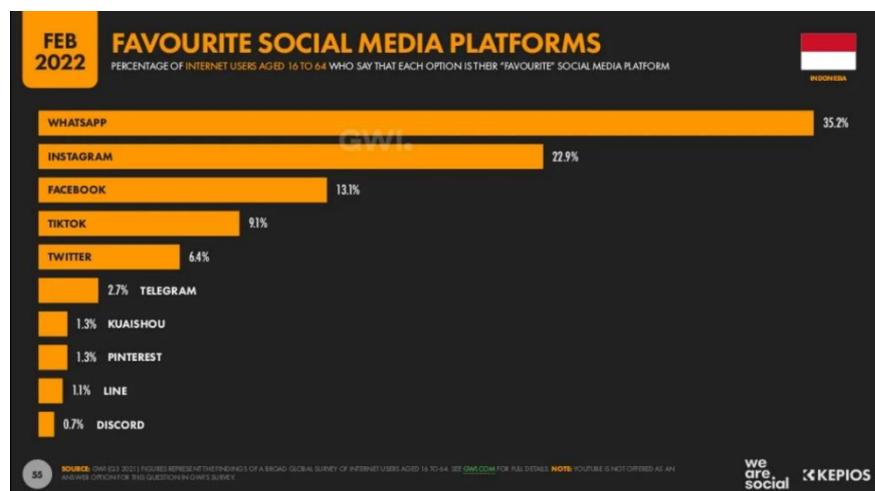
Sumber: *We Are Social*, 2022

Berdasarkan data dari agensi marketing *We Are Social* yang terdapat dalam laporan berjudul *Digital 2022: Indonesia*, disebutkan bahwa terdapat 204,7 juta pengguna internet per Januari 2022. Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 telah mencapai 191,4 juta pengguna atau setara dengan 68,9% dari jumlah populasi masyarakat Indonesia. Dapat dilihat pada gambar 1 diatas bahwa terdapat peningkatan pengguna media sosial di Indonesia setiap tahunnya. Terdapat peningkatan sebesar 12,6% terhadap pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2021 ke Januari 2022. (*We Are Social*, 2022)



Gambar 2. Media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia  
Sumber: *We Are Social*, 2022

Selanjutnya, data dari agensi marketing *We Are Social* mengungkapkan data platform media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform media sosial yang paling sering digunakan pada urutan pertama ditempati oleh platform media sosial WhatsApp yang mendapat persentase sebesar 88,7%. Urutan kedua ditempati oleh platform media sosial Instagram yang mendapat persentase sebesar 84,8%. (*We Are Social*, 2022)



Gambar 3. Media sosial terfavorit di Indonesia  
Sumber: *We Are Social*, 2022

Selain itu, *We are social* juga menyebutkan urutan *platform* media sosial yang paling disukai atau terfavorit di Indonesia. 10 platform media sosial terfavorit di Indonesia ditempati oleh Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter, Telegram, Kuaishou, Pinterest, Line, dan Discord. Dapat dilihat pada gambar 3 diatas bahwa lagi-lagi *platform* media sosial Whatsapp menempati urutan pertama sebagai media sosial terfavorit di Indonesia dengan jumlah persentase 35,2%. Urutan kedua juga kembali disusul oleh media sosial Instagram yang memperoleh jumlah persentase sebesar 22,9%. (*We are social*, 2022)

Hal ini membuktikan tingkat penggunaan yang tinggi oleh masyarakat harus digunakan dengan baik dan bermanfaat. Salah satu pemanfaatan media sosial yaitu dengan membagikan dan mengajak untuk kegiatan kepedulian terhadap masyarakat yang membutuhkan seperti yang dilakukan oleh Komunitas Lingkar Trotoar. Komunitas Lingkar Trotoar merupakan sebuah kelompok yang bergerak dalam bidang sosial kemanusiaan dengan bergerak dari jalan ke jalan untuk menyalurkan bantuan terhadap sesama masyarakat yang membutuhkan. Komunitas ini berdiri sejak 6 tahun yang lalu tepatnya pada 6 Juli 2015 di Ngrambe. Namun, pada awal berdiri komunitasnya belum memiliki nama Lingkar Trotoar seperti saat ini, jumlah anggotanya juga masih sedikit dan belum memiliki struktur organisasi. Kemudian, pada 29 Mei 2020 komunitas ini sudah memiliki banyak anggota dan membentuk struktur organisasi serta memberi nama komunitas Lingkar Trotoar. Saat ini, komunitas

Lingkar Trotoar berada dalam naungan Yayasan “Trijaya Peduli Sesama” yang sudah resmi dan legal.

Komunitas ini bertujuan memberikan bantuan dan kemudahan jalan bagi masyarakat yang membutuhkan sekaligus sebagai wadah sekumpulan individu yang memiliki motivasi yang sama yaitu ikut berperan dan berpartisipasi pada keadaan sosial serta lingkungan sekitar baik menyampaikan informasi ke khalayak sekaligus keikutsertaan dalam kegiatan langsung. Atas tujuan tersebut untuk bentuk kepedulian terhadap sesama, komunitas ini mempunyai visi “Berani Ikhlas. Berani Peduli. Saling Membahagiakan”.

Komunitas Lingkar Trotoar tidak hanya komunitas yang menjalankan kegiatannya sendiri di bidang sosial kemanusiaan tetapi komunitas ini juga sebagai sarana menyalurkan dan memberi kesempatan kepada masyarakat untuk memberikan bantuan secara tidak langsung sebagai bentuk kepedulian. Sasaran dari komunitas ini adalah orang-orang berkebutuhan khusus seperti pengemis, orang disabilitas, penderita penyakit dan terutama pada Orang Dalam Gangguan Jiwa (ODGJ).

Komunitas ini lebih condong membantu dalam hal makanan atau sembako kepada ODGJ dan pengemis di jalanan dimana pada kalangan masyarakat ini jarang dipandang dari uluran tangan masyarakat atau komunitas sosial lain. Selain itu, dalam melakukan aksi kegiatannya para anggota komunitas selalu memakai masker dan menyamarkan identitasnya sesuai dengan visinya, yaitu “*Hidden camera, Hidden Volunteer, Hidden Target, Except Togetherness*”.

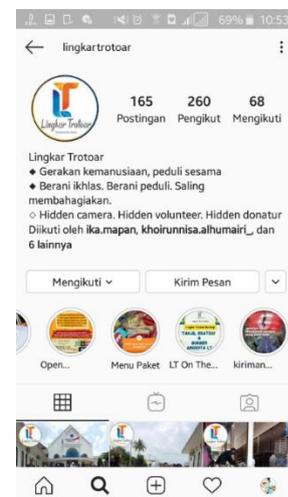
Kondisi kepedulian masyarakat kabupaten Ngawi khususnya wilayah Ngawi barat dapat dilihat dari beberapa faktor diantaranya adalah intensitas donasi dari donatur kepada komunitas Lingkar Trotoar tergolong jarang, hal ini dengan dibuktikan bahwa donasi terhadap komunitas ini tidak pasti dalam sebulan sekali rutin terdapat donasi yang masuk dari masyarakat sehingga kondisi tersebut menandakan bahwa tingkat kepedulian sosial yang kurang terhadap komunitas Lingkar Trotoar maupun Target komunitas yaitu orang-orang jalanan. Kemudian faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepedulian sosial masyarakat terlihat ketika kegiatan berlangsung dilapangan nampak masyarakat memilih untuk menghindar dan menyaksikan berjalannya kegiatan komunitas ini, hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat masih ada rasa khawatir terhadap orang-orang jalanan yang memiliki mental yang tidak stabil, mudah tersinggung dan mudah marah. Hal tersebut yang membuat masyarakat tidak ikut berpartisipasi dengan komunitas Lingkar Trotoar dalam kegiatan langsung dilapangan.

Orang-orang yang hidup di jalanan dan *homeless* (tidak memiliki tempat untuk pulang) seperti ODJG dan pengemis sangat membutuhkan kepedulian masyarakat. Namun, masyarakat kita takut untuk mendekati dan berinteraksi langsung kepada mereka karena kondisi mental dan psikologinya yang tidak stabil. Oleh karena itu, komunitas Lingkar Trotoar ini dapat menjadi wadah dan penyalur bantuan kepedulian masyarakat kepada ODGJ dan pengemis yang ada di jalanan. Dengan adanya media sosial dapat membantu memperkenalkan komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat luas.

Agenda kegiatan komunitas Lingkar Trotoar antara lain survei langsung menentukan target bantuan, memberikan bantuan sembako dan makanan serta menggalang donasi bagi penderita penyakit. Dalam menentukan sasaran komunitas ini menerima laporan dari anggota atau masyarakat luar mengenai kondisi target baik secara langsung maupun dengan direct message menggunakan media sosial. Karena dengan hal itu bantuan yang diserahkan tidak salah sasaran dan dapat diterima dengan baik.



Gambar 4. Media sosial Whatsapp



Gambar 5. Media sosial Instagram

Komunitas ini memiliki berbagai macam media sosial dalam mempromosikan kegiatannya antara lain whatsapp, Instagram dan Facebook. Dengan menggunakan media sosial ini diharapkan dapat memperkenalkan dan menginformasikan kepada khalayak yang lebih luas lagi di luar masyarakat Ngawi dan memperbanyak lagi partisipasi individu yang peka terhadap keadaan dan fenomena sosial di lingkungan masing-masing. Pada media sosial Whatsapp, strategi Komunikasi komunitas Lingkar Trotoar menggunakan *direct message* langsung dari laporan masyarakat kepada anggota komunitas,

hal ini dilakukan bermaksud untuk melakukan informasi bersifat *private* dan pesan informasi yang tertuju langsung tersampaikan. Sedangkan menggunakan media sosial Instagram dan Facebook berguna untuk menjangkau *audiens* secara luas, dimana sifat media sosial ini bersifat publik semua khalayak pengguna dapat mengetahui. Dalam menjalankan kegiatannya di media sosial, sebuah komunitas memerlukan strategi komunikasi untuk menciptakan tujuan bersama dan menjadi citra yang baik sehingga kegiatan pada komunitas tersebut dapat diterima dan meningkatkan kepedulian bagi masyarakat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratih Setyoningsih (2020) menyatakan bahwa bentuk kepedulian sosial yang dilakukan suatu komunitas dengan melihat kondisi secara langsung dan dibantu sesuai kebutuhan yang diperlukan. Komunikator atau admin media sosial berperan penting dalam strategi komunikasi melalui media sosial, dengan memperhatikan isi pesan yang disampaikan kepada khalayak. Kemudian penelitian yang dilakukan Ryhat Trisde Pandora (2018) menyatakan bahwa pengelolaan media sosial instagram ada beberapa tahap untuk mendukung strategi komunikasi suatu komunitas. Pertama pada proses perencanaan pesan, merancang pesan yang disampaikan kepada khalayak, kedua pada proses penyebaran pesan dengan menggunakan fitur-fitur Instagram yang mendukung untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan eksistensi pada suatu komunitas.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa perkembangan teknologi dibidang komunikasi sangat pesat, sehingga memerlukan kegiatan yang bermanfaat dalam penggunaannya. Seperti halnya menggunakan media sosial sebagai

sarana menarik kepedulian masyarakat. Oleh karena itu peneliti tertarik menganalisis bagaimana Strategi Komunikasi Komuniats Lingkar Trotoar dalam meningkatkan kepedulian pada masyarakat Ngawi.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Masih jarang komunitas sosial yang peduli dan bergerak dijalanan khususnya untuk ODGJ.
2. Masyarakat masih kurang peduli dengan keberadaan ODGJ, hal ini dikarenakan masyarakat takut jika berinteraksi langsung dengan ODGJ.
3. Kurang dikenalnya komunitas Lingkar Trotoar sehingga membuat masyarakat belum tahu adanya komunitas yang bergerak di bidang sosial kemanusiaan untuk ODGJ yang bisa menyalurkan bentuk kepedulian dan bantuan masyarakat.
4. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial diharapkan dapat memperkenalkan komunitas Lingkar Trotoar pada masyarakat sehingga dapat menarik kepedulian sosial masyarakat.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memudahkan penulis, pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar

penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah pada penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Media sosial yang digunakan terbatas pada media sosial yang digunakan oleh komunitas Lingkar Trotoar yaitu, Instagram, Facebook, dan Whatsapp.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat Kabupaten Ngawi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian sosial masyarakat Kabupaten Ngawi.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademik maupun manfaat praktis sebagai berikut.

##### **1. Manfaat Akademik**

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi yang positif, menjadi referensi dan memperkaya pengetahuan supaya dapat dijadikan

pengembangan ilmu komunikasi bagi Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta khususnya mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.

## 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat dan menambah wawasan para ahli komunikasi akan pentingnya perkembangan media komunikasi terhadap pemanfaatnya. Penelitian ini juga memberikan motivasi kepada pembaca atau oranglain akan pentingnya kepedulian terhadap situasi sosial masyarakat.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Komunikasi**

###### **a. Pengertian Komunikasi**

Dalam Mulyana menjelaskan, kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communicatio*, *communications* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, satu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2007)

Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul katanya, yaitu berasal dari bahasa Latin, *communication*, kata ini bersumber pada kata *communis*, yang artinya sama makna, sama makna di sini maksudnya sama makna atau sama arti. Berarti komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator yang diterima oleh komunikan. (Abidin, 2015)

Sedangkan secara terminologi, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari

pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk memberi tahu atau mengubah tingkah dengan cara langsung, lisan, maupun tak langsung melalui media. (Effendy, 2006)

Komunikasi merupakan proses pertukaran ide, pikiran, ataupun informasi secara lisan maupun tertulis atau dalam bentuk lambang atau simbol dari pengirim kepada penerima dengan maksud untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku (Liliweri, 2011). Memahami komunikasi lebih dalam, Rogers mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama Kincaid bahwa Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Cangara, 2013)

**b. Bentuk Komunikasi**

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya:

1) Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar-pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri. (Mulyana, 2007)

2) Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusi masih mempunyai emosi. (Mulyana, 2007)

### 3) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kaan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut. (Mulyana, 2007)

### 4) Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik adalah komuniaksi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk. (Mulyana, 2007)

5) Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni: komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip. (Mulyana, 2007)

6) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). (Mulyana, 2007)

**c. Unsur Komponen Komunikasi**

Ada empat komponen dalam komunikasi, yaitu orang yang mengirimkan pesan, pesan yang akan dikirimkan, saluran atau jalan

yang dilalui pesan dari pengirim kepada penerima, dan penerima pesan. Karena komunikasi merupakan proses dua arah atau timbal balik, komponen output perlu ada dalam proses komunikasi. Dengan demikian, komponen dasar komunikasi sebagai berikut. (Abidin, 2015)

#### 1) Pengirim Pesan (Komunikator)

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirimkan pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak pengirim pesan. Oleh sebab itu, sebelum mengirimkan pesan pengirim harus membuat pesan yang akan dikirimkannya. Membuat pesan adalah menentukan arti yang akan dikirimkan kemudian menyandikan (*encode*) arti tersebut dalam suatu pesan. Setelah itu, dikirimkan melalui saluran.

#### 2) Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada penerima. Pesan dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis, seperti surat, buku, dan pesan secara lisan, seperti percakapan tatap muka atau melalui telepon. Adapun pesan nonverbal dapat berupa isyarat gerakan badan, ekspresi muka dan nada suara. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

### 3) Saluran dan Media Komunikasi

Saluran merupakan jalan berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikannya. Ada dua jalan agar pesan komunikator sampai pada komunikannya, yaitu tanpa media yang bertlangsung tatap muka dan komunikasi yang menggunakan media. Media yang dimaksud adalah media komunikasi, artinya ini menggunakan teknologi media komunikasi.

### 4) Penerima Pesan (Komunikan)

Penerima pesan adalah orang yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Umpan balik dari penerima pesan memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang di utarakan oleh pengirim pesan (komunikator).

### 5) Output

Output adalah respons penerima terhadap pesan yang diterimanya. Adanya reaksi ini membantu pengirim untuk mengetahui sesuai tidaknya interpretasi pesan yang dikirimkan dengan hal-hal yang dimaksudkan oleh pengirim. Apabila arti pesan yang dimaksudkan oleh pengirim diinterpretasikan sama oleh penerima, berarti komunikasi tersebut efektif.

#### **d. Fungsi Komunikasi**

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (Effendy, 2006), komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup sehari-hari, meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita pada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Sean MacBride (Effendy, 2006), memberikan pandangannya tentang fungsi komunikasi. Menurut MacBride, setidaknya komunikasi memiliki delapan fungsi, yang terdiri dari:

- 1) Informasi, yakni pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang memberikan pengaruh terhadap lingkungan, serta mengambil keputusan dengan tepat.
- 2) Sosialisasi, yakni penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif dan membuat dia sadar akan fungsi sosialnya, sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
- 3) Motivasi, yakni menjelaskan tujuan masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan yang dikejar bersama.

- 4) Perdebatan dan diskusi, yakni menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan sesuai kebutuhan masyarakat umum dengan tujuan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- 5) Pendidikan, yakni pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mengembangkan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- 6) Memajukan kebudayaan, yakni penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi, serta mendorong kreativitas seseorang sesuai kebutuhan estetikanya.
- 7) Hiburan, yakni penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, komedi, olah raga, dan lain sebagainya untuk kesenangan.
- 8) Intergrasi, yakni menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar mereka dapat saling mengenal dan menghargai kondisi, pandangan, serta keinginan orang lain.

### e. Tujuan Komunikasi

Dalam komunikasi setiap komunikan atau komunikator pasti memiliki tujuan ingin dicapai ketika komunikasi berlangsung dalam membentuk makna dan pemahaman bersama. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, (Effendy, 2006)

Tujuan dari komunikasi adalah:

- 1) Perubahan sikap (*attitude change*)
- 2) Perubahan pendapat (*opinion change*)
- 3) Perubahan perilaku (*behavior change*)
- 4) Perubahan sosial (*social change*)

### f. Proses Komunikasi

Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) atau antar kedua belah pihak. (Ruslan, 1999)

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku ilmu komunikasi teori dan praktek proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

- 1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

## 2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

### **g. Hambatan Komunikasi**

Hambatan komunikasi menurut Prof. Onong Uchjana Effendy, MA dalam bukunya “Ilmu, Teori, dan Filasafat Komunikasi”. Ada 4 jenis hambatan komunikasi (Effendy, 2006), yaitu:

#### 1) Gangguan

Ada 2 jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantik.

##### a) Gangguan mekanik

Gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

#### b) Gangguan semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian.

#### 2) Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

#### 3) Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.

#### 4) Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang

mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

## 2. Strategi

### a. Pengertian

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*manajemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam hal ini organisasi harus mempunyai sebuah jalan yang mengarahkan pada tujuan. Jalan disini disebut dengan sebuah strategi, harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, tergantung pada situasi dan kondisi. Dalam menentukan sebuah langkah sangat diperlukann strategi komunikasi sebelumnya. Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif hingga tercapainya tujuan secara umum. (Effendy, 2006)

Istilah strategi berasal dari Yunani “*stratego*” yang terdiri dari kata “*strato*” yang artinya tentara dan “*ego*” yang artinya pemimpin. Dalam pengertiannya strategi dapat bermakna sebagai siasat/cara untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, strategi dapat diartikan sebagai serangkaian manuver umum yaitu siasat/cara yang dilakukan untuk menghadapi musuh di medan pertempuran. (Arifin, 1984)

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Dalam perencanaan strategi komunikasi perlu diketahui tujuan komunikasi, media yang paling tepat

digunakan dan tingkat efektifitas. Strategi juga merupakan suatu keputusan yang tepat, jelas, dan valid sebagai dasar untuk berfikir, berperilaku, beraktivitas dan bertindak. (Liliweri, 2011)

#### **b. Tahapan-tahapan Strategi**

Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan menurut Fred R. David, dalam strategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak. Dalam teori manajemen strategik milik David mengemukakan tiga tahapan strategi (David, 2002) diantaranya:

##### 1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahap ini para pencipta, perumus, penkonsep harus berfikir matang mengenai kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan dan menetapkan kekuatan dan mkekurangan dari dalam perusahaan, serta menentukan sasaran yang tepat. Menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah di dalam perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.

##### 2) Implementasi Strategi

Implementasi strategi, tahapan dimana setelah strategi dirumuskan yaitu pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan.

Pelaksanaan tersebut berupa penerapan atau aksi dari strategi. Implementasi strategi sering pula disebut sebagai tindakan dalam strategi karena implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan untuk menjadi tindakan.

Menetapkan tujuan, melengkapi kebijakan, mengalokasikan sumber daya dan mengembangkan budaya yang mendukung strategi merupakan usaha yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi. Implementasi yang sukses memerlukan dukungan disiplin, motivasi kerja, dan kerja keras. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan organisasi. (Kusnadi, 2001)

### 3) Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk penetapan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidak, sesuai atau tidaknya strategi yang telah diterapkan.

Selain itu Fred R. David juga mengemukakan tiga macam dasar dalam mengevaluasi strategi, di antaranya adalah:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.

Perbedaan yang ada akan menjadi penghalang dalam meraih tujuan yang diharapkan, begitu juga dengan faktor internal

seperti aksi dari strategi yang tidak efektif dapat menghasilkan nilai akhir yang tidak sesuai dengan yang ingin diraih.

- b) Mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang akan diharapkan dengan kenyataan.

Dalam proses ini dilakukan dengan mencari tau tentang ketidaksesuaian dari rencana, melihat kembali prestasi diri dan memahami kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang dinyatakan.

- c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana.

Dalam proses ini tidak diperuntukkan mengubah strategi yang sudah direncanakan atau tidak lagi menggunakan strategi yang ada. Tindakan korektif ini dianjurkan apabila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan.

### **3. Strategi Komunikasi**

#### **a. Pengertian Strategi Komunikasi**

Efektivitas kegiatan komunikasi dapat dikatakan berhasil terlihat dari strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang tidak baik menimbulkan pengaruh buruk terhadap proses kegiatan komunikasi begitu juga sebaliknya. Maka untuk menilai keberhasilan kegiatan komunikasi memerlukan telaah strategi komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri.

