

DESAIN PESAN PERSUASIF YAYASAN ARSITEK KOMUNITAS INDONESIA PADA KORBAN BENCANA ALAM DI KOTA PALU

Sitti Murni Kaddi^{1*}, Muhammad Isa Yusaputra¹, Ade Putri Melisa¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, Palu

*Email: stmurnikaddi@gmail.com

ABSTRACT

This research was motivated by the phenomena of the earthquake, tsunami and liquefaction that occurred in September 2018, which resulted in many people losing their homes, including in the coastal area of Mamboro, North Palu District, Palu City. The purpose of this research is to find out how to design persuasive messages by the Indonesian Non-Governmental Organization Foundation for Community Architects (Arkom). victims of natural disasters in Palu City. This study used a qualitative research method with a case study approach, through in-depth interviews and field observations. The number of informants in this study were 5 people who had been selected through a purposive sampling technique. The results showed that in designing persuasive communication messages carried out by the Non-Governmental Organization Foundation for Community Architecture after the earthquake, tsunami and liquefaction in Mamboro Village, North Palu District, Palu City, it was by using community leaders as media in conveying messages to the communicant, and the messages conveyed by the communicator to the community is designed effectively so that the message can be understood by the communicant during the activity.

Keywords: *Persuasive Message Design; Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia; Natural Disaster Victims*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya fenomena gempa, tsunami dan likuefaksi yang terjadi pada bulan september 2018, yang mengakibatkan banyaknya masyarakat yang kehilangan tempat tinggal termasuk di daerah pesisir Mamboro, Kecamatan Palu Utara Kota Palu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana desain pesan persuasif Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas (Arkom) Indonesia. pada korban bencana alam di Kota Palu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui teknik wawancara mendalam dan observasi lapangan. Jumlah narasumber dalam penelitian ini sebanyak 5 orang yang telah dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mendesain pesan komunikasi *persuasive* yang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas pasca gempa, tsunami dan likuifaksi di Kelurahan Mamboro Kecamatan Palu Utara Kota Palu adalah dengan menggunakan tokoh masyarakat sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, dan pesan yang disampaikan komunikator kepada masyarakat didesain dengan efektif sehingga pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan selama kegiatan tersebut berlangsung.

Kata Kunci: *Desain Pesan Persuasif; Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia; Korban Bencana Alam*

Submisi: 15 September 2022

PENDAHULUAN

Sesar Palu Koro dikenal sebagai sesar paling aktif yang menyebabkan terjadinya bencana alam di Sulawesi Tengah

khususnya di Kota Palu. Pada tanggal 28 September 2018, gempa dan tsunami kembali terjadi di Kota Palu dan Kabupaten Donggala. Gempa beruntun yang diawali

dengan gempa magnitudo 5,9 pada pukul 14.00 WIB. Berselang sekitar tiga jam, gempa dengan magnitudo yang lebih besar yaitu 7,4 (dan USGS) mengguncang Palu dan Donggala. Berdasarkan data katalog BMKG sampai dengan 3 Oktober 2018 bahwa telah terjadi 160 gempa susulan, (Widiyantoro, dkk, 2018:25). Selanjutnya sesar Palu Koro, juga menyebabkan terjadinya likuefaksi dan gerakan tanah yang besar adalah di Balaroa, Sigi, Petobo, Jono Oge, Sidondo dan Sibalaya, (Daryono, dkk, 2018:51).

Berdasarkan data korban paling banyak berada di Palu dengan jumlah 1.636 orang, sementara di Donggala 171 orang dan Sigi 222 orang, Parigi 15 orang dan di Pasangkayu 1 orang. Sedangkan jumlah korban hilang hingga kini mencapai 671 orang. Korban luka berjumlah 10.679, dari angka ini, 2.549 di antaranya mengalami luka berat dan 8.130 luka ringan. Sementara ratusan lain dinyatakan hilang selain ribuan orang yang dicemaskan tewas tak teridentifikasi karena likuifaksi. Jumlah pengungsi sejauh ini 82.775 orang, dan 8.731 di antaranya di luar Sulawesi Tengah, (Latief, dkk, 2018:109-110)

Fenomena bencana alam yang terjadi di Kota Palu, Sigi dan Donggala Provinsi Sulawesi Tengah tentunya tidak hanya berdampak pada korban meninggal, namun berkaitan juga dengan kerugian secara material seperti rumah tempat tinggal yang telah dihantam oleh ombak tsunami dan tertelan oleh tanah karena likuefaksi. Kerugian tersebut tentunya menghasilkan masalah hidup yang sangat kompleks, sebab di sisi lain mereka harus mampu memenuhi kebutuhan hidup lainnya yang juga merupakan kebutuhan primer. Tidak adanya rumah sebagai tempat tinggal menjadikan masyarakat harus lebih kreatif dan berusaha

bekerja, namun tindakan itu tentunya tidak serta merta menjadikan mereka langsung mendapatkan apa yang dibutuhkan, proses kehidupan terus dijalani pasca bencana, mendapatkan bantuan logistik berupa makanan setiap harinya baik dari pemerintah ataupun pihak swasta. Di sisi lain, kepedulian sekelompok orang juga datang untuk membantu dalam memberikan ide positif bagi para korban agar bisa mewujudkan harapan mendapatkan rumah yang layak dan bisa bekerja berdasarkan pekerjaan yang sudah dilakukan sebelum bencana. Orang-orang tersebut tergabung dalam sebuah organisasi yang disebut dengan Yayasan Arsitek Komunitas (Arkompas) Indonesia.