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” menyatakan bahwa: Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2006)

Dikutip dari buku milik Onong Uchjana Effendy (Effendy, 2006) yang berjudul Dinamika Komunikasi terdapat fungsi ganda dari strategi komunikasi yaitu menyebarluaskan pesan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mengintruksi secara terperinci kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Kemudian untuk menjembatani kesenjangan budaya atau dengan kata lain fungsi ini terjadi akibat mudahnya diperoleh penggunaan terhadap media massa yang dapat merusak moral budaya. Layaknya media televisi yang meskipun hanya memiliki pola strategi komunikasi satu arah namun dalam penyampaian informasi komunikasi, berpengaruh besar terhadap khalayak seperti seperti tayangan-tayangan yang tidak mendidik bagi anak-anak dan ditayangkan diwaktu premiere sehingga dapat mudah diikuti sekaligus dapat merusak moral bagi khalayak.

### **b. Tujuan Strategi Komunikasi**

Tujuan strategi komunikasi dituturkan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam bukunya yang berjudul *Techniques for Effective Communication*, dikutip dari buku milik Onong Uchjana Effendy, yaitu:

- 1) *to secure understanding*,
- 2) *to establish acceptance*,
- 3) *to motivate action*.

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*). (Effendy, 2006)

### **c. Fungsi Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda yaitu:

- 1) Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- 2) Kedua, menjembatani *cultural gap* akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa

yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2006)

#### **d. Tahapan-tahapan Strategi Komunikasi**

Dalam rangka penyusunan strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan menggunakan beberapa langkah dalam penyusunan strategi, yakni:

##### 1) Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Tentu saja hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi, yaitu apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif).

##### 2) Pemilihan media komunikasi

Pemilihan media komunikasi yaitu untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih media langsung atau media tidak langsung, tergantung pada tujuan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan disampaikan. Pemilihan media komunikasi sangatlah beragam mulai dari yang tradisional sampai dengan yang modern untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media tersebut. Setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan. Komunikasi langsung yaitu komunikasi yang terjadi dua arah antara

komunikator dengan komunikan, sedangkan untuk komunikasi tidak langsung yaitu komunikasi yang menggunakan media sebagai alat untuk berkomunikasi.

### 3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu serta memperhatikan isi pesan dan lambang yang disampaikan, apapun pesan yang disampaikan dalam komunikasi haruslah dimengerti. Tujuan pesan komunikasi menentukan teknik yang harus diambil dan harus berkaitan dengan tujuan pesan komunikasi, tujuannya untuk menghindari pengucapan kata-kata atau kalimat yang mengandung hal kurang tepat sehingga perlu memperhatikan isi pesan yang akan disampaikan, sehingga isi pesan maupun lambang yang disampaikan diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksud dapat jelas dipahami dan apabila pengkajian ini kurang tepat maka akan menimbulkan pemahaman yang salah mengenai tujuan pesan yang akan disampaikan oleh sumber sehingga pesan yang disampaikan tidak tepat pada sasaran.

### 4) Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor penting dalam diri komunikator yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Peranan komunikator dalam komunikasi, yaitu seorang komunikator dalam menghadapi komunikan haruslah bersifat empati, yaitu kemampuan seseorang untuk mendeskripsikan

dirinya kepada orang lain dengan cara perkataan yang dapat disampaikan bias dirasakan oleh orang lain sehingga komunikator memiliki daya tarik untuk mengubah sikap serta perilaku komunikan, lalu akan timbul persamaan dan kepercayaan antara komunikan dengan komunikator.

#### **4. Komunitas**

##### **a. Pengertian Komunitas**

Komunitas berasal dari bahasa latin *communities* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. (Wenger, Etienne C, Mc Dermott, Richard, and Snyder, 2002)

Pengertian komunitas menurut Hermawan Kertajaya (2008), adalah sekelompok orang yang peduli satu sama lain yang lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. (Kertajaya, 2008)

Maka komunitas sosial adalah proses dimana masyarakat mencapai hasil yang diinginkan bagi individu dan keluarga, termasuk

kemampuan individu dan keluarga untuk menunjukkan ketahanan dalam menghadapi kesulitan dan tantangan positif. Komunitas sosial mencakup jaringan individu, pertukaran dan timbal balik yang terjadi dalam hubungan, standar dan norma dukungan sosial yang diterima dan kontrol sosial yang mengatur perilaku dan interaksi dalam jaringan. Jaringan komunitas penting untuk mempromosikan kesejahteraan fisik, psikologis, sosial, dan spiritual individu dan keluarga.

**b. Faktor-faktor Terbentuknya Komunitas**

Menurut Vanina Delobelle, definisi suatu komunitas adalah group beberapa orang yang berbagi minat yang sama, yang terbentuk oleh 4 faktor, yaitu :

- 1) Komunikasi dan keinginan berbagi (*sharing*)
- 2) Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu
- 3) Ritual dan kebiasaan : orang-orang datang secara teratur dan periodik
- 4) *Influencer* : *Influencer* merintis sesuatu hal dan para anggota selanjutnya ikut terlibat.

Vanina juga menjelaskan bahwa komunitas mempunyai beberapa aturan sendiri, yaitu :

- 1) Saling berbagi : mereka saling menolong dan berbagi satu sama lain dalam komunitas.
- 2) Komunikasi : mereka saling respon dan komunikasi satu sama lain.

- 3) Kejujuran : dilarang keras untuk berbohong. Sekali seseorang berbohong, maka akan segera ditinggalkan.
- 4) Transparansi : saling bicara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan sesuatu hal.
- 5) Partisipasi : semua anggota harus disana dan berpartisipasi pada acara bersama komunitas.

**c. Struktur Komunitas**

Karakter komunitas adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitatif, seperti komposisi, bentuk hidup, fenologi dan vitalitas.
- 2) Vitalitas menggambarkan kapasitas pertumbuhan dan perkembangbiakan organisme.
- 3) Kuantitatif, seperti frekuensi, densitas dan densitas relatif. Frekuensi kehadiran merupakan nilai yang menyatakan jumlah kehadiran suatu spesies di dalam suatu habitat. Densitas (kepadatan) dinyatakan sebagai jumlah atau biomassa perunit contoh, atau persatuan luas/volume, atau persatuan penangkapan.
- 4) Sintesis adalah proses perubahan dalam komunitas yang berlangsung menuju ke satu arah yang berlangsung lambat secara teratur pasti terarah dan dapat diramalkan. Suksesi-suksesi terjadi sebagai akibat dari modifikasi lingkungan fisik dalam komunitasnya dan memerlukan waktu. Menurut konsep mutakhir suksesi merupakan pergantian jenis- jenis pioner oleh jenis-jenis

yang lebih mantap yang sangat sesuai dengan lingkungannya.  
(Zoer'aini, 1997)

## 5. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu produk dari *new media* sebagai wujud inovasi perkembangan teknologi komunikasi dimasa sekarang. Media sosial berbentuk interaksi dua arah dimana setiap pengguna dapat berpartisipasi dan berbagi. Hal tersebut yang menjadikan media sosial sebagai pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Menurut Kotler dan Keller dalam Ramadhan (2017), media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan. (Kotler & Keller, 2011)

Pendapat lain Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens. (Paramitha, 2011)

Kaplan dan Haenlein membedakan Social Media dari konsep-konsep seperti Web 2.0 (*user generated content*). Menurut pemahaman mereka, ada enam jenis Sosial Media (contoh dalam kurung) yang dapat dibedakan oleh tingkat eksposur masing-masing pengguna, yakni:

a. *Collaborative projects*: (Wikipedia)

Wikipedia adalah selain menyajikan informasi yang biasa ditemui di dalam sebuah ensiklopedia, Wikipedia juga memuat artikel-artikel yang biasanya ditemukan di dalam almanak, majalah spesialis, dan topik-topik berita yang masih hangat. Banyak orang yang menggunakan Wikipedia ini untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan rumah.

b. *Blogs and microblogs*: Twitter

Sekarang, media sosial Twitter menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Aplikasi yang simpel hanya dengan mengupdate status menjadi daya tarik para penggunanya.

c. *Content communities*: (Youtube)

YouTube adalah sebuah situs web video *sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Tidak beda jauh dengan MySpace, Youtube yang khusus untuk menampilkan video, menjadi media sosial untuk mempromosikan video klip baru para musisi atau mempromosikan film-film baru. Dalam penjelasan diatas berarti youtube berfungsi juga sebagai media promosi dan media komunitas seseorang.

d. *Social networking sites*: (Facebook)

Facebook (atau facebook) adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan dan dimiliki oleh Facebook, Inc. Pada Januari 2011.

e. *Virtual game worlds*: (World of Warcraft)

*Virtual Worlds* terikat diantara *online gaming* dan *social networks*, *virtual world emulations* berubah dari *experimental* menjadi surga untuk *immersive communities*.

f. *Virtual social worlds*: (Second Life)

Second Life atau Kehidupan Kedua (bahasa Indonesia) adalah dunia maya berbasis internet dan diluncurkan pada tahun 2003. Second Life dikembangkan oleh perusahaan riset Linden Research, Inc (sering disebut juga sebagai lab Linden), komunitas maya ini menjadi perhatian dunia saat diliput oleh media berita pada akhir tahun 2006 dan awal 2007.

g. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang populer dalam kalangan pengguna *smartphone*. Nama Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya dari kata instan dan “gram” yang berasal dari kata “telegram”, jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Berdasarkan penggunaan kata tersebut dapat diartikan bahwa Instagram merupakan aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain.

h. Whatsapp

Jumiatmoko dalam Raharti (Rahartri, 2019) mengatakan, bahwa WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan

setiap penggunanya dapat saling berbagi berbagai macam konten sesuai dengan fitur pendukungnya. WhatsApp juga memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet.

Media sosial merupakan *platform* yang muncul dari media siber. Karena itu, melihat media sosial sekarang tidak jauh berbeda dengan karakteristik media siber. Meskipun karakteristik siber dapat dilihat melalui media sosial, media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan dan ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dan tidak dipunyai oleh media lainnya. Media sosial bernajak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial dunia virtual. (Nasrullah, 2017)

Dalam buku Media Sosial, (Nasrullah, 2017) menyatakan ada beberapa karakteristik media sosial, diantaranya :

a. Jaringan

Menurut Castells (2002), Gane & Beer (2008) dalam Nasrullah, jaringan (*network*) bisa dipahami didalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi atau jaringan ini sangat diperlukan karena komunikasi antar komputer bisa terjadi jika antar komputer bisa terhubung. Demikian juga berlaku pada media sosial, media sosial terbentuk dari struktur sosial yang terjalin di dalam jaringan atau internet. (Nasrullah, 2017)

b. Informasi

Informasi menjadi sangat penting dari media sosial, karena media sosial tidak seperti media-media lain yang berada di internet. Cara penggunaan media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, membuat konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada dari para pengguna. Informasi juga menjadi komoditas pada masyarakat informasi (*informasi society*), informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi. (Nasrullah, 2017)

c. Arsip

Untuk pengguna media sosial, arsip menjadi karakter yang menjelaskan tentang informasi yang sudah tersimpan dan bisa diakses oleh siapapun, kapanpun dan melalui perangkat apapun. Arsip juga tidak akan hilang begitu saja, informasi itu akan terus muncul walaupun berganti hari, bulan hingga tahun. Informasi yang sudah tersimpan akan mudah diakses kapan saja.

Kehadiran media sosial memberikan akses luar biasa bagi arsip. Karena pengguna media sosial tidak hanya pada memproduksi dan mengkonsumsi informasi saja, karena informasi sudah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. (Nasrullah, 2017)

d. Interaksi

Menurut Gane dan Beer (2008) dalam Nasrullah, interaksi ada beberapa makna, diantaranya :

- 1) Interaksi merupakan struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media.
  - 2) Interaksi biasanya diartikan sebagai konsep yang bisa menghilangkan sekat atau batasan ruang dan waktu. karena interaksi melalui media virtual bisa terjadi kapan saja dan di mana saja.
  - 3) Interaksi menunjukkan sebuah konsep tentang komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh media baru.
- e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki sifat sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Seperti halnya masyarakat di sebuah negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang berlaku untuk para penggunanya. Aturan ini diterapkan karena adanya perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau bisa muncul karena interaksi di antara para pengguna media sosial.

Simulasi dalam buku baudrillard yang berjudul *Simulation and Simulacra* (1994) mengemukakan bahwa simulasi adalah kesadaran akan sesuatu yang nyata dipikiran khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan kenyataan yang semu (Nasrullah, 2017)

f. Konten oleh Pengguna

Karakteristik terakhir yang dimiliki media sosial adalah konten oleh pengguna konten oleh pengguna ini disebut sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang saja, tetapi juga mengonsumsi konten yang sudah diproduksi oleh pengguna lain. Misalnya di media sosial YouTube. Media ini memberikan konten video dengan memfasilitasi penggunaannya dengan pembuatan kanal atau *channel*. Dengan media sosial ini para penikmat konten dapat menonton dan mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang bisa dipilih oleh penggunanya sendiri. (Nasrullah, 2017)

Banyak sumber baik liputan media maupun kajian literatur yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik pengguna, sampai berdasarkan *file* atau berkas apa yang disebarkan antar pengguna. Berikut alasan penggunaan media sosial oleh para penggunanya.

Tabel 1. Alasan Penggunaan Media Sosial

Media Sosial	Alasan Penggunaan
<i>Instagram</i>	<i>Instagram</i> menyediakan banyak fitur, memposting foto, pembuatan <i>snapgram</i> , <i>caption</i> , <i>efek</i> , <i>filter</i> , <i>instastory</i> , <i>boomerang</i> , <i>video pendek</i> , <i>superzoom</i> , <i>rewind</i> , <i>handsfree</i> , <i>slow motion</i> , berita terkini, <i>meme</i> ,

	informasi, pengguna bisa menggunakan layanan sesuai kebutuhan.
<i>Youtube</i>	<i>Youtube</i> menjadi media sosial yang menyediakan layanan video tanpa ada batasan waktu. Dan penggunaanya bisa memilih berdasarkan umur dan kategori yang ingin dilihat.
<i>Line</i>	<i>Line</i> menjadi pilihan pertama <i>digital native</i> untuk melakukan <i>video call</i> , berbagi stiker dan emoji lucu, mengobrol dengan grup dan bisa mendapatkan informasi melalui <i>Lineneews</i> .
<i>Whatsapp</i>	<i>Whatsapp</i> menjadi <i>digital native</i> dengan cara penggunaan yang paling mudah karena hanya dengan menghubungkan nomor telepon terhubung dengan aplikasi.
<i>Facebook</i>	<i>Facebook</i> bagi <i>digital native</i> berfungsi sebagai media informasi identitas dengan melalui pembaharuan status.
<i>Ask.fm</i>	<i>Ask.fm</i> adalah aplikasi untuk saling bertanya dengan anggota <i>ask.fm</i> yang sudah tergabung.
<i>Snapchat</i>	<i>Snapchat</i> digunakan oleh <i>digital native</i> untuk membagikan momen berharga secara langsung.
<i>Twitter</i>	<i>Twitter</i> menjadi acuan berita maupun informasi yang tengah menjadi <i>tranding topic</i> bagi <i>digital native</i> .

Sumber: *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native* (Supratman, 2018).

## **6. Kepedulian Sosial**

Kata “kepedulian” berasal dari kata “peduli” berarti mengindahkan, memperhatikan, menghiraukan. Kemudian kata tersebut ditambah awal ke dan akhiran an, menjadi kepedulian. Kata “kepedulian” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan dengan dua pengertian; pertama, perihal sangat peduli; dan kedua, sangat mengindahkan (memperhatikan). Sedangkan kata “sosial” dalam kamus tersebut juga diartikan dengan dua pengertian; pertama, berkenaan dengan masyarakat; dan kedua, suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma dsb).

Dari pengertian dua kata di atas, maka secara leksikal kepedulian sosial dapat diartikan sebagai sebuah sikap mengindahkan (memperhatikan) sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Sedangkan pengertian secara umum yang disebut dengan kepedulian sosial adalah suatu sikap yang dimiliki setiap individu, kelompok atau organisasi untuk memperhatikan orang lain, komunitas dan lingkungan sosialnya. Kepedulian itu bertujuan untuk memenuhi atau meningkatkan kebutuhan hidup individu atau komunitas serta menjaga dan memelihara lingkungan demi kemaslahatan bersama.

Faktor yang mempengaruhi sikap peduli merupakan hal-hal atau faktor yang akan berpengaruh terhadap sikap peduli. Di dalam sikap peduli menurut Sarwono (Gerungan. W.A, 2006) yaitu faktor Indogen dan

Endogen. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap peduli adalah sebagai berikut :

- a. Faktor Endogen: faktor pada diri anak itu sendiri seperti faktor imitasi, sugesti, identifikasi, simpati. Imitasi yaitu meniru. Sugesti yaitu pengaruh atas jiwa atau perbuatan seseorang sehingga pikiran, perasaan, dan kemauannya terpengaruh dan dengan begitu orang mengakui atau meyakini apa yang dikehendaki dari padanya.
- b. Faktor Eksogen: faktor yang berasal dari luar seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekolah.

Crandall mengemukakan aspek-aspek yang dapat menarik ataupun mempengaruhi kepedulian sosial seseorang dalam teorinya yaitu teori aspek-aspek kepedulian sosial (Crandall, 1991), diantaranya:

- a. *Motivation* yaitu sebuah dorongan untuk melakukan sesuatu demi mencapai suatu tujuan. Manusia dimotivasi oleh pengaruh sosial dan oleh perjuangan menuju keunggulan atau keberhasilan.
- b. *Cognitive* yaitu pemahaman seorang individu dalam mengembangkan empatik terhadap orang lain dan pandangannya mengenai masa depan yang mempengaruhi perilakunya saat ini.
- c. *Emotion* (empati, simpati) yaitu sebuah sikap positif terhadap orang lain, sehingga manusia dapat menyadari apa yang sedang dikerjakan dan alasan dikerjakannya.
- d. *Behavior* (kerjasama, kontribusi terhadap kesejahteraan umum) yaitu cara orang bertindak laku terhadap orang lain, berkontribusi terhadap

kesejahteraan umat manusia. Manusia dapat bertanggung jawab sepenuhnya untuk menjadi siapa dirinya.

## **B. Kajian Pustaka**

Studi penelitian mengenai strategi komunikasi komunitas telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Tinjauan pustaka dilakukan sebagai bahan referensi penelitian yang akan dilakukan dan wawasan agar lebih meluas dan lebih baik lagi.

1. Penelitian yang pertama adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Rini Astuti dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Jilbab Dalam Mensosialisasikan Pemakaian Jilbab Syar’i di Kalangan Muslimah”. Penelitian ini membahas beberapa masalah mengenai strategi pemilihan komunikator, strategi penyusunan pesan dan penyajian pesan, strategi pemilihan dan perencanaan media, dan strategi pemilihan dan pengenalan khalayak yang dilakukan oleh komunitas Peduli Jilbab dalam mensosialisasikan pemakaian jilbab syar’i dikalangan muslimah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan cara melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemilihan komunikator yang dilakukan oleh komunitas Peduli Jilbab ditentukan berdasarkan kredibilitas, kriteria latar belakang, dan

daya tarik. Strategi penyusunan dan penyajian pesan yang dilakukan oleh komunitas Peduli Jilbab dirumuskan secara informatif dan persuasif. Strategi pemilihan media yang dilakukan oleh komunitas Peduli Jilbab ialah menggunakan media massa dan media sosial. Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak yang dilakukan oleh komunitas Peduli Jilbab yaitu dengan membaginya ke dalam 2 jenis, khalayak internal dan eksternal. Kemudian, mengenal dan mendekati khalayak sarannya dengan cara berbeda. (Astuti, 2018)

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ratih Setyoningsih dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul “Strategi Komunikasi Anggota Komunitas @Sragen Hits dalam Menarik kepedulian sosial Masyarakat Sragen Tahun 2019” pada tahun 2020. Penelitian ini membahas beberapa masalah mengenai strategi komunikasi komunitas Sosial @Sragen\_Hits dalam menarik kepedulian sosial masyarakat Sragen dan bentuk kegiatan sosial yang dilakukan komunitas @Sragen\_Hits terhadap masyarakat Sragen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yakni dengan wawancara, observasi dan dokumentasi kegiatan komunitas @Sragen\_Hits. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas @Sragen\_Hits dalam menarik kepedulian sosial yakni dengan mengenali sasaran komunikasi dengan cara datang langsung mencari tahu dan melihat bagaimana kondisinya agar

bisa dibantu sesuai kebutuhan yang diperlukan. Pemilihan media komunikasi sangat diperlukan untuk mengenalkan dan menginformasikan kegiatan @Sragen\_Hits kepada masyarakat tujuannya bukan untuk pamer, namun biar orang lain tahu dan tergerak hatinya untuk ikut membantu. Pengkajian tujuan pesan komunikasi, dalam penyampaian pesan komunikasi harus dengan bahasa yang sopan dan terarah agar bisa tersampaikan dengan baik. Serta peran komunikator dalam komunikasi dalam berinteraksi. Bentuk pengimplementasian kepedulian sosial komunitas @Sragen\_Hits yakni dengan cara bergerak langsung membantu masyarakat Sragen, dengan berbagai kegiatan sosial. (Setyoningsih, 2020)

3. Penelitian yang pertama adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ryhat Trisde Pandora dari Jurusan Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang”. Penelitian ini membahas mengenai strategi pengelolaan media sosial instagram komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang dalam proses perencanaan pesan dan pemanfaatan fitur-fitur Instagram dalam menyampaikan pesan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma Post-positivis. Teori yang digunakan adalah teori perencanaan pesan. Hasil penelitian ini adalah Ketimbang Ngemis Tangerang menggunakan Instagram sebagai media untuk mempromosikan kegiatan-kegiatannya melalui beberapa proses perencanaan tindakan. Pertama, pada proses perencanaan pesan, dibuat suatu rencana pembuatan

konten tentang pemakaian warna, perencanaan caption, dan metode pesan informatif. Selanjutnya pada proses penyebaran pesan, Ketimbang Ngemis Tangerang mempublikasikan konten yang berisi gambar dan tulisan menggunakan teknik persuasi dengan mencoba menarik audien dari ketertarikan emosional dan motivasi. Proses ini berlangsung untuk mencapai tujuan pesan yaitu agar kegiatan-kegiatan komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang dapat terus berlangsung dan untuk membangun eksistensi komunitas Ketimbang Ngemis di masyarakat dan diantara regional lain seluruh Indonesia. (Trisde, 2018)

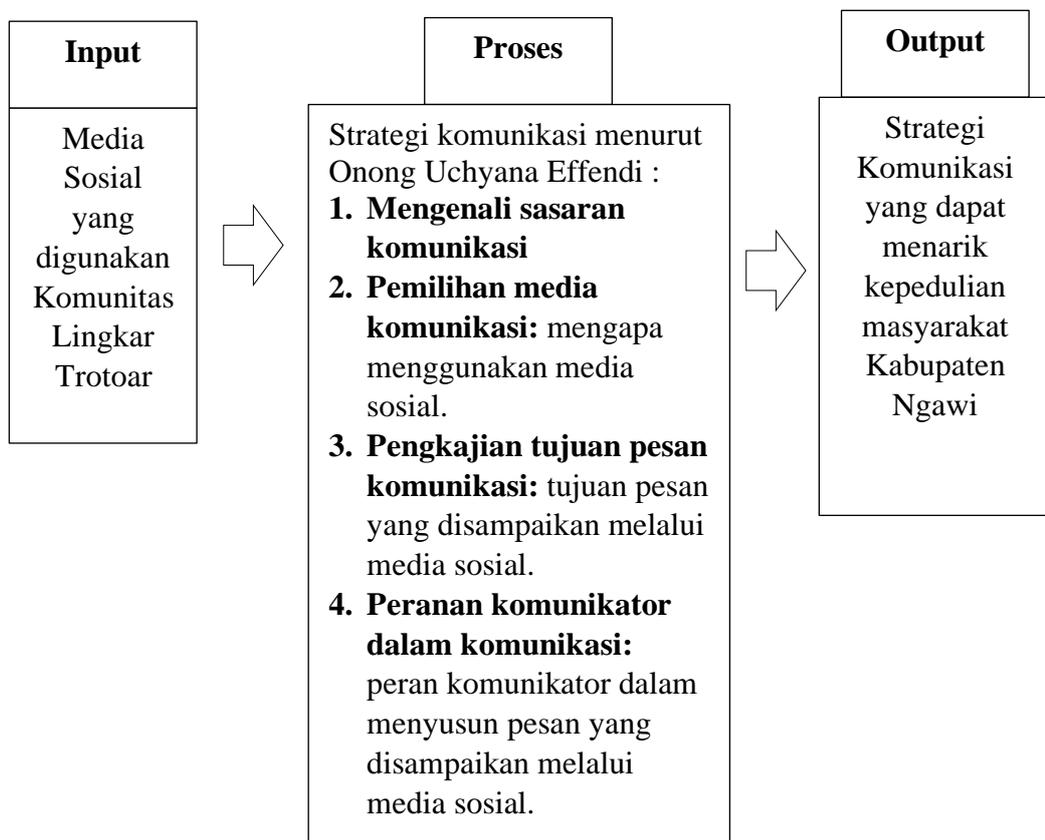
### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset. Untuk memperjelas jalannya penelitian yang dilaksanakan, maka penulis merasa perlu menyusun kerangka pemikiran mengenai konsepsi tahap-tahap penelitian secara teoritis dibuat berupa skema sederhana yang menggambarkan secara singkat proses pemecahan masalah yang dikemukakan dalam penelitian.

Dalam pembahasan penelitian Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar melalui Media Sosial dalam Menarik kepedulian sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi ini, peneliti menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchyana Effendi yakni 4 langkah pemikiran yang digunakan dalam penyusunan strategi komunikasi meliputi mengenali sasaran komunikasi,

pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi.

Dalam kerangka berpikir ini dijelaskan mengenai proses berpikir peneliti dalam rangka mengadakan penelitian tentang Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi. Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6. Kerangka Berpikir

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari pengajuan judul sampai dengan penyusunan skripsi selesai yaitu Januari 2022 hingga Oktober 2022. Sedangkan penelitian ini berlokasi di *Basecamp* Komunitas Lingkar Trotoar yang bertempat di terminal Ngrambe Kabupaten Ngawi.

Tabel 2. Waktu Penelitian

Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt
Observasi Awal										
Pengajuan Judul										
Penyusunan Proposal										
Ujian Proposal										
Penelitian										
Analisis Data										
Munaqosyah										

##### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif diartikan sebagai suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial seperti sikap, motivasi, persepsi, dan pemikiran secara individual atau kelompok.

Menurut Sugiono, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif . (Sugiyono, 2015)

Dasar metode penelitian ini adalah mengetahui fenomena yang dialami subjek penelitian dalam keadaan alamiah apa adanya dilapangan. Sehingga penelitian diskriptif kualitatif ini sesuai pada Komunitas Lingkar Trotoar, dimana penelitian ini menitikberatkan pada wawancara yang mendalam dan didukung dengan observasi yang penulis lakukan sesuai keadaan lapangan Komunitas Lingkar Trotoar dalam merencanakan strategi komunikasi dalam media sosial.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Pada penelitian Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi, peneliti menggali informasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik tersebut artinya peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan untuk menjawab permasalahan di dalam penelitian.

Subjek dari penelitian ini dijadikan sebagai informan guna memperoleh data. Subjek dari penelitian ini adalah media sosial Komunitas, ketua komunitas, pengurus komunitas yang bertugas sebagai admin atau yang bertugas mengoperasikan media sosial komunitas, anggota aktif komunitas dan *follower* aktif dari media sosial komunitas Lingkar Trotoar.

Peneliti memilih informan tersebut dikarena informan yang dipilih tersebut memiliki pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam melakukan strategi komunikasi di komunitas Lingkar Trotoar tersebut. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi untuk menarik kepedulian sosial masyarakat Kabupaten Ngawi

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa teknik diantaranya:

##### **1. Teknik Wawancara**

Robson (2002) mengatakan, wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan aktivitas pertanyaan seorang peneliti untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan daripada informan ataupun sumber informasi. Metode wawancara merupakan sebagai salah satu metode dengan maksud untuk mendapatkan informasi seperti persepsi, makna tentang sesuatu nilai, penafsiran tentang keadaan tertentu, serta memahami sebuah realita yang dialami oleh seorang responden. (Surokim, 2016)

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara yang mendalam atau *dept interview* untuk memperoleh data mengenai strategi komunikasi Lingkar Trotoar melalui media sosial dalam menarik kepedulian masyarakat Ngawi. Dalam Teknik pengumpulan data dengan wawancara penulis pertama memilih langsung orang-orang yang dianggap perlu dan mewakili

dalam penelitian ini yaitu pendiri atau ketua Komunitas Lingkar Trotoar, admin media sosial, anggota aktif, dan *follower* aktif dari media sosial komunitas Lingkar Trotoar.

Setelah menentukan narasumber wawancara, peneliti membuat draft pertanyaan yang sesuai dengan teori yang digunakan agar mendapat data yang valid dan sesuai dengan masalah yang diteliti. Kemudian, draft pertanyaan tersebut digunakan sebagai pedoman saat melakukan wawancara kepada narasumber yaitu, ketua, admin media sosial, anggota aktif, dan *follower* aktif dari media sosial komunitas Lingkar Trotoar. Setelah melakukan wawancara, peneliti melakukan transkrip data hasil wawancara yang telah didapat dari narasumber yang selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis data.

## **2. Teknik Dokumentasi**

Menurut pandangan Sugiyono, mengemukakan pendapatnya mengenai dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dengan demikian bahwa dokumen merupakan sumber data yang turut digunakan guna melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semua itu memberikan informasi bagi proses penelitian. (Surokim, 2016)

Pada penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan merekam suara kegiatan wawancara, memfoto kegiatan wawancara, memfoto kegiatan aktivitas Komunitas Lingkar Trotoar serta menggali data pada sumber

elektronik sehingga dokumentasi ini berguna dalam melengkapi dan memperkuat kebenaran data dalam penelitian.

### **3. Teknik Observasi**

Metode observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang diteliti. kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Dengan pengamatan peneliti dapat melihat kejadian sebagaimana subjek yang diamati mengalaminya, menangkap, merasakan fenomena sesuai pengertian subjek dan objek yang diteliti. (Surokim, 2016)

Dalam penelitian ini peneliti untuk memperoleh data melakukan observasi partisipan, dimana observasi tersebut disamping mengamati peneliti juga ikut terjun langsung dalam kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar. Pada saat komunitas Lingkar Trotoar melakukan kegiatan rutin bagi-bagi makanan, peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan juga ikut serta terjun langsung dalam melakukan kegiatan tersebut.

### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai (Sugiyono, 2015). Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis model Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam

analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas. Teknik Analisis Data ini terdiri dari empat tahap, yaitu: (Sugiyono, 2015)

### **1. Pengumpulan Data (*data collection*)**

Dalam memperoleh tujuan penelitian pengumpulan data dibutuhkan dari observasi langsung di lapangan, kemudian wawancara mendalam kepada informan agar memiliki keabsahan data yang valid.

### **2. Reduksi Data**

Reduksi data yaitu sebagai proses pemilihan Pengumpulan Data Reduksi Kesimpulan/*Verifikasi Display* data pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan dan memilah semua data yang yang diperoleh dari observasi, transkrip wawancara, dan dokumen yang relevan dengan permasalahan dalam pownelitian. Kemudian data yang sesuai dan relevan disusun secara sistematis.

### **3. Penyajian Data (*data display*)**

Seperti pendapat Miles dan Huberman yang digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Maka peneliti menyajikan data dengan sistematis baik berupa teks, table, foto dokumen yang berkaitan dengan media sosial Komunitas Lingkar Trotoar.

#### **4. Penarikan Kesimpulan/*Verifikasi (drawing and verifying conclusions)***

Verifikasi yang dilakukan yaitu dengan memikir ulang selama penulisan, tinjauan ulang catatan lapangan, dan bertukar pikiran dengan orang lain (Sugiyono, 2015). Dari pernyataan di atas peneliti menganalisis data dan mengecek ulang data dengan hasil catatan lapangan dan observasi, kemudian bertukar pikiran dengan dosen.

#### **F. Teknik Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sangatlah penting, hal ini dikarenakan penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai.

Pada penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik Triangulasi digunakan untuk memastikan kebenaran data dengan membandingkan data dari sumber yang lain dan cara pengumpulan berbeda. Langkah ini digunakan peneliti agar lebih fokus menemukan analisa data karena perbedaan berbagai data yang didapatkan.

Dalam penelitian ini triangulasi dilakukan dengan triangulasi sumber data, yaitu data dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengkroscek hasil data yang

didapatkan dari tiga teknik pengumpulan data tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan data dari hasil data wawancara, dokumentasi, dan observasi agar mendapat kevalidan data.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Sejarah Komunitas Lingkar Trotoar**

Komunitas Lingkar Trotoar pertama kali digagas oleh Umi Latifah, sekaligus pendiri komunitas tersebut pada tahun 2015, perempuan berkelahiran Ngawi yang menempuh Pendidikan di salah satu Universitas di Jember. Berawal dari luangnya waktu dan untuk membuat kegiatan yang positif disamping kegiatan perkuliahan, komunitas ini dibentuk dari keprihatinan dan panggilan sosial dari pendiri terhadap orang-orang jalanan. Pendiri menelusuri jalan-jalan sebagai kegiatan awal sekaligus mengisi waktu luang, dengan sering berinteraksi dengan orang jalanan sampai mengajarkan pendidikan bagi anak yang belum berkesempatan sekolah. Sehingga dari kegiatan tersebut lahir kebiasaan baru sampai pendiri lulus dari Universitas dan menjadikan kegiatan baru dikampung halaman di Ngrambe kabupaten Ngawi. (Latifah, 2022)

Di Ngawi Komunitas ini belum sepenuhnya menjadi komunitas sesungguhnya karena belum memiliki nama dan anggota didalamnya, meskipun begitu komunitas yang awalnya hanya kegiatan pribadi bersama saudara pendiri semakin lama bertambah anggota dan dapat membentuk sebuah komunitas. Sehingga pada tanggal 29 Mei 2020 komunitas ini resmi dibentuk sebagai Komunitas Lingkar Trotoar yang memiliki

anggota, struktur organisasi, tujuan, visi dan misi didalamnya. Hingga pada 19 Maret 2022 Komunitas Lingkar Trotoar telah bergabung pada sebuah Yayasan yaitu Yayasan Trijaya Peduli Sesama yang mana Yayasan tersebut merupakan Yayasan yang menaungi berbagai Komunitas, untuk memberi jalan komunitas yang dulu hanya sebuah komunitas yang independent berdiri sendiri menjadi sebuah komunitas yang legal dan dilindungi badan hukum. (Latifah, 2022)

Nama Lingkar Trotoar mempunyai arti bahwa mengibaratkan sebuah perkumpulan yang berkumpul yang melingkar di jalan atau trotoar sehingga menjadikan komunitas yang berkumpul di jalan dan beraksi di jalan. Sedangkan arti dari logo komunitas tersebut adalah bentuk lingkaran yang melambangkan berkumpul terus melingkar yang tidak terputus, inisial “LT” yang merupakan singkatan dari nama komunitas Lingkar Trotoar, tulisan “humanitarian action” memberikan informasi singkat bahwa komunitas ini bergerak untuk kemanusiaan, warna oranye kemerahan yang melambangkan keberanian untuk melakukan kegiatan sosial kemanusiaan, dan warna biru melambangkan loyalitas yang tinggi dan ikhlas untuk melakukan kegiatan sosial kemanusiaan. Adapun logo dari Komunitas Lingkar Trotoar sebagai berikut



Lingkar Trotoar merupakan sebuah komunitas yang dibentuk pada bidang sosial dan kemanusiaan yang bergerak dari jalan kejalan menyalurkan makanan kepada orang-orang jalanan. Komunitas ini dibentuk bertujuan untuk membantu dan memotivasi masyarakat untuk menumbuhkan rasa peduli terhadap orang-orang jalanan seperti ODGJ, Pengemis, Pengamen dan lain-lain. Prinsip dari komunitas Lingkar Trotoar adalah Gerakan sosial kemanusiaan yang peduli terhadap sesama dengan rasa berani dan ikhlas serta saling membahagiakan dengan sifat *hidden* atau sembunyi. Hal ini seperti tagline yang diusung dalam komunitas Lingkar Trotoar ini yaitu “*Hidden camera. Hidden volunteer. Hidden target, Except Togetherness*”, semua serba sembunyi atas identitas dari relawan, target, dan donator. Sehingga komunitas ini memiliki *rule* seperti dokumentasi diambil secara sembunyi-sembunyi, dilarang meminta target untuk foto bersama, jaga privasi diri, dan jaga privasi target. (Latifah, 2022)

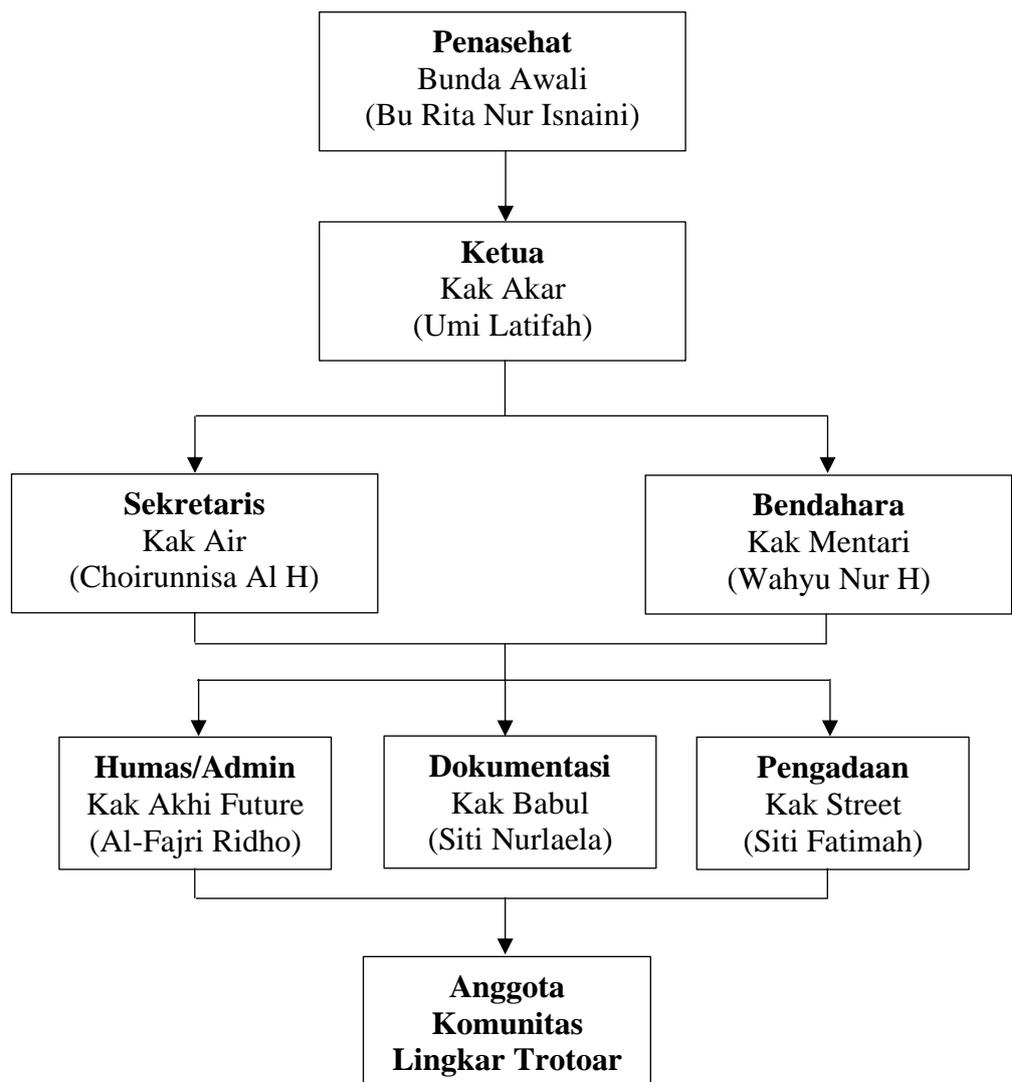
## 2. Visi dan Misi Komunitas Lingkar Trotoar

Seperti organisasi atau komunitas lainnya, tentu komunitas Lingkar Trotoar memiliki visi dan misi dalam menjalankan komunitasnya. Visi dan misi komunitas Lingkar Trotoar sebagai berikut.

- a. Gerakan Kemanusiaan, Peduli Sesama
- b. Berani Ikhlas, Berani Peduli, Saling Membahagiakan.
- c. *Hidden Camera, Hidden Volunteer, Hidden Target, except togetherness.*

### 3. Struktur Organisasi Komunitas Lingkar Trotoar

Pada suatu organisasi tentunya memiliki struktur organisasi agar terdapat pembagian tugas yang jelas. Sama halnya dengan komunitas Lingkar Trotoar yang memiliki struktur organisasi. Berdasarkan wawancara dengan ketua komunitas Lingkar Trotoar pada 29 Mei 2022, berikut struktur organisasi dan *job description* komunitas Lingkar Trotoar.



Gambar 7. Struktur Organisasi Komunitas Lingkar Trotoar 2022

Sumber: Latifah, 2022

Adapun deskripsi kerja bagian-bagian dalam kepengurusan Komunitas Lingkar Trotoar berdasarkan wawancara dengan ketua Komunitas Lingkar Trotoar pada 29 Mei 2022 sebagai berikut.

a. Ketua

Ketua komunitas berperan sebagai *representative* atau perwakilan dari komunitas sehingga bertanggung jawab atas seluruh anggota. Selain itu, ketua juga bertugas membuat perencanaan serta menampung usul perencanaan dari bawahan dan para anggotanya. Kontrol positif atas kegiatan komunitas menjadi bagian dari perannya.

b. Sekretaris

Sekretaris bertugas mengurus segala keperluan administrasi kepengurusan komunitas. Sekretaris juga berperan mendampingi dan mendokumentasikan segala hasil keputusan rapat atau pertemuan.

c. Bendahara

Bendahara bertugas mengurus segala urusan keuangan di komunitas seperti mengatur kas internal komunitas, mengatur penerimaan donasi, dan mengatur pengeluaran dari uang donasi maupun dari kas internal.

d. Humas

Sie humas bertugas untuk mengatur hubungan antara komunitas dengan masyarakat maupun dengan donatur secara langsung dan tidak langsung. Humas diibaratkan sebagai jembatan atau penghubung antara komunitas dengan masyarakat. Pada komunitas Lingkar Trotoar ini sie humas juga bertugas yang sekaligus menjadi admin media sosial komunitas Lingkar Trotoar.

e. Dokumentasi

Sie dokumentasi bertugas untuk mengabadikan setiap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar. Dokumentasi sangat diperlukan guna sebagai bukti kepada masyarakat maupun donatur akan kegiatan yang dilakukan. Selain itu, dokumentasi juga diperlukan sebagai bahan konten yang akan *diupload* pada akun media sosial komunitas.

f. Pengadaan

Sie pengadaan bertugas untuk melakukan pembelian barang maupun makanan yang akan dibagikan kepada target sebelum kegiatan rutin bagi-bagi dilakukan.

#### 4. Kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar

Komunitas Lingkar Trotoar memiliki beberapa kegiatan yang tidak lepas dari kegiatan sosial. Selain kegiatan rutin bagi-bagi makanan setiap 2 minggu sekali, Lingkar Trotoar juga sering melakukan kolaborasi dengan komunitas lain yang tentunya juga berkegiatan sosial. Tidak lupa untuk anggotanya, Lingkar Trotoar juga sering melakukan kegiatan antar anggota untuk merekatkan kebersamaan dan kesolidan antar anggota.

a. Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin disini adalah kegiatan membagi-bagikan makanan dari jalan ke jalan. Kegiatan ini merupakan kegiatan utama dari komunitas Lingkar Trotoar yang sesuai dengan tujuan awal terbentuknya

komunitas ini yaitu untuk membantu orang-orang di jalanan. Kegiatan bagi-bagi makanan ini merupakan salah satu bentuk rasa tanggung jawab Lingkar Trotoar kepada masyarakat dan donatur atas apa yang telah mereka berikan kepada para target melalui komunitas Lingkar Trotoar. Saat melakukan kegiatan ini Lingkar Trotoar membuka kesempatan kepada siapapun yang bukan termasuk anggota untuk ikut melaksanakan kegiatan ini agar bisa melihat kondisi target secara langsung.



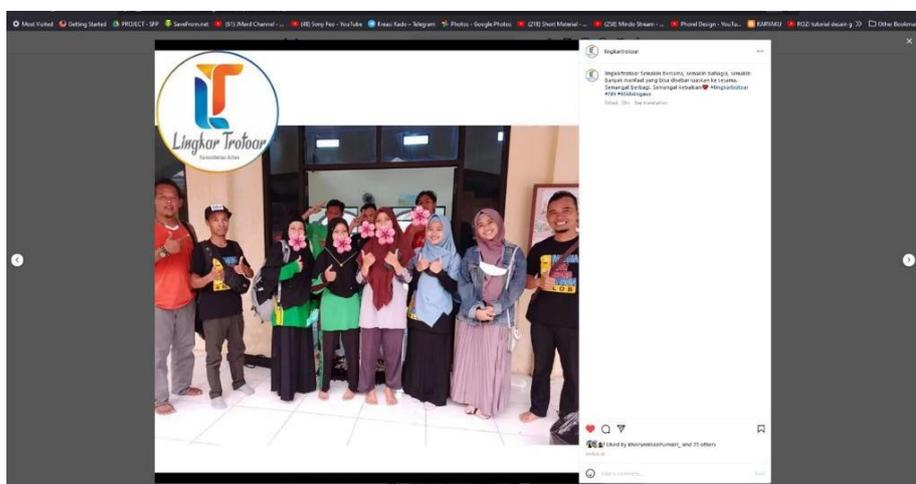
Gambar 8. kegiatan rutin bagi-bagi makanan  
Sumber : Instagram Komunitas Lingkar Trotoar

#### b. Kegiatan Kolaborasi

Selain melakukan kegiatan mandiri, komunitas Lingkar Trotoar juga sering melakukan kegiatan kolaborasi dengan komunitas lain. Walaupun target komunitas lain tersebut tidak sama dengan target komunitas Lingkar Trotoar, tapi menurutnya jika memang ada yang

membutuhkan dan untuk kegiatan sosial kemanusiaan maka akan tetap dilaksanakan.

Salah satu contohnya yaitu kegiatan kolaborasi dengan komunitas Nurul Hayat yang memiliki target anak yatim dan orang tidak mampu, kegiatan kolaborasi dengan komunitas *cat rescue* Ngawi yang kebetulan ingin berkegiatan menolong kucing jalanan di area Ngawi Barat, kolaborasi dengan komunitas lain yang memang ingin membantu kegiatan dari Komunitas Lingkar Trotoar Sendiri, dan masih banyak lagi.



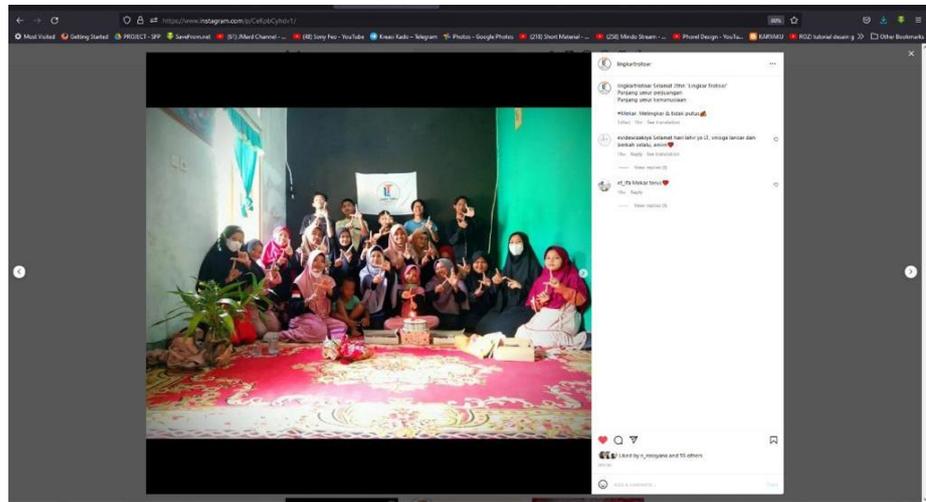
Gambar 9. kegiatan kolaborasi dengan komunitas Nurul Hayat

Sumber : Instagram Komunitas Lingkar Trotoar

c. Kegiatan *Gathering* Anggota

Kegiatan *gathering* anggota dilakukan dengan tujuan untuk merekatkan kebersamaan dan kesolidan antar anggota. Kegiatan ini memang tidak rutin dilakukan dalam waktu dekat, namun setidaknya dalam satu tahun dilakukan beberapa kali. Contoh kegiatan *gathering*

anggota seperti mengadakan ulang tahun Lingkar Trotoar, buka bersama saat bulan puasa, berdiskusi dan sharing bersama, dan lain-lain.



Gambar 10. kegiatan ulang tahun LT kedua  
Sumber : Instagram Komunitas Lingkar Trotoar

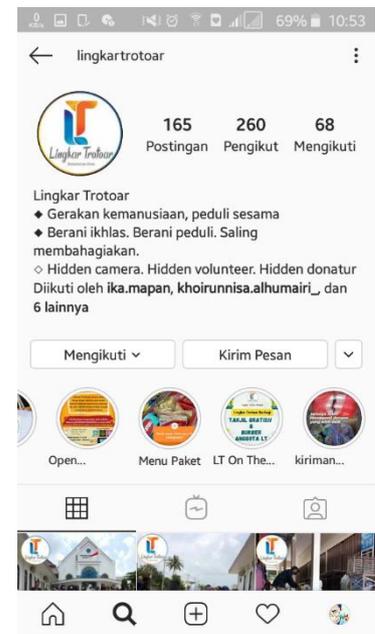
## 5. Aktivitas Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar

Pada era digital saat ini, media sosial dengan komunitas mempunyai hubungan yang sangat dekat. Komunitas dapat menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi baik secara internal maupun eksternal dengan mudah. Salah satu yang berperan memperkenalkan komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat adalah media sosial. Media sosial sebagai media utama komunitas telah memberikan dampak yang besar terutama tentang kesadaran masyarakat terhadap lingkungan sekitar dalam wujud kepedulian terhadap target-target Komunitas Lingkar Trotoar.

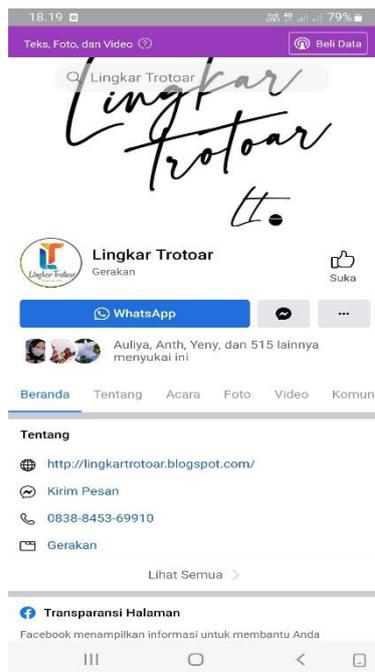
Komunitas berusaha mempublikasikan target tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat tahu bahwa mereka butuh uluran tangan kita. Komunitas Lingkar Trotoar dalam menunjang komunitasnya terutama dalam kegiatan komunikasinya juga menggunakan media sosial. Mereka menggunakan beberapa media sosial diantaranya whatsapp, instagram, dan facebook. Tentu setiap media sosial memiliki fungsinya masing-masing bagi komunitas. (Latifah, 2022)



Gambar 11. Akun Whatsapp Lingkar Trotoar  
Sumber : Screenshot Akun Grup Wa Lingkar Trotoar



Gambar 12. Instagram Lingkar Trotoar  
Sumber : Screenshot Akun IG Lingkar Trotoar



Gambar 13. Akun Facebook Lingkar Trotoar  
Sumber : Screenshot Akun FB Lingkar Trotoar

## B. Sajian Data

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat, yaitu menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchyana Effendi yakni 4 langkah pemikiran yang digunakan dalam penyusunan strategi komunikasi meliputi mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi. Strategi yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar selama penulis melakukan observasi dan wawancara di komunitas Lingkar Trotoar dapat dilihat pada tabel 1 Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar berikut.

Tabel 3. Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar

No.	Jenis Kegiatan	Keterangan
1.	Mengenali Sasaran Komunikasi	Sasaran komunikasi <i>follower</i> media sosial dan masyarakat luas khususnya anak-anak muda wilayah kabupaten Ngawi Barat (Jogorogo, Walikukun, Ngrambe, Sine).
2.	Pemilihan Media Komunikasi: A. Media sosial Instagram	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mengupload foto dengan blur wajah untuk menjaga privasi seperti prinsip komunitas yaitu <i>hidden</i>.</li> <li>2) Menggunakan caption yang bersifat persuasif dan memotivasi.</li> <li>3) Timing yang digunakan untuk mengupload sehabis kegiatan untuk bersifat fresh dan tidak ada batasan waktu.</li> <li>4) Konten berisi kegiatan berbagi, menolong dan apresiasi anggota, sekaligus sebagai laporan kegiatan</li> </ol>
	B. Media Sosial facebook	Bergabungnya media sosial Instagram dan Facebook dalam satu perusahaan membuat kedua sosmed ini saling bertautan. Konten yang diupload dari Instagram bisa terupload juga di Facebook dengan sekali klik.

	C. Media Sosial Whatsapp	1) Koordinasi dengan antar anggota. 2) Sarana tindak lanjut menyalurkan donasi dari donatur karena bersifat privasi dan <i>fast respon</i> 3) Konten <i>story</i> kebersamaan anggota group
3.	Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi	Menggunakan kalimat-kalimat persuasif, memotivasi, menyentuh hati, dan mengajak bersosial.
4.	Peranan Komunikator dalam Komunikasi	Berperan memberikan citra yang baik dengan menampilkan konten media sosial yang baik, memotivasi dan dapat menimbulkan rasa kepedulian sekaligus kepercayaan dari masyarakat

Sumber : (Latifah, 2022)

### 1. Mengenal Sasaran Komunikasi

Komunitas Lingkar Trotoar dalam menganalisa sasaran komunikasi yaitu dengan melihat kondisi lapangan saat ini, apakah sasaran sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu komunitas Lingkar Trotoar memilih anak muda di Ngawi barat dikarenakan anak muda masih memiliki semangat yang lebih ketika berkegiatan dijalanan dan dari sini diketahui bahwa anak muda memiliki sifat yang beda ketika harus berhadapan dengan orang jalanan atau ODGJ seperti rasa takut dan merasa tidak nyaman. Lebih jelasnya terdapat pada wawancara dibawah ini:

“Sebenarnya semua masyarakat menjadi sasaran komunikasi kita kak, karena namanya di media sosial kan siapa saja bisa lihat. Tapi kita lebih menargetkan ke anak-anak muda sih. Kenapa anak muda karena dilihat anak muda sekarang kalau lihat orang-orang jalanan kayak misal ODGJ begitu kan ih mereka orang gila atau persepsi lain yang kurang bagus lah karena takut kalau diganggu apa gimana, maka dari itu LT ini mengajak anak-anak muda untuk bergabung, untuk dirangkul, agar bisa menemukan simpati, agar bisa sama-sama buat berkegiatan sosial terutama kegiatan sosial untuk orang jalanan.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Dari pernyataan wawancara diatas bahwa sasaran utama komunitas ini adalah anak-anak muda di wilayah Kabupaten Ngawi bagian barat dan bagi masyarakat umum atau *followers* sosial media Komunitas Lingkaran Trotoar. Seperti pada wawancara berikut ini:

“iya kami melakukan analisis sasaran komunikasi. Dari semua golongan di masyarakat kami lebih memfokuskan untuk mengajak anak muda. Khususnya anak muda area Ngawi barat.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Pemilihan sasaran komunikasi komunitas ini mengingat anak muda adalah kalangan yang paling sensitif terhadap lingkungannya dan melihat peluang komunitas ini berbeda dari kebanyakan komunitas lain sekaligus jarang terdapat di wilayah Ngawi barat yang bergerak pada orang-orang jalanan. Seperti berikut hasil wawancara dibawah ini:

“Yang membedakan Lingkaran Trotoar dengan komunitas lain seperti ya yang saya sampaikan tadi yaitu prinsipnya serba hidden, kemudian yang berperan adalah anak-anak muda, dimana masih muda sudah mau bergerak untuk membantu sosial dan kemanusiaan. Kemudian untuk targetnya kita memfokuskan turun ke jalanan membantu orang-orang di jalan seperti ODGJ, pengemis, anak jalanan, dan sebagainya.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Dari pernyataan wawancara diatas prinsip yang unik pada komunitas tersebut membuat terobosan komunitas yang baru dengan dipadukan anak

muda sebagai sasaran komunikasi yang tepat karena merupakan kaum milenial dalam bersosial media dan sensitif atau peka terhadap lingkungan sekitar.

Pemilihan sasaran komunikasi bertujuan sebagai mengajak untuk ikut berbuat kepedulian bagi para *followers* tetapi juga ikut andil dalam proses kegiatan strategi komunikasi pada komunitas ini. Seperti pada wawancara dibawah ini:

“Membangunkan kesadaran atas jiwa sosial bagi masyarakat sekitar. Contohnya saat kita kegiatan banyak masyarakat sekitar yang mendukung, kemudian memberikan informasi orang-orang yang butuh dibantu. Jadi bentuk kepedulian masyarakat ini tidak hanya dengan memberikan donasi tapi juga dengan memberikan informasi mengenai target kita jika ada yang terlewat atau keberadaan si target.”  
( wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Dari pernyataan tersebut *followers* tidak hanya membantu sebagai bentuk kepedulian sosial tetapi juga ikut memberikan informasi mengenai target dilapangan untuk sarana pemilihan target dalam komunitas Lingkaran Trotoar ini.

## 2. **Pemilihan Media Komunikasi**

Pesatnya perkembangan teknologi memunculkan keberadaan media sosial yang semakin canggih yang semakin memudahkan individu maupun kelompok dalam mengakses apapun yang diinginkan. Hal tersebut membuat komunitas Lingkaran Trotoar memanfaatkan media sosial untuk berkampanye serta memperkenalkan kegiatannya kepada masyarakat.

“kalau media sosial kan kita bisa menjangkau baik yang kenal, nggak kenal, ibu-ibu, bapak-bapak, terutama anak muda yang sekarang memang jaman gadget ya. setiap media sosial ini tentunya punya

keunggulan dan fungsi masing-masing ya.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Pemilihan media sosial sebagai media komunikasi Lingkaran Trotoar dikarenakan media sosial yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas dengan sangat mudah. Terlebih lagi zaman sekarang yang merupakan zaman serba gadget dijadikan peluang oleh komunitas Lingkaran Trotoar untuk mengkampanyekan dan memperkenalkan kegiatan-kegiatannya. Komunitas Lingkaran Trotoar menggunakan beberapa media sosial diantaranya instagram, facebook, dan whatsapp yang tentunya memiliki fungsi dan tujuannya masing-masing. Berikut akan dijelaskan alasan pemilihan media sosial dan fungsi serta tujuan dari setiap media sosial yang digunakan.

#### **a. Instagram**

Kekuatan media sosial Instagram yang dirilis pada tahun 2010 ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh agensi marketing *We Are Social* pada tahun 2022, Instagram menduduki urutan kedua pada klasifikasi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dan media sosial terfavorit di Indonesia.

Komunitas Lingkaran Trotoar telah menggunakan media sosial Instagram sejak 2 tahun yang lalu terhitung sejak tahun 2020. Publikasi-publikasi kegiatan yang diberikan juga semakin direspon positif oleh masyarakat umum ataupun para *followers*. Penggunaan Instagram merupakan salah satu strategi komunikasi melalui media

sosial yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar. Berikut alasan mengapa komunitas Lingkar Trotoar menggunakan media sosial Instagram.

“Kemudian media sosial kedua yaitu IG, ya kan sekarang IG lagi hype banget ya, terutama di kalangan anak muda rata-rata sekarang main IG punya akun IG, jadi karena perkembangan itu lah kita pakai IG juga sebagai media komunikasi.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Semakin banyaknya pengguna Instagram terlebih lagi dari kalangan anak-anak muda membuat komunitas Lingkar Trotoar tertarik menggunakan Instagram sebagai media komunikasinya. Terlebih lagi, sesuai dengan sasaran komunikasi komunitas Lingkar Trotoar adalah anak-anak muda maka menggunakan Instagram sebagai media komunikasi adalah pilihan yang tepat.

Berdasarkan pemaparan diatas, media sosial Instagram digunakan sebagai media komunikasi untuk menyebarkan, mengampanyekan, dan mempublikasikan konten-konten kegiatan, kebersamaan anggota, maupun sebagai bentuk laporan atas donasi dari para donatur. Terlebih lagi sasaran komunikasi komunitas Lingkar Trotoar adalah anak muda yang saat ini sudah banyak menggunakan media sosial Instagram.

Mengenai strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial Instagram, strateginya meliputi mengupload foto dengan blur wajah untuk menjaga privasi seperti prinsip komunitas yaitu hidden, menggunakan caption yang bersifat persuasif dan memotivasi, timing

yang digunakan untuk mengupload sehabis kegiatan untuk bersifat fresh dan tidak ada batasan waktu, dan konten berisi kegiatan berbagi, menolong dan apresiasi anggota, sekaligus sebagai laporan kegiatan.

Konten yang dibagikan di Instagram adalah berupa foto maupun video. Tentunya dalam konten tersebut akan memperlihatkan wajah dari target maupun anggota dari komunitas Lingkar Trotoar. Namun dalam strateginya, setiap konten yang diupload dalam bentuk foto maupun video akan diblur pada bagian wajah dari target maupun anggota. Hal ini sesuai dengan prinsip dari komunitas Lingkar Trotoar yaitu *Hidden Camera Hidden Volunteer Hidden Target* agar privasi target maupun anggota tetap terjaga.



Gambar 14. gambar wajah target yang diblur  
Sumber : screenshot akun Instagram lingkar trotoar

Gambar diatas menunjukkan kegiatan rutin Lingkar Trotoar yaitu turun ke jalanan untuk berbagi makanan kepada para target. Pada gambar tersebut wajah dari target diblur dan tidak memperlihatkan wajah dari relawan. Hal ini dilakukan untuk menjaga privasi target maupun relawan. Selain itu, tujuan dari menyembunyikan identitas mereka adalah untuk menunjukkan bahwa memposting kegiatan seperti ini bukan bermaksud untuk riya', tanpa memperlihatkan wajah para target pun masyarakat atau para *followers* bisa tetap berempati kepada para target.

“Kita biasanya kan postingnya dihidden semua mulai dari volunteernya, targetnya, dan biasanya captionnya itu berisi bukan riya' tapi mengajak untuk peduli seperti contohnya ini seperti yang diposting. Harapannya ya setelah mereka lihat postingannya ya mereka bisa tergugah untuk melakukan kegiatan yang sama ataupun bisa membantu melalui LT ini.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Strategi selanjutnya yang dilakukan pada media sosial Instagram adalah penggunaan caption. Caption merupakan isi atau pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat maupun para *followers*. Caption tentunya dibuat dengan teknik persuasif yang nantinya dapat membujuk pembacanya. Strategi yang digunakan dalam pembuatan caption adalah dengan memilih kata-kata yang baik seperti kalimat ajakan, kalimat yang menyentuh hati, kalimat yang memotivasi, dan intinya untuk mengajak dan mari peduli. Caption yang digunakan oleh komunitas Lingkar Trotoar biasanya berisi kalimat-kalimat motivasi maupun kata-kata mutiara yang tujuannya untuk mengajak berbagi,

mengajak menolong, mengajak bermanfaat. Proses pembuatan caption tidak hanya berasal dari admin sendiri, terkadang ada anggota yang memberikan saran mengenai caption, jika dirasa sarannya bagus maka selanjutnya akan dijadikan caption oleh admin.



Gambar 15. contoh caption postingan Instagram lingkartrotoar

Sumber : screenshot akun Instagram lingkartrotoar

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa caption yang digunakan tidak terlalu panjang lebar. Caption berupa kata-kata motivasi yang singkat namun memiliki makna yang dalam. Caption yang digunakan tidak menggunakan kalimat yang panjang tetapi bisa menyampaikan tujuan untuk mengajak dan memotivasi untuk berbagi, peduli, dan bermanfaat bagi orang yang membutuhkan.

“strateginya dengan memilih kata-kata yang baik seperti kalimat ajakan, kalimat yang menyentuh hati, kalimat yang memotivasi, dan intinya untuk mengajak dan mari peduli. Prosenya pertama dari admin dulu apabila punya ide-ide caption bisa dibuat terlebih

dahulu lalu anggota juga bisa menambahkan bahkan story anggota ada caption yang bagus bisa saya jadikan caption di akun sosmed LT. Kemudian dalam berkegiatan kadang ada hal yang paling berkesan sehingga secara tidak langsung dapat ditampilkan sebagai caption yang menarik.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Selain penekanan pada konten dan caption, strategi komunikasi di Instagram yang lainnya adalah timing. Timing merupakan waktu dimana dalam mengunggah foto harus memperhatikan waktu dimana *follower* sering membuka gadget. Dalam hal ini komunitas Lingkaran Trotoar memilih waktu pada jam istirahat untuk mengupload kontennya. Selain itu, dalam mengupload kontennya komunitas Lingkaran Trotoar tidak terlalu lama dari dilaksanakannya kegiatan yang dilakukan, hal ini dilakukan agar konten kegiatan yang dibagikan masih bersifat fresh sehingga membuat lebih menarik. Untuk jumlah postingannya, komunitas Lingkaran Trotoar selalu rutin mengupload konten di Instagram setiap bulan.

“mengenai waktu upload saya mengusahakan habis berkegiatan edit sebentar dan mengupload kegiatan tersebut karena kecepatan dan konten yang bersifat fresh membuat konten menarik. Apabila ada stok foto atau kegiatan bisa diupload lain waktu dijam-jam santai dan waktu tidak terlalu jauh dari kegiatan yang telah terlaksana.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Tabel 4 Publikasi akun Instagram komunitas Lingkaran Trotoar

Juni 2022	Juli 2022	Agustus 2022
10 Postingan	9 Postingan	3 Postingan

Tabel diatas menunjukkan jumlah publikasi selama 3 bulan yang lalu. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap bulannya komunitas Lingkar Trotoar selalu rutin mengupload kontennya. Walaupun jumlah postingan tiap bulannya berbeda-beda, hal ini dikarenakan jumlah kegiatan yang dilakukan juga berbeda-beda. Kegiatan rutin bagi-bagi makanan terkadang tidak dapat dilakukan setiap 2 minggu sekali, namun diusahakan untuk selalu dilaksanakan tiap bulan. Hal ini dikarenakan ada beberapa hambatan seperti target dan waktu para relawan.

“hambatan kita yang pertama itu target. Target kita kan di jalanan ya jadi misal kita sudah menyiapkan makanan banyak begitu ternyata targetnya sedikit. Karena kan mereka nggak tentu menetap di satu tempat. Mereka kan jalan terus ya pindah-pindah tempat. Yang kedua masalah waktu, saya kira semua organisasi memiliki masalah yang sama soal waktu ya, tergantung mau memprioritaskan yang mana. Misal seperti anggota yang kuliah merantau atau yang kerja gitu kan waktunya terbatas.” (wawancara dengan ketua lingkar trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Konten yang diupload oleh komunitas Lingkar Trotoar tidak hanya tentang kegiatan berbaginya saja. Namun, kontennya juga berisi mengenai kebersamaan dan apresiasi para anggotanya. Hal ini dilakukan agar solidaritas antar anggotanya semakin solid dan semakin semangat untuk menjalankan kegiatan sosial kemanusiaan yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar.

“konten yang ditampilkan pada sosmed kita khususnya IG dan FB yaitu konten kegiatan kita, konten berbagi, konten menolong, konten apresiasi anggota kalau di WA yaitu konten kebersamaanya.” (wawancara dengan admin media sosial lingkar trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)



Gambar 16. Kegiatan memperingati ulang tahun lingkar trotoar

Sumber : screenshot akun Instagram lingkar trotoar



Gambar 17. kegiatan buka bersama komunitas Lingkar Trotoar

Sumber : screenshot akun Instagram lingkar trotoar

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa komunitas Lingkar Trotoar dalam melaksanakan strategi komunikasi di Instagram ditekankan pada penguploadan konten sesuai prinsip komunitas, penggunaan caption, penggunaan timing, dan pemilihan konten.

## b. Facebook

Facebook merupakan salah satu online social networking atau situs jejaring sosial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh agensi *marketing We Are Social* pada tahun 2022, Instagram menduduki urutan ketiga pada klasifikasi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dan media sosial terfavorit di Indonesia.

Sama halnya seperti Instagram, akun media sosial Facebook juga dibuat 2 tahun lalu bersamaan dengan dibuatnya akun Instagram. Dibuatnya akun Facebook agar jangkauan informasinya semakin luas, terlebih lagi Instagram dan Facebook merupakan media sosial yang saling bertautan. Selain itu, pengguna Facebook juga lebih beragam mulai dari anak muda hingga orang dewasa sehingga jangkauan *followernya* semakin luas.

“Selanjutnya kita juga pakai Facebook, facebook memang media sosial yang paling lama ada ketimbang WA dan IG, kalau IG kebanyakan diisi anak-anak muda tapi kalau FB lebih banyak range penggunanya, mulai dari anak muda, bapak-bapak, ibu-ibu, bahkan anak-anak juga ada yang sudah punya akun Facebook. Tapi kalau isi kontennya di IG sama Facebook biasanya sama sih, kayak konten di IG kemudian ditautkan ke Facebook begitu.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Strategi komunikasi yang digunakan dalam akun media sosial Facebook komunitas Lingkaran Trotoar tidak berbeda dengan akun

media sosial Instagram. Hal ini dikarena akun Instagram komunitas Lingkar Trotoar langsung ditautkan ke akun Facebooknya. Jadi, ketika mengupload konten di akun Instagram maka akan langsung terupload juga di akun Facebooknya. Berikut contoh gambar yang menunjukkan konten postingan di Instaram langsung ditautkan ke akun Facebook.



Gambar 18. konten yang diupload di Facebook 26 Juni 2022

Sumber: screenshot akun Facebook komunitas lingkar trotoar



Gambar 19. konten yang diupload di Instagram 26 Juni 2022

Sumber: screenshot akun Instagram komunitas lingkar trotoar

### c. Whatsapp

Aplikasi Whatsapp merupakan sebuah aplikasi pesan ringkas berbasis internet yang diperkenalkan pada 24 Februari 2009. Pada aplikasi Whatsapp memungkinkan penggunanya bertukar pesan berupa teks, gambar, video, maupun audio tanpa biaya SMS karena Whatsapp menggunakan paket data internet. Whatsapp merupakan aplikasi yang mampu menjadi media bagi manusia masa kini untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan menyebarkan informasi.

Pada saat ini Whatsapp merupakan media yang paling umum digunakan oleh masyarakat. Bahkan berdasarkan survei yang dilakukan oleh agensi *marketing We Are Social* pada tahun 2022, Whatsapp menduduki urutan pertama pada klasifikasi media sosial

yang paling sering digunakan di Indonesia dan media sosial terfavorit di Indonesia.

Whatsapp juga merupakan media sosial pertama yang digunakan komunitas Lingkar Trotoar untuk menyebarkan informasinya. Tentunya Whatsapp memiliki fungsi dan tujuan tertentu bagi komunitas Lingkar Trotoar, diantaranya koordinasi dengan antar anggota, sarana tindak lanjut menyalurkan donasi dari donatur karena bersifat privasi dan fast respon, dan konten story kebersamaan anggota group.

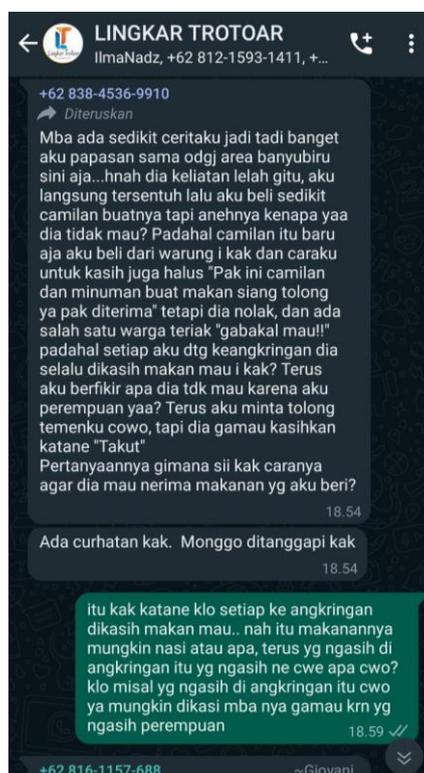
“Kalau WA memang kita menggunakannya sebagai media untuk koordinasi baik kepada anggota maupun kepada donatur. Selain itu WA ini juga media yang fast respon juga karena kan memang yang paling sering dibuka dan digunakan. Dulu waktu masih awal-awal LT ini berdiri kita memperkenalkan LT pertama kali juga melalui WA. Kita buat pamflet dan semacamnya lalu dishare melalui status WA atau share ke grup-grup gitu. Dari WA juga kita memperkenalkan akun media sosial lainnya seperti IG dan Facebook.” (wawancara dengan ketua lingkar trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Media Whatsapp juga merupakan media yang memperkenalkan media lainnya seperti Instagram dan Facebook. Melalui media Whatsapp komunitas Lingkar Trotoar memperkenalkan media Instagram dan Facebook. Hal ini dikarenakan media Whatsapp merupakan media yang pertama kali digunakan oleh komunitas Lingkar Trotoar. Selain itu, melalui media Whatsapp digunakan untuk merangkul mulai dari orang-orang terdekat lebih dahulu kemudian menyebar ke masyarakat luas. Dapat dilihat pada wawancara dibawah

ini bahwa ada *follower* yang mengetahui media lainnya seperti Instagram dan Facebook melalui Whatsapp.

“pertama tahu LT itu dari status WA teman saya. Kemudian pas dia share link akun instagram LT saya baru buka dan mengikuti akun IG nya.” (wawancara dengan *follower* aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Novia Rosyana, 17 Juni 2022).

Whatsapp digunakan komunitas Lingkaran Trotoar sebagai media koordinasi dengan para anggotanya. Hal ini berkaitan mengenai pembahasan jadwal kegiatan rutin, pembahasan kegiatan kolaborasi, kegiatan keanggotaan, maupun kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan mengenai komunitas Lingkaran Trotoar.



Gambar 20. percakapan koordinasi anggota komunitas Lingkaran Trotoar

Sumber: screenshot grup Whatsapp komunitas Lingkaran Trotoar

Whatsapp yang merupakan aplikasi yang paling sering digunakan dan dibuka oleh masyarakat saat ini, digunakan oleh komunitas Lingkar Trotoar sebagai sarana tindak lanjut yang *fast respon*. Misalnya jika ada *follower* dari Instagram atau Facebook yang ingin berdonasi atau bertanya-tanya mengenai Lingkar Trotoar, bisa langsung dialihkan ke Whatsapp. Karena tidak bisa dipungkiri bahwa Whatsapp akan lebih sering dibuka ketimbang media sosial lainnya. Sebagai contoh pada halaman Facebook komunitas Lingkar Trotoar, *follower* bisa langsung beralih ke media Whatsapp dengan satu kali klik.



Gambar 21. halaman Facebook komunitas Lingkar Trotoar  
Sumber: Screenshot halaman Facebook komunitas Lingkar Trotoar

Selanjutnya, media Whatsapp juga digunakan sebagai konten story kebersamaan anggota grup. Melalui Whatsapp anggota yang bertugas sebagai dokumentasi dapat membagikan foto-foto kebersamaan anggota lain saat berkegiatan, kemudian anggota lain dapat mengupload foto-foto tersebut di akun mereka pribadi.

### 3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah menggunakan teknik informasi yang bertujuan memberikan informasi saja atau teknik persuasif yang bertujuan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku.

Pada komunitas Lingkar Trotoar menggunakan teknik persuasif dalam tujuan pesan komunikasi kepada khalayak atau *followers*, supaya bisa mengubah perilaku atau sikap dengan ikut peduli dan membantu kepada orang-orang jalanan terutama penderita ODGJ. Hal tersebut sesuai dengan wawancara dibawah ini:

“Kita pesannya mengajak. Kita biasanya kan postingnya dihidden semua mulai dari volunteernya, targetnya, dan biasanya captionnya itu berisi bukan riya’ tapi mengajak untuk peduli seperti contohnya ini seperti yang diposting. Harapannya ya setelah mereka lihat postingannya ya mereka bisa tergugah untuk melakukan kegiatan yang sama ataupun bisa membantu melalui LT (Lingkar Trotoar) ini.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Dalam pernyataan wawancara diatas Teknik persuasif yang digunakan dengan membuat isi caption dengan mengajak untuk peduli dan tergugah untuk melakukan kegiatan membantu bukan bermaksud riya atau

sombong. Seperti pernyataan wawancara dengan admin Komunitas Lingkar

Trotoar berikut ini:

“Pesan dari Sosmed kita bukan karena riyak tetapi pesan kita bersifat mengajak, mari bermanfaat, mari bersosial, mari membantu, mari menolong. Dalam isi pesan dengan memilih kata-kata yang baik seperti kalimat ajakan, kalimat yang menyentuh hati, kalimat yang memotivasi, dan intinya untuk mengajak dan mari peduli” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Komunitas menggunakan kalimat persuasif dalam pembuatan caption berguna untuk menimbulkan motivasi kepada *followers*. Kalimat-kalimat ajakan yang disampaikan untuk mempertegas tujuan pesan komunitas itu sendiri sehingga menimbulkan rasa empati dan memunculkan rasa kepedulian sehingga dapat bergerak bersama dengan tujuan komunitas Lingkar Trotoar. Hal ini dapat dilihat wawancara dengan admin Instagram Lingkar Trotoar:

“memotivasi *follower* yaitu dengan cara postingan dan caption tadi kak, dengan postingan dan caption yang menarik, caption yang menyentuh hati, caption berupa ajakan supaya para *followers* atau *viewers* ikut terenyuh dan timbul simpatinya sehingga bisa memunculkan rasa kepedulian dan lebih-lebih bisa bergabung berkegiatan LT ini. Kemudian dengan mengepost postingan kebersamaan itu juga memotivasi orang-orang bahwa ada banyak orang juga yang tersentuh dan mau ikut bergabung ke LT ini untuk sama-sama membantu.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)



Gambar 22. contoh caption ajakan dan motivasi dari Lingkar Trotoar  
Sumber: screenshot akun Instagram komunitas Lingkar Trotoar

Dari gambar diatas menampilkan bahwa strategi dalam pembuatan caption dari komunitas Lingkar Trotoar adalah teknik persuasif. Pesan yang terkandung dalam caption berisi tentang ajakan-ajakan, memberikan motivasi serta pesan harus mengena pada hati *followers* agar menumbuhkan rasa simpati. Seperti beberapa pembahasan diatas, pesan yang disampaikan komunitas Lingkar Trotoar pada caption postingan mampu menarik perhatian bagi *followers* serta menumbuhkan rasa kepedulian terhadap orang-orang jalanan. Seperti wawancara dengan *followers* berikut ini:

“Tentunya mengikuti kebaikan yang dilakukan Komunitas Lingkar Trotoar ini dengan cara membagikan sedikit rezeki yang kita peroleh untuk orang lain yang membutuhkan. Dengan tidak lupa ikut mengshare dan memberi like pada postingan”. (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Novita dewi anggraini, 15 Juli 2022)

“Ingin selalu mencontoh dan melestarikan apa yang mereka lakukan. Sama nggak lupa di like.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Yunda Hidayati Mashlihah, 12 Juli 2022)

“tentunya reaksi pertama yang muncul kasihan ya. Karena rata-rata kan komunitas sosial itu targetnya seperti anak yatim, orang kurang mampu, orang tua seperti itu tapi ini LT targetnya orang jalanan seperti ODGJ. Pas melihat postingan LT itu baru ngeh oh iya bener kayak ODGJ begitu jarang yang bantu, mereka gimana cari makannya karena kondisi mental yang nggak stabil.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Novia Rosyana, 17 Juni 2022)

Dari beberapa wawancara diatas menyatakan bahwa Komunitas Lingkaran Trotoar berhasil dalam menyampaikan pesan untuk menarik kepedulian sosial, dengan cara mengikuti kegiatan Lingkaran Trotoar yang dilaksanakan dan mencontoh kegiatan saling tolong menolong di lingkungan sekitar bagi *follower*.

#### **4. Peran Komunikator dalam Komunikasi**

Komunikator atau sumber komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting. Informasi yang disampaikan tergantung dari komunikator. Komunikator harus memiliki daya tarik sumber.

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. (Effendi, 2006: 38)

Maka dari itu komunitas Lingkaran Trotoar dalam melaksanakan strategi komunikasinya untuk menyampaikan pesan atau informasi memerlukan komunikator yang memiliki daya tarik sumber dan

kepercayaan agar pesan tersebut menimbulkan dampak terhadap komunikasi.

“peranan komunikator. Peran komunikator itu sangat penting. Komunikator ini diibaratkan pintu lah bagi orang-orang yang ingin mengetahui tentang LT. Komunikator diibaratkan pintu depan yang membawa orang awam buat mengetahui apa aktivitas kita, apa tujuan kita, dan itu bisa membuka wawasan masyarakat mengenai LT.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Dalam hal ini pihak yang menentukan pesan atau yang berperan sebagai komunikator adalah admin media sosial. Jadi komunikator di komunitas Lingkaran Trotoar adalah admin media sosial, yang menjadi admin instagram, facebook, maupun whatsapp adalah satu orang yang sama.

Komunikator harus mempunyai daya tarik sumber dan kepercayaan. Daya tarik admin media sosial sendiri adalah dalam membuat caption yang menarik, menyentuh, memotivasi, dan mengajak para pembacanya. Admin media sosial memerankan perannya dengan cara posting di media sosial Instagram maupun Facebook dengan teknik persuasif (ajakan) menggunakan kalimat-kalimat yang memotivasi agar para *followers* berperan aktif membantu para target.

“strateginya dengan memilih kata-kata yang baik seperti kalimat ajakan, kalimat yang menyentuh hati, kalimat yang memotivasi, dan intinya untuk mengajak dan mari peduli.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Mengenai langkah-langkah admin media sosial dalam menentukan pesan atau caption, admin sendiri yang mencari ide ataupun referensi mengenai caption yang cocok yang akan diposting. Namun, terkadang ada

anggota yang memberikan saran caption, jika dirasa admin saran captionnya bagus maka akan digunakan sebagai caption postingan. Selain itu, ada satu waktu ketika berkegiatan admin mendapat pengalaman yang sangat berkesan yang secara tidak langsung pengalaman tersebut dituangkan dalam kata-kata dan digunakan sebagai bahan caption.

“pertama dari admin dulu apabila punya ide-ide caption bisa dibuat terlebih dahulu lalu anggota juga bisa menambahkan bahkan story anggota ada caption yang bagus bisa saya jadikan caption di akun sosmed LT. Kemudian dalam berkegiatan kadang ada hal yang paling berkesan sehingga secara tidak langsung dapat ditampilkan sebagai caption yang menarik.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Selain menentukan caption, admin juga menentukan konten seperti apa saja yang harus diposting di akun media sosial komunitas. Konten yang berupa gambar maupun video tersebut tentunya mengandung pesan agar *followers* dapat terbujuk dan termotivasi untuk ikut membantu para target

“konten yang ditampilkan pada sosmed kita khususnya IG dan FB yaitu konten kegiatan kita, konten berbagi, konten menolong, konten apresiasi anggota kalau di WA yaitu konten kebersamaanya. pesan dari Sosmed kita bukan karna riyak tetapi pesan kita bersifat mengajak, mari bermanfaat, mari bersosial, mari membantu, mari menolong.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Penentuan caption dan konten yang dipaparkan diatas merupakan daya tarik sumber yang digunakan oleh komunikator. Kedua hal tersebut dilakukan dengan harapan agar para *followers* terbujuk dan termotivasi.

“memotivasi *follower* yaitu dengan cara postingan dan caption tadi kak, dengan postingan dan caption yang menarik, caption yang menyentuh hati, caption berupa ajakan supaya para *followers* atau *viewers* ikut terenyuh dan timbul simpatinya sehingga bisa

memunculkan rasa kepedulian dan lebih-lebih bisa bergabung berkegiatan LT ini. Kemudian dengan mengepost postingan kebersamaan itu juga memotivasi orang-orang bahwa ada banyak orang juga yang tersentuh dan mau ikut bergabung ke LT ini untuk sama-sama membantu.” (c)

Selain daya tarik sumber, admin juga harus mempunyai sikap kepercayaan pada diri admin agar komunikasi terhadap komunitas bisa terjalin dengan baik dan berhasil. Kepercayaan yang diberikan oleh komunitas Lingkar Trotoar kepada *followers* sendiri adalah dengan melaporkan kegiatan-kegiatan baksos kepada donatur, kemudian memberikan kesan positif kepada para *followers* maupun netizen lain yang memberikan *direct message* melalui akun media sosial yang ingin bertanya atau mengetahui tentang Lingkar Trotoar.

“tentunya dengan memberikan bukti nyata atas kegiatan kita ya kak. konten-konten kegiatan kami itu juga salah satu bentuk laporan bahwa donasi yang diberikan sudah pasti disalurkan kak. Kemudian dengan memberikan kesan positif, salah satu contoh Ketika ada masyarakat yang bertanya tentang apa komunitas ini Ketika kegiatan berlangsung lalu menjawab dengan kata-kata yang baik dan sopan, memberitahu secara jelas tentang komunitas ini lalu tidak menimbulkan riyak. Ketika dalam bersosmed memberikan kesan yang positif dari konten, caption bahkan *direct message* dari masyarakat atau calon donator.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)



Gambar 23. laporan kegiatan bagi-bagi makanan Lingkar Trotoar

Sumber : screenshot akun Instagram lingkar trotoar.

Sehubungan dengan kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar, efek atau respon yang diterima telah mendapat tanggapan yang positif dari masyarakat khususnya dari para *followers*. Lebih jelasnya data dapat dilihat sebagai berikut.

“kegiatan LT ini sangat baik dan positif ya. Di postingannya juga selalu mengajak untuk selalu peduli dan bermanfaat untuk orang-orang yang membutuhkan. Intinya melalui akun media sosialnya mereka memberikan informasi yang baik dan memotivasi untuk terus berbuat baik.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Novia Rosyana, 17 Juni 2022)

“Tentu baik, karena dengan adanya dokumentasi kebaikan itu akan memberikan dampak positif ke semua *viewer* meski kadang ada satu-dua orang yang menganggap hal tersebut riya’ (tangan kanan memberi tangan kiri selpie) dan pastinya itu salah satu bentuk dakwah menyebarkan kebaikan.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Yunda Hidayati Mashlihah, 12 Juli 2022)

“baik, karena sangat menyadarkan orang yang kurang dalam rasa syukur , dan menggugah orang buat saling menolong, membantu dengan sesama yang membutuhkan.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Novita dewi anggraini, 15 Juli 2022)

Dari ketiga pendapat para *followers* diatas dapat disimpulkan bahwa komunitas Lingkar Trotoar dalam melakukan kegiatan di media sosial maupun di lapangan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat.

### **C. Analisis Data**

Dari keseluruhan data yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi telah menunjukkan cukup banyak informasi yang diperoleh dan penting untuk diketahui sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Berikut penjelasan terhadap strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian sosial masyarakat dengan menggunakan strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Onong Uchyana Effendy diantaranya mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan, dan peranan komunikator dalam komunikasi. Teori tersebut dipergunakan peneliti dalam membedah strategi komunikasi melalui media sosial di Komunitas Lingkar Trotoar. Penjelasan strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat adalah sebagai berikut.

#### **1. Mengenali Sasaran Komunikasi**

Mengenali sasaran komunikasi merupakan hal paling awal dalam menentukan sebuah strategi komunikasi. Sehingga menentukan sasaran komunikasi dapat menghasilkan tujuan pesan komunikasi sebuah komunitas dapat dibentuk, apakah saasaran komunikasi dapat mengetahui

saja (metode informatif) atau sasaran komunikasi melakukan Tindakan (metode persuasif).

Komunitas Lingkar Trotoar telah melakukan sasaran komunikasi. Sasaran komunikasinya adalah anak-anak muda khususnya wilayah Ngawi Barat (Jogorogo, Walikukun, Ngrambe, Sine). Hal ini dilakukan karena tujuan komunikasi dari Komunitas Lingkar Trotoar adalah melakukan tindakan (metode persuasif). Anak-anak muda dianggap masih memiliki semangat yang tinggi dalam melakukan sebuah kegiatan sehingga komunitas Lingkar Trotoar ingin mengajak anak muda untuk berkegiatan sosial terlebih turun ke jalan.

Anak-anak muda yang menjadi sasaran komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar lebih ditujukan kepada mereka yang masih sekolah menengah ataupun yang menetap di wilayah Ngawi. Hal ini dikarenakan jika mereka masih menetap di Ngawi akan lebih mudah untuk mengatur waktu dan memprioritaskan untuk ikut kegiatan rutin Komunitas Lingkar Trotoar.

Penjelasan diatas sesuai dengan teori mengenali sasaran komunikasi yang selaras dengan tujuan Komunitas Lingkar Trotoar, yaitu melakukan tindakan (metode persuasif). Sasaran komunikasinya yang tepat, yaitu anak-anak muda yang masih memiliki semangat tinggi dan yang masih menetap di Ngawi, sehingga lebih mudah untuk ikut melakukan tindakan untuk ikut turun ke jalanan membantu para target.

## 2. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi sangatlah beragam mulai dari yang tradisional sampai dengan yang modern untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media tersebut. Setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan. Komunikasi langsung yaitu komunikasi yang terjadi dua arah antara komunikator dengan komunikan, sedangkan untuk komunikasi tidak langsung yaitu komunikasi yang menggunakan media sebagai alat untuk berkomunikasi.

Komunitas Lingkar Trotoar menggunakan komunikasi tidak langsung, yaitu komunikasi menggunakan media sosial. Media sosial dipilih menjadi media komunikasi karena memiliki kelebihan yang sangat menguntungkan. Terutama zaman sekarang yang serba digital, membuat media sosial menjadi pilihan yang tepat sebagai media komunikasi. Jangkauan yang luas, kemudahan pemakaian, fleksibel, merupakan alasan mengapa menggunakan media sosial.

Sesuai dengan survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, penggunaan media sosial di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dapat dijadikan pilihan yang tepat untuk menggunakan media sosial sebagai media komunikasi.

Komunitas Lingkar Trotoar menggunakan 3 jenis media sosial, yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Tentunya ketiga jenis media sosial tersebut memiliki peran dan fungsinya masing-masing dan ketiga jenis

media sosial ini dipilih sesuai dengan sasaran komunikasi yang sudah ditentukan.

Menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, ketiga jenis media sosial yang digunakan oleh komunitas Lingkar Trotoar tersebut menempati 3 urutan teratas media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia 2022 dan media sosial terfavorit di Indonesia 2022. Jadi, pemilihan media komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar tersebut sangat tepat.

Sesuai juga dengan sasaran komunikasinya, yaitu anak-anak muda yang gemar sekali menggunakan media sosial. Hal ini disebabkan karena media sosial tersebut mempunyai keunggulan dan ketertarikan sendiri bagi penggunanya serta menawarkan kemudahan yang membuat anak-anak muda betah berlama-lama dalam menggunakannya

### **3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi**

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu serta memperhatikan isi pesan dan lambang yang disampaikan, apapun pesan yang disampaikan dalam komunikasi haruslah dimengerti. Tujuan pesan yang ingin disampaikan oleh komunitas Lingkar Trotoar adalah ajakan dan motivasi.

Tujuan pesan komunikasi menentukan teknik yang harus diambil dan harus berkaitan dengan tujuan pesan komunikasi, tujuannya untuk menghindari pengucapan kata-kata atau kalimat yang mengandung hal kurang tepat sehingga perlu memperhatikan isi pesan yang akan

disampaikan, sehingga isi pesan maupun lambang yang disampaikan diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksud dapat jelas dipahami dan apabila pengkajian ini kurang tepat maka akan menimbulkan pemahaman yang salah mengenai tujuan pesan yang akan disampaikan oleh sumber sehingga pesan yang disampaikan tidak tepat pada sasaran.

Oleh karena itu, dalam menyampaikan pesannya komunitas Lingkar Trotoar menggunakan teknik persuasif, sesuai dengan tujuan pesannya yaitu ajakan dan memotivasi. Teknik persuasif merupakan teknik komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Penyampaian pesan ini tentunya melalui media yang digunakan, yaitu media sosial. Penyampaian pesan dilakukan melalui konten-konten yang diupload dan *caption* yang digunakan. Konten bisa berupa foto maupun video yang memiliki daya tarik untuk mengajak dan memotivasi *follower*. *Caption* yang digunakan berupa kata-kata mutiara yang memiliki makna mendalam. *Caption* tidak menggunakan kata-kata yang panjang, cukup singkat dan jelas tapi memiliki kesan dan pesan yang mendalam.

#### **4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi**

Faktor penting dalam diri komunikator yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Peranan komunikator dalam komunikasi, yaitu seorang komunikator dalam menghadapi komunikan haruslah bersifat empati, yaitu kemampuan

seseorang untuk mendeskripsikan dirinya kepada orang lain dengan cara perkataan yang dapat disampaikan bias dirasakan oleh orang lain sehingga komunikator memiliki daya tarik untuk mengubah sikap serta perilaku komunikan, lalu akan timbul persamaan dan kepercayaan antara komunikan dengan komunikator.

Komunikator memiliki peran yang besar dalam membangun citra dari komunitas Lingkar Trotoar ini. Komunikator disini adalah admin atau orang yang mengelola media sosial komunitas Lingkar Trotoar. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan respon yang cepat dan baik saat ada yang bertanya mengenai komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial.

Pembangunan citra yang baik dapat dilakukan saat komunikator melakukan komunikasi melalui media sosial, seperti pada konten yang diupload, *caption* yang digunakan, maupun respon saat ada komentar maupun pesan masuk. Konten-konten kegiatan bisa dijadikan sebagai bukti pelaporan kepada masyarakat maupun donatur bahwa komunitas Lingkar Trotoar benar-benar melakukan kegiatan. Hal ini dapat membuat masyarakat semakin percaya bahwa komunitas Lingkar Trotoar merupakan komunitas yang amanah dalam melakukan kegiatan sosialnya.

## **5. Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial dalam Menarik**

### **Kepedulian Sosial**

Komunitas Lingkar Trotoar berhasil dalam menarik kepedulian sosial dari masyarakat. Kepedulian yang diberikan berupa donasi, donasi disini

tidak hanya dalam bentuk materi tetapi dalam bentuk tenaga, jasa, bahkan informasi.

“tidak bisa dipungkiri kita komunitas sosial mendapat donasi dari donator dan sekarang kita tidak lagi membuka atau open donasi karena dengan adanya postingan-postingan kita masyarakat banyak yang tau dan hatinya tersentuh kemudian ikut membantu kita sebagai donator. Bantuan tidak hanya berupa finansial, materi bahkan tenaga dan jasa juga.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

“membangunkan kesadaran atas jiwa sosial bagi masyarakat sekitar. Contohnya saat kita kegiatan banyak masyarakat sekitar yang mendukung, kemudian memberikan informasi orang-orang yang butuh dibantu. Jadi bentuk kepedulian masyarakat ini tidak hanya dengan memberikan donasi tapi juga dengan memberikan informasi mengenai target kita jika ada yang terlewat atau keberadaan si target.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua, admin media sosial, anggota, maupun *follower* aktif media sosial komunitas Lingkaran Trotoar, publikasi dan pesan yang disampaikan oleh komunitas Lingkaran Trotoar dapat menarik kepedulian sosial para *followers* maupun masyarakat. Hal ini berdasar pada analisis data hasil wawancara yang sesuai dengan aspek-aspek kepedulian sosial yang disampaikan oleh Crandall (1991).

Pada aspek *motivation*, komunitas Lingkaran Trotoar memberikan dorongan berupa postingan konten-konten di akun media sosialnya. Konten-konten yang ditampilkan dipilih dengan strategi-strategi yang digunakan yang tujuannya agar menarik perhatian *follower*.

Pada aspek *cognitive*, komunitas Lingkaran Trotoar memberikan pemahaman menggunakan *caption* yang berupa kata-kata mutiara yang berisi ajakan untuk membantu, menolong, dan bermanfaat bagi sesama.

Melalui *caption* tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat atau *follower* agar mau ikut serta membantu sesama.

Pada aspek *emotion*, setelah diberi dorongan dan pemahaman tentunya akan timbul rasa empati dan simpati dari para *followers* yang telah melihat dan membaca postingan dan *caption* yang diunggah oleh komunitas Lingkar Trotoar. Munculnya rasa empati dan simpati tersebut yang nantinya akan menimbulkan aksi nyata dari masyarakat ataupun para *followers*.

Pada aspek *behavior, follower* ataupun masyarakat menunjukkan rasa empati dan simpatinya dalam bentuk tindakan berupa memberikan donasi maupun bantuan tenaga. Tindakan ini yang menjadi bukti bahwa *follower* ataupun masyarakat yang telah melihat postingan dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar terketuk hatinya sehingga timbul rasa kepedulian sosial dengan membantu sesama.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial masyarakat. Media sosial menjadi sarana yang tepat untuk membagikan informasi kegiatan yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar agar menarik kepedulian masyarakat. Melalui media sosial, komunitas Lingkar Trotoar dapat mengajak dan memotivasi masyarakat untuk turut membantu sesama khususnya kepada para target. Hal ini terbukti dengan adanya respon dan tindakan berupa donasi maupun

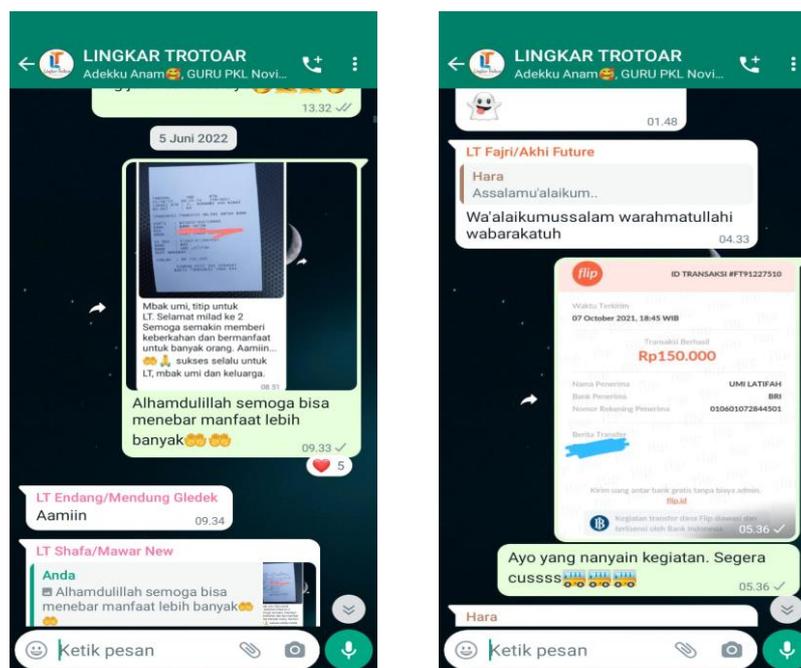
bantuan dari masyarakat maupun para *followers*. Hal ini sesuai dengan wawancara terhadap admin media sosial komunitas Lingkar Trotoar dibawah ini.

“nyatanya bisa banget, contohnya dengan adanya donatur yang datang dari media sosial dan banyak anggota yang masuk dari media sosial hal ini merupakan salah satu bukti wujud kepedulian dari masyarakat.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

“adanya pujian bagi masyarakat secara langsung. Ketika berkegiatan atau melalui pesan pribadi, munculnya donatur yang membantu komunitas ini dalam berdonasi, rata-rata awal calon donatur melalui pesan sosmed, adanya informasi dari masyarakat yang membutuhkan komunitas ini secara tidak langsung memberikan kepercayaan pada komunitas ini adalah feedback yang bagus.” (wawancara dengan admin media sosial lingkaran trotoar, Al-fajri Ridho, 07 Juni 2022)

Bentuk nyata kepedulian sosial dari para *followers* adalah dengan memberikan donasi. Awal mula mencari donatur, komunitas Lingkar Trotoar menggunakan pamflet yang *dishare* melalui media sosialnya. Namun, sekarang tanpa perlu *mengshare* pamflet donatur sudah datang sendiri dikarenakan melihat postingan kegiatan di media sosial.

“kalau untuk sumber dana dulu kita open donasi. Ya itu kita pertama kali buka open donasi ya lewat WA, terus ke IG baru lanjut ke Facebook. Ya biasa kita bikin pamflet gitu yang isinya kita punya kegiatan seperti ini, disalurkan ke target ini ini. Tapi lama kelamaan kita nggak open donasi, sudah lama banget kita nggak open donasi. Malah Alhamdulillah makin kesini donasi itu datang sendiri. Jadi nggak perlu open donasi tapi tiba-tiba ada saja donatur yang mengirim donasi. Karena kan kita sudah jelas ya punya kegiatan seperti apa, terus kita posting kegiatannya, dan orang-orang maupun donatur lama yang sudah percaya dengan kita ya langsung donasi.” (wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)



Gambar 24. Contoh donasi dari donatur

Sumber : Data Primer, 2022

Bentuk kepedulian sosial lainnya selain dalam bentuk donasi materi adalah dengan adanya bantuan tenaga dan jasa. Ada yang kemudian mendaftar menjadi anggota komunitas. Ada juga yang membantu *mengshare* postingan atau informasi yang disampaikan oleh media sosial komunitas Lingkar Trotoar.

“sebenarnya setelah scroll postingan-postingan LT itu pengen gabung jadi anggota, tapi sampai saat ini belum terealisasi karena masalah mengatur waktu. Jadi ya paling yang bisa saya lakukan seperti ikut share atau repost postingan-postingannya.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkar trotoar, Novia Rosyana, 17 Juni 2022)

“tentunya ingin mengikuti kebaikan yang dilakukan LT dengan cara membagikan sedikit rezeki yang kita peroleh untuk orang lain yang membutuhkan. Saya juga baru-baru ini akhirnya memutuskan menjadi anggota LT walaupun tidak begitu aktif tetapi jika ada waktu bisa

mengikuti kegiatannya.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Novita dewi angraini, 15 Juli 2022)

Hasil wawancara diatas memperkuat bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial mempunyai dampak untuk menarik kepedulian masyarakat. strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Lingkaran Trotoar melalui media sosial dengan menggunakan teori strategi komunikasi Onong Uchyana Effendi ini dapat menarik kepedulian sosial. Hal ini dapat dilihat juga karena strategi komunikasi yang dilakukan sudah memenuhi komponen-komponen kepedulian sosial yang dipaparkan oleh Crandall.

“bisa ya, karena memang dari postingannya saja memperlihatkan kegiatan mereka yang sedang membantu orang-orang jalanan itu. Postingan itu kan membuktikan bahwa kegiatan mereka benar-benar ada dan benar dilakukan. Selain itu disertai juga sama captionnya yang selalu mengajak dan memotivasi untuk ikut membantu dan bermanfaat bagi orang lain.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Novia Rosyana, 17 Juni 2022)

“Iya dong, dimana sekarang adalah masa media sosial yang bisa dibilang puncaknya. Bukan cuma anak muda tapi anak-anak, bapak-bapak, mbah-mbah mereka semua menggunakan media sosial untuk kepentingan masing-masing. Dengan begitu target viewer semakin banyak dan pastinya rasa simpati dan empati akan lebih terbentuk untuk berbuat baik.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Yunda Hidayati Mashlihah, 12 Juli 2022)

“tentu bisa, karena sebagian besar interaksi masyarakat sekarang melalui media sosial karena mudah, cepat, dan jangkauannya luas.” (wawancara dengan follower aktif akun media sosial lingkaran trotoar, Novita dewi angraini, 15 Juli 2022)

Melalui media sosial merupakan strategi komunikasi yang tepat untuk menyampaikan informasi dari komunitas Lingkaran Trotoar kepada masyarakat. karena memang komunitas Lingkaran Trotoar sebelumnya

belum pernah melakukan komunikasi secara lisan kepada masyarakat. saat awal berdiri bentuk komunikasinya lebih personal kepada orang-orang terdekat dan kenal saja sehingga cakupannya tidak begitu luas. Hal ini sesuai dengan wawancara kepada ketua komunitas Lingkar Trotoar, yaitu:

“jujur kalau secara lisan saya belum pernah mengkomunikasikan LT ini kepada orang-orang. Tapi mungkin berbeda dengan anggota lain. Tapi kita komunikasinya lebih personal sih ke aku kamu gitu. Tapi tanpa orang tanya pun ketika kita posting masyarakat sudah ngeh dan paham kalau ohh ini kegiatan bagi-bagi gitu kemudian rasa empati dan kepedulian itu muncul sendiri karena memang panggilan hati ya. Jadi ya memang strateginya lewat postingan di media sosial sih ya.”  
(wawancara dengan ketua lingkaran trotoar, Umi Latifah, 07 Juni 2022)

Melalui pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi komunikasi melalui media sosial memang efektif digunakan untuk menarik kepedulian sosial masyarakat. Karena dengan menggunakan media sosial komunikasi menjadi lebih mudah dan tentunya sampai kepada masyarakat lebih luas. Kemudahan melalui media sosial sudah menjadi awal dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pesatnya perkembangan teknologi memunculkan keberadaan media sosial yang semakin canggih yang semakin memudahkan individu maupun kelompok dalam mengakses apapun yang diinginkan. Hal tersebut membuat komunitas Lingkar Trotoar memanfaatkan media sosial untuk berkampanye serta memperkenalkan kegiatannya kepada masyarakat.

Strategi komunikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Onong Uchyana Effendi yang meliputi empat langkah, yaitu mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi.

Strategi komunikasi melalui media sosial yang telah dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial dari masyarakat. respon dan tindakan yang diberikan masyarakat sesuai dengan tahapan kepedulian sosial yang dikemukakan oleh Crandall. Bentuk kepedulian sosial masyarakat berupa donasi dan bantuan tenaga.

#### **B. Saran**

1. Dari penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih jauh mengenai strategi komunikasi lainnya yang

tidak hanya menarik kepedulian sosial masyarakat saja namun juga bagaimana evaluasi kinerja dari komunitas Lingkar Trotoar dalam menarik kepedulian masyarakat tersebut.

2. Dalam strategi komunikasi untuk menarik kepedulian sosial masyarakat tidak hanya dapat dilakukan melalui media sosial saja, namun dapat melakukan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat. Dengan adanya kegiatan-kegiatan atau sosialisasi kepada masyarakat secara langsung diharapkan dapat menarik kepedulian sosial masyarakat yang lebih besar dan lebih banyak lagi yang mau membantu para target.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggraeni, N. D. (2022). *Hasil Wawancara Follower Aktif Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar*.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkasan*. Bandung: Armico.
- Astuti, R. (2018). *Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Jilbab dalam Mensosialisasikan Pemakaian Jilbab Syar'i di Kalangan Muslimah*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Choirul, A. (2019). *Pengguna Media sosial di Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Tribunnews. <https://www.tribunnews.com/techno/2019/06/19/pengguna-sosial-media-di-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.
- Crandall, J. . (1991). *A Scale For Social Interest*. <http://oregonmentors.org>.
- David, F. R. (2002). *Manajemen Strategi: Konsep*. Jakarta: Prenhallindo.
- Effendy, O. (2006). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Gerungan. W.A. (2006). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Haryanto. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi. *EduLib*, 5(1), 83–89. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i1.2305>
- Kertajaya, H. (2008). *Arti Komunikasi*. Bandung: Gramedia Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. (2001). *Pengantar Manajemen Strategi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Latifah, U. (2022). *Hasil Wawancara Ketua Komunitas Lingkar Trotoar*.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Maslihah, Y. H. (2022). *Hasil Wawancara Follower Aktif Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar*.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Paramitha, C. (2011). *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Media sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rahartri. (2019). "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan PUSPIPTEK) Pusat Data dan Dokumentasi Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. *Visi Pustaka*, 21(2), 147–156.  
[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/download/552/pdf&ved=2ahUKEwiN-4qy7I3qAhXVT30KHYYwcB\\_84ChAWMAh6BAgAEAE&usg=AOvVaw0pDngziXQY2CH474N74V5p](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/download/552/pdf&ved=2ahUKEwiN-4qy7I3qAhXVT30KHYYwcB_84ChAWMAh6BAgAEAE&usg=AOvVaw0pDngziXQY2CH474N74V5p)
- Ridho, A.-F. (2022). *Hasil Wawancara Admin Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar*.
- Rosyana, N. (2022). *Hasil Wawancara Follower Aktif Media Sosial Komunitas Lingkar Trotoar*.
- Ruslan, R. (1999). *Managemen Humas Dan Managemen Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setyoningsih, R. (2020). *Strategi Komunikasi Anggota Komunitas @Sragen\_Hits Terhadap Kepedulian Sosial Masyarakat Sragen Tahun 2019*. IAIN Salatiga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–14.
- Surokim. (2016). *RISET KOMUNIKASI: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Jawa Timur: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & Aspikom.

- Trisde, R. (2018). *Strategi Pengelolaan Smedia sosial Instagram Ketimbang Ngemis Tangerang*. Universitas Sltan Ageng Tirtayasa, Serang.
- We Are Social. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-Indonesia>
- Wenger, Etienne C, Mc Dermott, Richard, and Snyder, W. C. (2002). *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*. Cambridge: Harvard Business School Press.
- Zoer'aini, I. (1997). *Prinsip-prinsip Ekologi dan Organisasi, Ekosistem Komunitas, dan Lingkungan*. Jakarta: Bumi Aksara.

**Lampiran 1****PEDOMAN WAWANCARA**

Ketua/Koordinator Komunitas Lingkar Trotoar

Narasumber :

Jabatan :

Waktu :

1. Bagaimana sejarah dan perkembangan Komunitas Lingkar Trotoar?
2. Kenapa bisa dinamakan Komunitas Lingkar Trotoar?
3. Apa visi dan misi Komunitas Lingkar Trotoar?
4. Apa prinsip kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar?
5. Apa yang membedakan komunitas ini dengan komunitas sosial yang lain?
6. Apa saja kegiatan-kegiatan dari Komunitas Lingkar Trotoar?
7. Apakah Komunitas Lingkar Trotoar menyiapkan sebuah strategi dalam berkomunikasi dengan masyarakat?
8. Bagaimana strategi anggota komunitas dalam memperkenalkan Komunitas Lingkar Trotoar kepada khalayak umum?
9. Apakah Komunitas Lingkar Trotoar melakukan analisis sasaran komunikasi?
10. Siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi dari Komunitas Lingkar Trotoar?
11. Apa media komunikasi yang aktif digunakan oleh Komunitas Lingkar Trotoar?
12. Media sosial apa saja yang digunakan untuk mengenalkan kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat ?
13. Mengapa memilih media sosial sebagai media komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar?
14. Apakah tujuan dari pesan komunikasi yang disampaikan media sosial kepada *follower* ataupun masyarakat?
15. Bagaimana cara komunitas dalam mencari sumber donasi maupun menyalurkan donasi?
16. Bagaimana pengaruh kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar bagi kepedulian masyarakat?

17. Komponen dalam melakukan strategi komunikasi meliputi sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, tujuan komunikasi, dan peranan komunikator. Dari keempat komponen tersebut manakah yang paling penting?
18. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dari keempat tahapan komunikasi tersebut?
19. Bagaimana respon atau *feedback* masyarakat maupun *follower* terhadap informasi yang disampaikan oleh akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?
20. Hambatan apa saja yang diperoleh selama komunitas ini melakukan kegiatan?

**Lampiran 2****PEDOMAN WAWANCARA**

Admin Media sosial

Narasumber :

Jabatan :

Waktu :

1. Sudah berapa lama Anda menjadi admin di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
2. Siapa yang membuat akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
3. Bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan media online sebagai media komunikasi saat ini?
4. Kenapa memilih media sosial sebagai media untuk menarik kepedulian sosial masyarakat?
5. Media sosial apa saja yang digunakan sebagai media komunikasi kepada masyarakat?
6. Apa alasan Anda memilih jenis media sosial tersebut sebagai media komunikasi kepada masyarakat?
7. Bagaimana cara admin memperkenalkan akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat?
8. Pesan apa yang terkandung dalam foto yang diunggah dalam akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
9. Konten apa yang ingin ditunjukkan oleh akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
10. Bagaimana strategi dalam pembuatan *caption* untuk setiap unggahan konten?
11. Bagaimana proses pembuatan *caption* untuk setiap unggahan konten?
12. Bagaimana menentukan *timing* untuk *mengepost* unggahan?
13. Bagaimana cara memotivasi pengikut atau *follower* akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar untuk menarik kepedulian sosialnya?
14. Apa saja faktor pendukung yang dialami dalam mengoperasikan akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?

15. Apa saja faktor penghambat yang dialami dalam mengoperasikan akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
16. Bagaimana cara admin untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat atau pengikut akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?
17. Apa saja bentuk kepedulian sosial yang diterima oleh Komunitas Lingkar Trotoar?
18. Adakah strategi komunikasi khusus yang diterapkan oleh Komunitas Lingkar Trotoar untuk menarik kepedulian sosial masyarakat terutama melalui akun media sosialnya?
19. Respon atau *feedback* apa yang diperoleh dari pengikut ataupun masyarakat melalui akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?
20. Apakah media sosial dapat menjadi sarana dalam menarik kepedulian sosial masyarakat?

**Lampiran 3****PEDOMAN WAWANCARA**

Anggota Komunitas

Narasumber :

Jabatan :

Waktu :

1. Apa yang Anda ketahui mengenai Komunitas Lingkar Trotoar?
2. Darimana anda mengenal komunitas Komunitas Lingkar Trotoar?
3. Sudah berapa lama Anda menjadi anggota dan mengikuti kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar?
4. Kegiatan apa saja yang sudah Anda ikuti?
5. Manfaat apa yang Anda dapatkan dalam mengikuti Komunitas Lingkar Trotoar?
6. Apa motivasi Anda dalam mengikuti Komunitas Lingkar Trotoar?
7. Bagaimana pengaruh kegiatan tersebut bagi masyarakat?
8. Apakah Anda mengikuti akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?
9. Apa motivasi Anda mengikuti akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?
10. Manfaat apa yang Anda dapatkan dalam mengikuti akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?

**Lampiran 4****PEDOMAN WAWANCARA**

*Follower* aktif akun media sosial Lingkar Trotoar

Narasumber :

Jabatan :

Waktu :

Nama Akun :

1. Apakah Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
2. Darimana Anda mengetahui akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
3. Sudah berapa lama Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
4. Apakah Anda update atau mengikuti setiap informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
5. Akun media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk update atau mengikuti informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dan alasannya.
6. Informasi apakah yang diunggah oleh komunitas Lingkar Trotoar?
7. Apa reaksi anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
8. Apa tindakan Anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?
9. Apakah menurut Anda yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar di akun media sosialnya itu baik? Mengapa?
10. Menurut Anda apakah akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial *follower* ataupun masyarakat?
11. Apa yang Anda dapatkan ketika Anda melihat akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?

**Lampiran 5****Transkrip Wawancara**

Narasumber : Umi Latifah

Jabatan : Ketua Komunitas Lingkar Trotoar

Waktu : 07 Juni 2022

No	Hasil Wawancara
1	<p><b>P : Bagaimana sejarah dan perkembangan Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : kebetulan saya adalah ketua sekaligus founder dari komunitas Lingkar Trotoar ini. Awal mula saya mengawali kegiatan ini ketika dulu tahun 2015 saat saya masih kuliah di Jember saya suka berjalan tanpa arah dan tujuan. Saat berjalan tanpa arah itu saya bertemu dan berteman banyak orang di jalanan seperti pengemis, ODGJ, anak jalanan, dan sebagainya. disitu saya sempat mengajari anak-anak jalanan yang tidak sekolah dan membantu mereka semampu saya. Kemudian, saat saya selesai wisuda saya pulang ke Ngawi. Setelah wisuda itu saya masih nganggur, belum mendapat pekerjaan. Nah dari situ saya memulai kegiatan Lingkar Trotoar ini. Namun pada saat itu saya melakukan kegiatan tersebut hanya berdua dengan adik saya dan belum memiliki nama Lingkar Trotoar seperti saat ini, yang penting mulai kegiatan bagi-bagi. Pada saat itu saya belum terpikir untuk membentuk sebuah komunitas, yang saya pikir hanya ingin bantu-bantu orang di jalanan. Kemudian, bu Rita guru saya waktu MAN menyarankan kepada saya bahwa kalau kegiatan yang saya lakukan ini baik, positif, mengapa tidak mengajak orang lain dan membentuk komunitas. Dari situlah perlahan saya mulai mengajak dari orang terdekat, teman, dan kemudian berkembang hingga akhirnya pada 29 Mei 2020 Lingkar Trotoar dapat membentuk struktur organisasi, punya nama “Lingkar Trotoar”, dan menjadi sebuah komunitas. Setelah itu kita sudah terbentuk komunitas tapi belum bisa daftar badan hukum gitu kak. Karena memang belum mampu ya. Tapi kemudian kita dapat tawaran untuk gabung ke yayasan Trijaya Peduli Sesama itu. Jadi yayasan Trijaya Peduli Sesama itu menaungi banyak komunitas seperti kita kak, tapi targetnya beda-beda. Ada yang targetnya anak yatim, orang tua yang sudah nggak sanggup kerja, orang tidak mampu, dan lain-lain. Kalau kita gabung di yayasan itu kan kita tidak perlu mengajukan badan hukum sendiri, kemudian untuk dana kita juga bisa mengajukan proposal ke mereka tentunya dengan LPJ dan sebagainya. kita gabung itu baru kemarin mulai tanggal 19 Maret 2022.</p>

2	<p><b>P : Kenapa bisa dinamakan Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : dulu karena memang awalnya saya membuat komunitas ini karena saya suka di jalan dan fokus targetnya kepada orang-orang jalanan, maka saya ibaratkan kalau di jalan kita ngumpul bareng-bareng melingkar bersama di jalan jadinya tak kasih nama “Lingkar Trotoar”. Dimana kita kumpul di jalan dan beraksi di jalan.</p>
3	<p><b>P : Apa visi dan misi Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Visi dan misi Lingkar Trotoar sesuai dengan tujuan dan prinsipnya yang bertujuan untuk peduli sesama dan berprinsip <i>hidden</i>. Maka lahir visi misinya, yaitu Gerakan kemanusiaan peduli sesama, berani peduli berani ikhlas saling membahagiakan, dan <i>Hidden Camera Hidden Volunteer Hidden Target</i>.</p>
4	<p><b>P : Apa prinsip kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Prinsip dari komunitas Lingkar Trotoar yaitu <i>hidden</i>. Semua serba tersembunyi. Relawannya kita tersembunyi, targetnya kita juga tersembunyi, dan donaturnya juga tersembunyi. Maka dari itu komunitas ini punya <i>rule</i> kegiatan seperti dokumentasi diambil secara sembunyi-sembunyi, dilarang meminta target untuk foto bersama, jaga privasi diri, dan jaga privasi target.</p>
5	<p><b>P : Apa yang membedakan komunitas ini dengan komunitas sosial yang lain?</b></p> <p>N : yang membedakan Lingkar Trotoar dengan komunitas lain seperti ya yang saya sampaikan tadi yaitu prinsipnya serba <i>hidden</i>, kemudian yang berperan adalah anak-anak muda, dimana masih muda sudah mau bergerak untuk membantu sosial dan kemanusiaan. Kemudian untuk targetnya kita memfokuskan turun ke jalanan membantu orang-orang di jalan seperti ODGJ, pengemis, anak jalanan, dan sebagainya.</p>
6	<p><b>P : Apa saja kegiatan-kegiatan dari Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : kita kegiatan utamanya bagi-bagi di jalan. Lalu ada kegiatan lainnya seperti kolaborasi dengan komunitas lain seperti dulu kita pernah kolaborasi dengan komunitas wiu-wiu malang dan relawan malang, dulu juga pernah dengan <i>cat rescue</i> Ngawi itu komunitas pecinta hewan, terus dengan komunitas nurul hayat itu juga pernah. Dan saat ini kita sedang dimintai tolong sama relawan malang untuk mengurus anak kecil yang mau pindah sekolah dari Kedunggalar Ngawi ke Malang. Terus juga kita sedang kolaborasi dengan Nurul Hayat, dimana ada target anak kecil yang menderita jantung bocor. Saya dapat informasi mengenai anak kecil itu kemudian saya mengajukan ke Nurul</p>

	<p>Hayat, biasanya kalau direspon nanti biasanya kita colab kayak kita bisa bantunya apa kayak misal beli keperluan susu gitu dan Nurul Hayat yang membantu biaya pengobatan. Karena kalau membantu pengobatan kan kita belum mampu ya. Pokoknya kalau <i>colabs</i> seperti ini kita nggak memandang gitu kak dari jalur apa kayak yang diluar dari target bantuan kita. Pokok ada yang minta tolong dan bisa ya gas tolong saja.</p>
7	<p><b>P : Apakah Komunitas Lingkar Trotoar menyiapkan sebuah strategi dalam berkomunikasi dengan masyarakat?</b></p> <p>N : jujur kalau secara lisan saya belum pernah mengkomunikasikan LT ini kepada orang-orang. Tapi mungkin berbeda dengan anggota lain. Tapi kita komunikasinya lebih personal sih ke aku kamu gitu. Tapi tanpa orang tanya pun ketika kita posting masyarakat sudah ngeh dan paham kalau ohh ini kegiatan bagi-bagi gitu kemudian rasa empati dan kepedulian itu muncul sendiri karena memang panggilan hati ya. Jadi ya memang strateginya lewat postingan di media sosial sih ya.</p>
8	<p><b>P : Bagaimana strategi anggota komunitas dalam memperkenalkan Komunitas Lingkar Trotoar kepada khalayak umum?</b></p> <p>N : kalau anggota biasanya mereka lebih ke share konten-konten kegiatan LT gitu sih. Misal mereka repost postingan LT di IG atau bisa juga mereka membagikan kegiatan LT di status WA mereka. Kalau nggak gitu mereka juga cerita dan mengajak langsung teman-temannya secara langsung.</p>
9	<p><b>P : Apakah Komunitas Lingkar Trotoar melakukan analisis sasaran komunikasi?</b></p> <p>N : iya kami melakukan analisis sasaran komunikasi. Dari semua golongan di masyarakat kami lebih memfokuskan untuk mengajak anak muda.</p>
10	<p><b>P : Siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi dari Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : sebenarnya semua masyarakat menjadi sasaran komunikasi kita kak, karena namanya di media sosial kan siapa saja bisa lihat. Tapi kita lebih menargetkan ke anak-anak muda sih. Kenapa anak muda karena dilihat anak muda sekarang kalau lihat orang-orang jalanan kayak misal ODGJ begitu kan ih mereka orang gila atau persepsi lain yang kurang bagus lah karena takut kalau diganggu apa gimana, maka dari itu LT ini mengajak anak-anak muda untuk bergabung, untuk dirangkul, agar bisa menemukan simpati, agar bisa sama-sama buat berkegiatan sosial terutama kegiatan sosial untuk orang jalanan.</p>

11	<p><b>P : Apa media komunikasi yang aktif digunakan oleh Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tentunya media sosial ya. Dan ada beberapa media sosial juga yang kita gunakan untuk mengkomunikasikan tentang LT ini.</p>
12	<p><b>P : Media sosial apa saja yang digunakan untuk mengenalkan kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat ?</b></p> <p>N : media sosial yang aktif digunakan LT ada WA, IG, dan Facebook.</p>
13	<p><b>P : Mengapa memilih media sosial sebagai media komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : kalau media sosial kan kita bisa menjangkau baik yang kenal, nggak kenal, ibu-ibu, bapak-bapak, terutama anak muda yang sekarang memang jaman gadget ya. setiap media sosial ini tentunya punya keunggulan dan fungsi masing-masing ya. Kalau WA memang kita menggunakannya sebagai media untuk koordinasi baik kepada anggota maupun kepada donatur. Selain itu WA ini juga media yang <i>fast respon</i> juga karena kan memang yang paling sering dibuka dan digunakan. Dulu waktu masih awal-awal LT ini berdiri kita memperkenalkan LT pertama kali juga melalui WA. Kita buat pamflet dan semacamnya lalu dishare melalui status WA atau share ke grup-grup gitu. Dari WA juga kita memperkenalkan akun media sosial lainnya seperti IG dan Facebook. Kemudian media sosial kedua yaitu IG, ya kan sekarang IG lagi hype banget ya, terutama di kalangan anak muda rata-rata sekarang main IG punya akun IG, jadi karena perkembangan itu lah kita pakai IG juga sebagai media komunikasi. Selanjutnya kita juga pakai Facebook, facebook memang media sosial yang paling lama ada ketimbang WA dan IG, kalau IG kebanyakan diisi anak-anak muda tapi kalau FB lebih banyak range penggunanya, mulai dari anak muda, bapak-bapak, ibuk-ibuk, bahkan anak-anak juga ada yang sudah punya akun Facebook. Tapi kalau isi kontennya di IG sama Facebook biasanya sama sih, kayak konten di IG kemudian ditautkan ke Facebook begitu.</p>
14	<p><b>P : Apakah tujuan dari pesan komunikasi yang disampaikan media sosial kepada <i>follower</i> ataupun masyarakat?</b></p> <p>N : kita pesannya mengajak. Kita biasanya kan postingnya <i>dihidden</i> semua mulai dari <i>volunteernya</i>, targetnya, dan biasanya captionnya itu berisi bukan riya' tapi mengajak untuk peduli seperti contohnya ini seperti yang diposting. Harapannya ya setelah mereka lihat postingannya ya mereka bisa tergugah untuk melakukan kegiatan yang sama ataupun bisa membantu melalui LT ini.</p>

15	<p><b>P : Bagaimana cara komunitas dalam mencari sumber donasi maupun menyalurkan donasi?</b></p> <p>N : kalau untuk sumber dana dulu kita open donasi. Ya itu kita pertama kali buka open donasi ya lewat WA, terus ke IG baru lanjut ke Facebook. Ya biasa kita bikin pamflet gitu yang isinya kita punya kegiatan seperti ini, disalurkan ke target ini ini. Tapi lama kelamaan kita nggak open donasi, sudah lama banget kita nggak open donasi. Malah Alhamdulillah makin kesini donasi itu datang sendiri. Jadi nggak perlu open donasi tapi tiba-tiba ada saja donatur yang mengirim donasi. Karena kan kita sudah jelas ya punya kegiatan seperti apa, terus kita posting kegiatannya, dan orang-orang maupun donatur lama yang sudah percaya dengan kita ya langsung donasi. Selain melalui donasi juga karena sekarang kita sudah gabung sama yayasan Trijaya Peduli Sesama itu kita juga bisa mengajukan dana melalui proposal begitu. Tapi sampai sekarang kita belum pernah mengajukan ya, sumbernya ya dari donasi itu, ya ada juga yang dari anggota LT sendiri yang berkenan untuk donasi ya silahkan. Tapi untuk anggota ini tidak memaksa, untuk yang mau ya monggo, yang mau untuk uang kas yo monggo untuk donasi ya monggo, intinya tidak memaksa atau mengharuskan.</p>
16	<p><b>P : Bagaimana pengaruh kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar bagi kepedulian masyarakat?</b></p> <p>N : membangunkan kesadaran atas jiwa sosial bagi masyarakat sekitar. Contohnya saat kita kegiatan banyak masyarakat sekitar yang mendukung, kemudian memberikan informasi orang-orang yang butuh dibantu. Jadi bentuk kepedulian masyarakat ini tidak hanya dengan memberikan donasi tapi juga dengan memberikan informasi mengenai target kita jika ada yang terlewat atau keberadaan si target.</p>
17	<p><b>P : Komponen dalam melakukan strategi komunikasi meliputi sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, tujuan komunikasi, dan peranan komunikator. Dari keempat komponen tersebut manakah yang paling penting?</b></p> <p>N : peranan komunikator. Peran komunikator itu sangat penting. Komunikator ini diibaratkan pintu lah bagi orang-orang yang ingin mengetahui tentang LT. Komunikator diibaratkan pintu depan yang membawa orang awam buat mengetahui apa aktivitas kita, apa tujuan kita, dan itu bisa membuka wawasan masyarakat mengenai LT.</p>
18	<p><b>P : Bagaimana cara mengukur keberhasilan dari keempat tahapan komunikasi tersebut?</b></p>

	<p>N : dengan adanya <i>feedback</i> dari masyarakat seperti yang dijelaskan sebelumnya.</p>
19	<p><b>P : Bagaimana respon atau <i>feedback</i> masyarakat maupun <i>follower</i> terhadap informasi yang disampaikan oleh akun media sosial Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : pertama adanya komen seperti ada yang bertanya ini komunitas apa, biasanya yang seperti donatur itu setelah melihat di IG mereka lanjut bertanya di WA, karena kalau di WA kan lebih privasi ya. Karena seperti prinsip kita yang <i>hidden</i> tadi ya, jadi kita menyarankan seperti donatur atau informasi target itu kami bicarakan di WA. Tapi kalau misal ada yang DM atau inbox di Facebook kita tanggapi juga tergantung pertanyaannya. Biasanya kalau pertanyaannya lebih lanjut atau mendalam kita arahkan pindah ke WA.</p>
20	<p><b>P : Hambatan apa saja yang diperoleh selama komunitas ini melakukan kegiatan?</b></p> <p>N : hambatan kita yang pertama itu target. Target kita kan di jalanan ya jadi misal kita sudah menyiapkan makanan banyak begitu ternyata targetnya sedikit. Karena kan mereka nggak tentu menetap di satu tempat. Mereka kan jalan terus ya pindah-pindah tempat. Dulu pernah kita sudah nyiapkan banyak makanan tapi ternyata target yang kita temui sedikit, kemudian sisanya itu kita alihkan ke Asy-Syifa (seperti rumah sakit jiwa) tapi kita tambah lagi makanannya. Yang kedua masalah waktu, saya kira semua organisasi memiliki masalah yang sama soal waktu ya, tergantung mau memprioritaskan yang mana. Misal seperti anggota yang kuliah merantau atau yang kerja gitu kan waktunya terbatas. Maka dari itu kembali lagi ke sasaran kita yang anak muda terutama yang masih sekolah menengah gitu kan masih menetap ya jadi lebih mudah untuk menyempatkan waktunya. Tapi untuk mengakali itu semua kegiatan kita selalu dilakukan setiap hari minggu, kalau pas <i>weekend</i> kan kemungkinan waktunya lebih longgar.</p>

*Lampiran 6***Transkrip Wawancara**

Narasumber : Al-Fajri Ridho

Jabatan : Admin Medsos Lingkar Trotoar

Waktu : 07 Juni 2022

No	Hasil Wawancara
1	<p><b>P : Sudah berapa lama Anda menjadi admin di akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Saya menjadi admin sejak dua tahun yang lalu dan dari tugas tersebut saya langsung mengelola akun medsos dari Komunitas LT ini</p>
2	<p><b>P : Siapa yang membuat akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Yang membuat akun Sosmed Komunitas LT adalah pendiri Komunitas LT mbk Ifa lalu semenjak aktif berkegiatan saya yang mengelola.</p>
3	<p><b>P : Bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan media online sebagai media komunikasi saat ini?</b></p> <p>N : semakin maju perkembangan media online kan semakin dimudahkan, apalagi media sekarang itu yang viral-viral kurang begitu positif maka dari itu perkembangan ini menjadikan kamu sebagai sarana komunikasi dan merangkul sekaligus menumbuhkan jiwa sosial. Kemudian dengan adanya perkembangan media online khalayak jadi tau akan informasi.</p>
4	<p><b>P : Kenapa memilih sosial media sebagai media untuk menarik kepedulian sosial masyarakat?</b></p> <p>N : karena media sosial kan bersifat universal menjangkau seluruh dunia, jangkauannya luas, jadi kita berbagi kegiatan bisa luas juga diketahui. Lalu sekarang anak muda tidak dipungkiri tidak bisa lepas dari gadget sampai orang tua juga menggunakan gadget karena sosmed bersifat luas maka berbagi kegiatan dapat menarik perhatian dan penasaran sehingga menelusuri lebih akan komunitas ini sehingga secara tidak langsung bersifat mensosialisaikan.</p>
5	<p><b>P : Sosial media apa saja yang digunakan sebagai media komunikasi kepada masyarakat?</b></p> <p>N : sosial media yang digunakan Komnitas LT adalah ada IG, Facebook dan Whatsapp.</p>

6	<p><b>P : Apa alasan Anda memilih jenis sosial media tersebut sebagai media komunikasi kepada masyarakat?</b></p> <p>N : kan tadi ada 3 sosmed, yang pertama IG karena sosmed ini merupakan sosmed yang paling digemari khalayak dan lagi high-highnya. Kemudian facebook tidak dipungkiri bahwa fb tidak seramai IG tapi nyatanya facebook tidak dimiliki kaum muda saja tapi para orang tua, bapak-bapak atau emak-emak bahkan gemar sekali dengan facebook sehingga banyak informasi yang akan terjangkau. Kalau WA lebih private merangkul orang-orang yang sudah dikenal dan mengajak untuk berkegiatan lebih personal dan WA itu dipakai setiap saat.</p>
7	<p><b>P : Bagaimana cara admin memperkenalkan akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar kepada masyarakat?</b></p> <p>N : dengan cara share link sosmed, dan bukan hanya tugas admin saja terkadang anggota ada yang mengshare berupa link, foto kegiatan dan story yang intinya memperkenalkan LT. lalu dengan <i>followers</i> yang aktif meng-like, komen sehingga postingan dapat bertahan di beranda dan masuk dalam pencarian sehingga secara tidak langsung dapat random terlihat di pengguna contohnya di IG.</p>
8	<p><b>P : Pesan apa yang terkandung dalam foto yang diunggah dalam akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : pesan dari Sosmed kita bukan karna riyak tetapi pesan kita bersifat mengajak, mari bermanfaat, mari bersosial, mari membantu, mari menolong.</p>
9	<p><b>P : Konten apa yang ingin ditunjukkan oleh akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : konten yang ditampilkan pada sosmed kita khususnya IG dan FB yaitu konten kegiatan kita, konten berbagi, konten menolong, konten apresiasi anggota kalau di WA yaitu konten kebersamaanya.</p>
10	<p><b>P : Bagaimana strategi dalam pembuatan caption untuk setiap unggahan konten?</b></p> <p>N : strateginya dengan memilih kata-kata yang baik seperti kalimat ajakan, kalimat yang menyentuh hati, kalimat yang memotivasi, dan intinya untuk mengajak dan mari peduli</p>
11	<p><b>P : Bagaimana proses pembuatan caption untuk setiap unggahan konten?</b></p>

	<p>N : pertama dari admin dulu apabila punya ide-ide caption bisa dibuat terlebih dahulu lalu anggota juga bisa menambahkan bahkan story anggota ada caption yang bagus bisa saya jadikan caption di akun sosmed LT. Kemudian dalam berkegiatan kadang ada hal yang paling berkesan sehingga secara tidak langsung dapat ditampilkan sebagai caption yang menarik.</p>
12	<p><b>P : Bagaimana menentukan timing untuk mengepost unggahan?</b></p> <p>N : mengenai waktu upload saya mengusahakan habis berkegiatan edit sebentar dan mengupload kegiatan tersebut karna kecepatan dan konten yang bersifat fresh membuat konten menarik. Apabila ada stok foto atau kegiatan bisa diupload lain waktu dijam-jam santai dan waktu tidak terlalu jauh dari kegiatan yang telah terlaksana.</p>
13	<p><b>P : Bagaimana cara memotivasi pengikut atau <i>follower</i> akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar untuk menarik kepedulian sosialnya?</b></p> <p>N : memotivasi <i>follower</i> yaitu dengan cara postingan dan caption tadi kak, dengan postingan dan caption yang menarik, caption yang menyentuh hati, caption berupa ajakan supaya para folowers atau <i>viewers</i> ikut terenyuh dan timbul simpatinya sehingga bisa memunculkan rasa kepedulian dan lebih-lebih bisa bergabung berkegiatan LT ini. Kemudian dengan mengepost postingan kebersamaan itu juga memotivasi orang-orang bahwa ada banyak orang juga yang tersentuh dan mau ikut bergabung ke LT ini untuk sama-sama membantu.</p>
14	<p><b>P : Apa saja faktor pendukung yang dialami dalam mengoperasikan akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : pendukungnya yaitu rasa ingin mengajak rasa ingin berbagi dari prinsip komunitas ini sendiri. Kemudian dari anggota yang juga antusias menyampaikan saran kepada admin mengenai postingan-postingan LT contohnya dengan memberikan referensi caption yang bagus kepada admin dan foto maupun video yang sekiranya bagus untuk diposting.</p>
15	<p><b>P : Apa saja faktor penghambat yang dialami dalam mengoperasikan akun sosial media komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : penghambatnya yaitu kehabisan ide dalam pembuatan konten yang dibuat konsep bagaimana lalu captionnya juga, Kekurangan konten keterbatasan yang akan diposting karena kegiatan tidak mesti jalan sesuai jadwal yaitu 2 minggu sekali.</p>

16	<p><b>P : Bagaimana cara admin untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat atau pengikut akun sosial media Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tentunya dengan memberikan bukti nyata atas kegiatan kita ya kak. konten-konten kegiatan kami itu juga salah satu bentuk laporan bahwa donasi yang diberikan sudah pasti disalurkan kak. Kemudia dengan memberikan kesan postifi, salah satu contoh Ketika ada masyarakat yang bertanya tentang apa komunitas ini Ketika kegiatan berlangsung lalu menjawab dengan kata-kata yang baik dan sopan, memberitahu secara jelas tentang komunitas ini lalu tidak menimbulkan riyak. Ketika dalam bersosmed memberikan kesan yang positif dari konten, caption bahkan direct message dari masyarakat atau calon donator.</p>
17	<p><b>P : Apa saja bentuk kepedulian sosial yang diterima oleh Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tidak bisa dipungkiri kita komunitas sosial mendapat donasi dari donator dan sekarang kita tidak lagi membuka atau open donasi karena dengan adanya postingan-postingan kita masyarakat banyak yang tau dan hatinya tersentuh kemudian ikut membantu kita sebagai donator. Bantuan tidak hanya berupa finansial, materi bahkan tenaga dan jasa juga.</p>
18	<p><b>P : Adakah strategi komunikasi khusus yang diterapkan oleh Komunitas Lingkar Trotoar untuk menarik kepedulian sosial masyarakat terutama melalui akun media sosialnya?</b></p> <p>N : sama seperti komunitas lain tentunya selalu membuat postingan yang menarik minat dan memberikan kepercayaan kepada yang melihat konten kami</p>
19	<p><b>P : Respon atau feedback apa yang diperoleh dari pengikut ataupun masyarakat melalui akun sosial media Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : adanya pujian bagi masyarakat secara langsung Ketika berkegiatan atau melalui pesan pribadi, munculnya donatur yang membantu komunitas ini dalam berdonasi, rata-rata awal calon donator melalui pesan sosmed , adanya informasi dari masyarakat yang membutuhkan komunitas ini secara tidak langsung memberikan kepercayaan pada komunitas ini adalah feedback yang bagus.</p>
20	<p><b>P : Apakah sosial media dapat menjadi sarana dalam menarik kepedulian sosial masyarakat?</b></p>

	N : nyatanya bisa banget, contohnya dengan adanya donatur yang datang dari media sosial dan banyak anggota yang masuk dari media sosial hal ini merupakan salah satu bukti wujud kepedulian dari masyarakat
--	---

*Lampiran 7***Transkrip Wawancara**

Narasumber : Giovani A.

Jabatan : Anggota Lingkar Trotoar

Waktu : 07 Juni 2022

No	Hasil Wawancara
1	<p><b>P : Apa yang Anda ketahui mengenai Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : dulu waktu pertama kali saya mengetahui komunitas ini sebelum join menjadi anggota, yang saya ketahui kegiatannya bagi-bagi makanan ke orang yang membutuhkan. Tapi sejauh ini setelah menjadi anggota, kita memberi bantuan kemanusiaan entah itu ke orang di jalan entah ke orang yang lebih membutuhkan, lebih menekankan ke kegiatan sosial. Memang komunitas yang sangat meninggikan sosial.</p>
2	<p><b>P : Darimana anda mengenal komunitas Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : dari teman saya. Jadi waktu itu saya diajak teman saya join kegiatan Lingkar Trotoar waktu bagi-bagi makanan dari Terminal Ngrambe sampe Gendingan. Kemudian setelah itu saya join jadi anggota LT.</p>
3	<p><b>P : Sudah berapa lama Anda menjadi anggota dan mengikuti kegiatan Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : yaa sudah sekitar 1,5 tahun lah. Lumayan agak awal saat LT ini dibentuk secara resmi sebagai komunitas.</p>
4	<p><b>P : Kegiatan apa saja yang sudah Anda ikuti?</b></p> <p>N : yang pasti kegiatan utama yaitu bagi-bagi makanan di jalan, terus sama beberapa kegiatan yang sifatnya seperti donasi seperti itu.</p>
5	<p><b>P : Manfaat apa yang Anda dapatkan dalam mengikuti Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : nggak bisa dipungkiri yaitu jiwa sosial yang lebih terpupuk ya. Kita jadi bisa melihat dari sisi mereka (target) juga karena banyak komunikasi antara anggota sama target, jadi bisa memperluas sudut pandang juga. Selain itu dapat menambah relasi juga dari sesama anggota.</p>
6	<p><b>P : Apa motivasi Anda dalam mengikuti Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p>

	<p>N : yang jelas motivasi saya karena melihat banyak orang jalanan dan ODGJ yang membutuhkan bantuan ya mas, jadi muncul rasa kasihan. Kebetulan saat pertama kali saya ikut kegiatan LT yang saya ceritakan pertama tadi ada target yang berkesan, yaitu salah satu ODJG yang bisa diajak komunikasi langsung sehingga kita bisa tahu keadaan dia dan kehidupan dia sehari-hari. Karena kebetulan gangguannya itu tidak setiap saat, jadi kadang dia normal waras biasa tapi kadang gangguannya kumat.</p>
7	<p><b>P : Bagaimana pengaruh kegiatan tersebut bagi masyarakat?</b></p> <p>N : ya membangunkan jiwa sosial masyarakat, juga memberi informasi jika disaat ada orang yang membutuhkan kita kan mereka bisa memberi tahu kita. Jadi kita bisa menjadi penyalur masyarakat untuk membantu orang-orang yang membutuhkan tersebut.</p>
8	<p><b>P : Apakah Anda mengikuti akun sosial media Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : ya tentu saja saya mengikuti akun medsosnya LT.</p>
9	<p><b>P : Apa motivasi Anda mengikuti akun sosial media Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : mungkin kalau saya lagi kondisi tidak bisa mengikuti atau hadir dalam kegiatan LT saya bisa melihat perkembangannya melalui akun medsosnya, dan ada beberapa acara yang dishare di medsosnya.</p>
10	<p><b>P : Manfaat apa yang Anda dapatkan dalam mengikuti akun sosial media Komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : bisa dijadikan cermin ya kalau ternyata jika kita melakukan kegiatan seperti ini tuh banyak orang atau masyarakat yang <i>approved</i>, merasa bahwa apa yang kita lakukan itu tidak sia-sia, karena ya itu bentuk dokumentasinya. Selain itu jadi menambah jiwa sosial kita juga ya karena ketika lihat postingan yang berisi target jadi langsung teringat.</p>

**Lampiran 8****Transkrip Wawancara**

Narasumber : Novia Rosyana

Jabatan : *Follower* akun media sosial Lingkar Trotoar

Waktu : 17 Juni 2022

Nama Akun : @n\_rossyana

No	Hasil Wawancara
1	<p><b>P : Apakah Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : ya saya mengikuti akun media sosial LT itu yang Instagram, karena sudah lama banget nggak main facebook.</p>
2	<p><b>P : Darimana Anda mengetahui akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : pertama tahu LT itu dari status WA teman saya. Kemudian pas dia share link akun instagram LT saya baru buka dan mengikuti akun IG nya.</p>
3	<p><b>P : Sudah berapa lama Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : lupa ya tepatnya mulai kapan. Tapi sudah lumayan lama sih, tahun lalu 2021 sudah mulai mengikuti.</p>
4	<p><b>P : Apakah Anda update atau mengikuti setiap informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : iya update, karena biasanya kalo mereka posting kan muncul di notifikasi maupun di beranda. Selain itu, biasanya teman-teman saya yang jadi anggota LT itu sering share postingan akun LT di akun mereka pribadi jadi ya tahu update terbaru.</p>
5	<p><b>P : Akun media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk update atau mengikuti informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dan alasannya.</b></p> <p>N : Instagram. Karena saat ini saya lebih sering menggunakan Instagram ketimbang akun sosial media lainnya.</p>
6	<p><b>P : Informasi apakah yang diunggah oleh komunitas Lingkar Trotoar?</b></p>

	<p>N : informasi mengenai kegiatan komunitas mereka. Biasanya mereka kan melakukan kegiatan bagi-bagi di jalanan untuk ODGJ, pengemis, dan orang-orang yang membutuhkan yang ada di jalan pokoknya. Ada juga postingan tentang kegiatan kebersamaan anggota kayak contohnya kemarin yang waktu ulang tahun LT kedua itu.</p>
7	<p><b>P : Apa reaksi anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tentunya reaksi pertama yang muncul kasihan ya. Karena rata-rata kan komunitas sosial itu targetnya seperti anak yatim, orang kurang mampu, orang tua seperti itu tapi ini LT targetnya orang jalanan seperti ODGJ. Pas melihat postingan LT itu baru ngeh oh iya bener kayak ODGJ begitu jarang yang bantu, mereka gimana cari makannya karena kondisi mental yang nggak stabil.</p>
8	<p><b>P : Apa tindakan Anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : sebenarnya setelah scroll postingan-postingan LT itu pengen gabung jadi anggota, tapi sampai saat ini belum terealisasi karena masalah mengatur waktu. Jadi ya paling yang bisa saya lakukan seperti ikut share atau repost postingan-postingannya.</p>
9	<p><b>P : Apakah menurut Anda yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar di akun media sosialnya itu baik? Mengapa?</b></p> <p>N : kegiatan LT ini sangat baik dan positif ya. Di postingannya juga selalu mengajak untuk selalu peduli dan bermanfaat untuk orang-orang yang membutuhkan. Intinya melalui akun media sosialnya mereka memberikan informasi yang baik dan memotivasi untuk terus berbuat baik.</p>
10	<p><b>P : Menurut Anda apakah akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial <i>follower</i> ataupun masyarakat?</b></p> <p>N : bisa ya, karena memang dari postingannya saja memperlihatkan kegiatan mereka yang sedang membantu orang-orang jalanan itu. Postingan itu kan membuktikan bahwa kegiatan mereka benar-benar ada dan benar dilakukan. Selain itu disertai juga sama captionnya yang selalu mengajak dan memotivasi untuk ikut membantu dan bermanfaat bagi orang lain.</p>
11	<p><b>P : Apa yang Anda dapatkan ketika Anda melihat akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tentunya informasi mengenai LT itu beserta kegiatan-kegiatan apa saja yang mereka lakukan.</p>

**Lampiran 9****Transkrip Wawancara**

Narasumber : Yunda Hidayati Mashlihah

Jabatan : *Follower* akun media sosial Lingkar Trotoar

Waktu : 12 Juli 2022

Nama Akun : @yundaa.hdtmlh

<b>No</b>	<b>Hasil Wawancara</b>
1	<p><b>P : Apakah Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Iya, Instagram dan Facebook</p>
2	<p><b>P : Darimana Anda mengetahui akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : dari teman saya. Kebetulan dia anggota dari Lingkar Trotoar</p>
3	<p><b>P : Sudah berapa lama Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Kurang lebih hampir 2 tahun.</p>
4	<p><b>P : Apakah Anda update atau mengikuti setiap informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Lumayan mengikuti, lebih ke sering tapi tidak selalu karena kadang unggahan dari akun LT tertimbun dengan unggahan akun yang lainnya</p>
5	<p><b>P : Akun media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk update atau mengikuti informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dan alasannya.</b></p> <p>N : Instagram. Karena aplikasi ini lebih milenial ketimbang aplikasi Facebook dan saya lebih aktif di Instagram ketimbang Facebook yang dimana saya kurang familiar dengan fitur-fitur yang ada.</p>
6	<p><b>P : Informasi apakah yang diunggah oleh komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Karena komunitas ini bergerak di bidang kemanusiaan jadi bisa di bilang seluruh bahkan semua posting yang di unggah adalah dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan kemanusiaan yang setiap 2 Minggu sekali diadakan atau mungkin apabila ada kegiatan atau event diluar jam rutin biasanya juga di unggah di akun Lingkar Trotoar.</p>

7	<p><b>P : Apa reaksi anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Yang pasti senang dan bangga karena masih ada orang-orang yang peduli dengan mereka (orang-orang yang benar-benar membutuhkan uluran tangan kita) dan hal tersebut mestinya dilestarikan dan didukung penuh agar tetap berjalan dan berkembang lebih baik lagi.</p>
8	<p><b>P : Apa tindakan Anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Ingin selalu mencotoh dan melestarikan apa yang mereka lakukan. Sama nggak lupa di like</p>
9	<p><b>P : Apakah menurut Anda yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar di akun media sosialnya itu baik? Mengapa?</b></p> <p>N : Tentu baik, karena dengan adanya dokumentasi kebaikan itu akan memberikan dampak positif ke semua <i>viewer</i> meski kadang ada satu-dua orang yang menganggap hal tersebut riya' (tangan kanan memberi tangan kiri selpiee) dan pastinya itu salah satu bentuk dakwah menyebarkan kebaikan</p>
10	<p><b>P : Menurut Anda apakah akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial <i>follower</i> ataupun masyarakat?</b></p> <p>N : Iya dong, dimana sekarang adalah masa media sosial yang bisa dibilang puncaknya. Bukan cuma anak muda tapi anak-anak, bapak-bapak, mbah-mbah mereka semua menggunakan media sosial untuk kepentingan masing-masing. Dengan begitu target <i>viewer</i> semakin bnyak dan pastinya rasa simpati dan empati akan lebih terbentuk untuk berbuat baik</p>
11	<p><b>P : Apa yang Anda dapatkan ketika Anda melihat akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Yang pertama yaitu informasi mengenai perkembangan komunitas LT, yg kedua yaitu rasa haru dan syukur karena masih banyak orang baik dan peduli, dan yg ketiga adalah pahala karena sudah like postingannya hahaha Aamiin.</p>

**Lampiran 10****Transkrip Wawancara**

Narasumber : Novita dewi anggraini  
 Jabatan : *Follower* akun media sosial Lingkar Trotoar  
 Waktu : 15 Juli 2022  
 Nama Akun : @novita\_dewi\_anggraini

<b>No</b>	<b>Hasil Wawancara</b>
1	<p><b>P : Apakah Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : Mengikuti di Instagram</p>
2	<p><b>P : Darimana Anda mengetahui akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : dari teman satu sekolah</p>
3	<p><b>P : Sudah berapa lama Anda mengikuti media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : sekitar 1 tahunan.</p>
4	<p><b>P : Apakah Anda update atau mengikuti setiap informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : iya, belum begitu aktif , tetapi update dalam informasi di sosmed</p>
5	<p><b>P : Akun media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk update atau mengikuti informasi yang diunggah dari akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dan alasannya.</b></p> <p>N : di Instagram, karena jangkauan media sosial instagram lebih luas dan memiliki fitur yang beragam serta lebih banyak <i>followernya</i></p>
6	<p><b>P : Informasi apakah yang diunggah oleh komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : informasi setiap kegiatan, dan banyak juga ketika turun jalan semua di dokumentasikan dan update dalam berbagai macam informasi semisal baksos, saudara kurang mampu, saudara yang membutuhkan dll</p>
7	<p><b>P : Apa reaksi anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p>

	N : bangga terhadap rekan-rekan LT atas kepeduliannya terhadap orang lain yang membutuhkan bantuan.
8	<p><b>P : Apa tindakan Anda setelah melihat postingan di akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : tentunya ingin mengikuti kebaikan yang dilakukan LT dengan cara membagikan sedikit rezeki yang kita peroleh untuk orang lain yang membutuhkan. Saya juga baru-abru ini akhirnya memutuskan menjadi anggota LT walaupun tidak begitu aktif tetapi jika ada waktu bisa mengikuti kegiatannya.</p>
9	<p><b>P : Apakah menurut Anda yang dilakukan komunitas Lingkar Trotoar di akun media sosialnya itu baik? Mengapa?</b></p> <p>N : baik, karena sangat menyadarkan orang yang kurang dalam rasa syukur , dan menggugah orang buat saling menolong, membantu dengan sesama yang membutuhkan</p>
10	<p><b>P : Menurut Anda apakah akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar dapat menarik kepedulian sosial <i>follower</i> ataupun masyarakat?</b></p> <p>N : tentu bisa, karena sebagian besar interaksi masyarakat sekarang melalui media sosial karena mudah, cepat, dan jangkauannya luas</p>
11	<p><b>P : Apa yang Anda dapatkan ketika Anda melihat akun media sosial komunitas Lingkar Trotoar?</b></p> <p>N : postingan-postingan yang diunggah oleh akun LT bisa memotivasi untuk lebih peduli terhadap sesama</p>

*Lampiran 11***Dokumentasi Kegiatan**

Wawancara dengan ketua komunitas Lingkar Trotoar



Wawancara dengan admin media sosial komunitas Lingkar Trotoar



Wawancara dengan anggota komunitas Lingkar Trotoar



Peneliti ikut terjun langsung saat melakukan observasi

*Lampiran 12*

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
 Homepage : [fud.iain-surakarta.ac.id](http://fud.iain-surakarta.ac.id) E-mail: [fud@iain-surakarta.ac.id](mailto:fud@iain-surakarta.ac.id)

Nomor : B- 3327/Un.20/F.I/PP.01.1/05/2022 Surakarta, 30 Mei 2022  
 Lampiran : –  
 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
**Ketua Komunitas Lingkar Trotoar**  
 Jl. Ngrambe Kec. Ngrambe, Kab. Ngawi

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah., M. Ag  
 NIP : 19730522 200312 1 001  
 Pangkat : Pembina/(IV/a)  
 Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
 UIN Raden Mas Said Surakarta Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Adnan Mustafa  
 NIM : 171211028  
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu Penelitian : 01 Juni - 31 Agustus 2022  
 Lokasi : **Basecamp Komunitas Lingkar Trotoar**  
 Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial dalam menarik kepedulian sosial masyarakat kabupaten ngawi

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Dekan,

**Dr. Islah., M. Ag**

NIP. 19730522 200312 1 001

## Lampiran 13

**KOMUNITAS LINGKAR TROTOAR**

Alamat : Terminal Ngrambe, Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi

Telepon : 083845369910

Website : [lingkartrotoar.blogspot.com](http://lingkartrotoar.blogspot.com)**SURAT KETERANGAN**

No : 000/03/LT/VI/22

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umi Latifah

Jabatan : Ketua Komunitas Lingkar Trotoar

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa "**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**" dibawah ini :

Nama : Adnan Mustafa

NIM : 171211028

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan penelitian guna keperluan menyusun skripsi di Komunitas Lingkar Trotoar pada bulan Januari sampai dengan bulan Agustus 2022, dengan judul penelitian :

**"STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS LINGKAR TROTOAR MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENARIK KEPEDULIAN SOSIAL MASYARAKAT KABUPATEN NGAWI"**

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ngawi, 30 Agustus 2022



**Umi Latifah**  
Ketua Lingkar Trotoar