Kehadiran Yayasan Arkompas di tengah-tengah masyarakat yang sedang mengalami bencana alam khususnya di Kelurahan Mamboro awalnya kurang mendapat “simpati dan respon” dari masyarakat setempat karena kehadiran Yayasan Arkompas sendiri menurut masyarakat tidak sesuai harapan dan keinginan mereka, di mana pasca gempa para penyintas bukan membutuhkan ide-ide kreatif tapi lebih membutuhkan keperluan atau kebutuhan sehari-hari di antaranya adalah tempat tinggal.

Penolakan masyarakat ternyata tidak membuat Yayasan Arkompas menjadi mundur, tetapi tetap melakukan upaya yang dilakukan, mulai dari pendekatan secara budaya, tokoh-tokoh masyarakat hingga pada tokoh-tokoh agama. Alhasil upaya yang dilakukan mendapatkan respon positif dari masyarakat yang terdampak bencana alam, khususnya di daerah Kota Palu. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana desain pesan persuasif Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia pada korban bencana alam di Kota Palu.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Alamat Jurnal dan Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
ANIST YA YUSTI	Proses Komunikasi Persuasif Lembaga	http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/19870	Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan	- Penelitian ini membahas tentang komunikasi	- Penelitian yang dituliskan oleh Anistya

KA PUTRI	Swadaya Masyarakat (LSM) “Mitra Wacana Women Resources Centre (WRC)” Terhadap Pusat Pembelajaran Perempuan Dan Anak (P3A) Srikandi Kabupaten Kulon Progo Periode 2018-2019		proses komunikasi persuasif yang dilalui, P3A Srikandi melakukan perubahan sikap setelah mendapatkan terpaan pesan persuasif LSM Mitra Wacana WRC di mana pesan tersebut disalurkan dalam bentuk pelatihan dan diskusi. Adapun perubahan sikap yang dialami oleh P3A Srikandi adalah mereka menjadi lebih aktif dalam menyebarkan informasi tentang keadaan di sekitar kepada warga dan mengaplikasikan skill foto, video, dan menulis menggunakan prinsip 5W & 1H dalam kehidupan sehari-hari.	persuasif Lembaga Swadaya Masyarakat dalam mendukung perempuan sehingga dapat menjalani kehidupan dengan lebih baik. - Menggunakan metode kualitatif	Yustika Putri lebih memfokuskan pada alur komunikasi persuasif pada saat LSM Mitra Wacana WRC. Sedangkan peneliti menitikberatkan penelitiannya desain pesan persuasif Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia - Penelitian yang dituliskan oleh Anistya Yustika Putri, menggunakan pendekatan deskriptif, sedangkan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.
Amir Mahmud	MODEL KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PENYEDIAAN PRASARANA PERDESAAN DI KAWASAN PESISIR UTARA JAWA	https://core.ac.uk/reader/11715395	Hasil penelitian menunjukkan, bahwa model hipotetik dapat diterapkan pada kedua model, serta model kontrol terbukti berbeda	- Berupaya untuk memperjuangkan kebutuhan masyarakat. - Menggunakan studi kasus.	- Penelitian yang dituliskan oleh Amir Mahmud menggunakan penelitian dilakukan dengan studi kasus melalui pendekatan kuantitatif berdasar

<p>TENGAH (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)</p>	<p>secara signifikan dengan model eksperimen, sehingga dapat diadopsi sebagai pengembangan model eksperimen.</p>	<p>pemikiran positivistik, serta menggunakan metode penelitian pengembangan dan survey. Sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif. - Penelitian yang dituliskan oleh Amir Mahmud menggunakan model hipotetik, sedangkan pada peneliti menggunakan desain pesan.</p>
--	--	---

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Persuasif

Menurut De Vito (2011: 499) usaha melakukan persuasi memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua (De Vito dalam Riyanto & Mahfud, 2012 : 51) yaitu : (1) mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan.

Menurut Sumirat & Suryana (2014 :2.25) unsur-unsur dalam komunikasi persuasif adalah:

1. Persuader
Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.
2. Persuadee
Persuadee adalah orang dan atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh persuader/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.
3. Persepsi
Persepsi persuadee terhadap persuader dan pesan yang disampaikannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Mar'at (dalam Sumirat & Suryana, 2014) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi.

Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan seseorang.

4. Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn (dalam Ritonga, 2005 : 5), pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

5. Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang persuade mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

6. Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastropetro (dalam Sumirat & Suryana, 2014 : 2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampainya. Jadi, umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya. Sedangkan efek adalah perubahan

yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Sastropetro dalam Sumirat & Suryana, 2014). Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri persuadee merupakan tujuan utama. Inilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima, (Orbe & Brues, 2005) dalam (Liliweri, 2011:40). Pada umumnya, pesan-pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda-tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspons oleh penerima, (DeVito, 1986) dalam (Liliweri, 2011:40).

Liliweri, (2011:40), menyatakan bahwa pesan-pesan mempunyai karakteristik, diantaranya yaitu :

1. **Origin**, pesan asli karena pesan ini merupakan simbol atau tanda yang berasal dari lingkungan fisik disekitarnya. Hal ini untuk membedakan antara pesan yang diciptakan melalui komunikasi interpersonal dan antarpersonal.
2. **Mode**, pesan yang tampil dalam bentuk visualisasi sehingga memungkinkan indra manusia memberikan makna terhadap pesan ini.
3. **Physical Character**, pesan yang memiliki ukuran, warna, kecerahan, dan intensitas.
4. **Organization**, merupakan pesan yang mengandung ide atau pendapat. Supaya pesan ini mudah dimengerti, maka pengirim menyusun

(mengorganisasikan) pesan ini berdasarkan kriteria tertentu.

5. *Novelty*, atau kebaruan, kemutakhiran adalah pesan yang mudah diterima karena ditampilkan secara khas atau pesan yang tampil beda, sehingga mudah menggugah indra manusia.

Disamping itu, untuk efektifitas penyampaian pesan tentunya juga harus dipengaruhi oleh bagaimana komunikator menyusun pesan dengan menempatkan secara tepat tema dan materi pesan. Terkait dengan hal ini, Scharmm dalam Nurhaidar (2009:19) mengungkapkan syarat-syarat keberhasilan pesan sebagai berikut :

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang harus didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bermutu.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan akan memberikan jawaban yang dikehendaki.

KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai maka penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Adapun metode dan pendekatan yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian studi kasus dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yang meneliti kehidupan nyata, kasus atau berbagai kasus melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi atau sumber informasi majemuk seperti pengamatan, wawancara,

bahan audiovisual dan dokumen dari berbagai laporan dan kemudian melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus (Creswell, 2015). Melakukan observasi baik secara offline berkaitan dengan tujuan penelitian, melakukan wawancara mendalam dengan informan terpilih. Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data (yaitu, data teks seperti transkrip, atau data gambar seperti foto maupun film) sebagai bahan analisis, kemudian mereduksi data tersebut menjadi tema dan terakhir menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel atau pembahasan. Pada saat penelitian telah selesai dilakukan, peneliti memisahkan transkrip wawancara sesuai sesuai kepentingan penelitian. Langkah terakhir dari analisis data penelitian kualitatif ini adalah penarikan simpulan. Penarikan simpulan setelah diawali dari pengumpulan data di lapangan. Kemudian pada tahap ini peneliti berusaha menarik kesimpulan atau verifikasi berdasarkan data lapangan dengan menggambarkan dan mendeskripsikan hasil penelitian secara lebih detail.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desain Pesan Persuasif Komunitas Asitek Indonesia

Palu Utara adalah salah satu kecamatan yang ada di Kota Palu dimana juga mengalami dampak dan mengalami kerusakan terparah saat kejadian gempa bumi dan tsunami yang terjadi pada tanggal 28 September 2018, hingga hal menimbulkan kerugian materiil dan jumlah korban jiwa yang tidak sedikit bagi masyarakat khususnya di Kelurahan Mamboro.

Bencana merupakan peristiwa atau serangkaian peristiwa yang akan mengancam dan akan mengganggu roda kehidupan masyarakat dimana gempa yang disebabkan oleh beberapa faktor alam dan faktor non-alam maupun faktor manusia sehingga dapat mengakibatkan korban jiwa, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda dan tentu saja dampak psikologis yang

dialami oleh masyarakat di mana terjadinya gempa tersebut.

Pasca gempa dan tsunami masyarakat pesisir mamboro yang bermata pencaharian nelayan yang kehilangan tempat tinggal namun harus tetap berjuang mempertahankan aktivitas keseharian mereka sebagai nelayan. Pasca gempa dan tsunami juga melirik banyak kepedulian dan keinginan banyak pihak yang ingin membantu masyarakat dan berdampak gempa dan tsunami tersebut baik dari pihak Pemerintah setempat maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang berbondong-bondong untuk memberikan bantuan material maupun bantuan lainnya, Banyaknya LSM yang bergerak pasca gempa dan tsunami yang menawarkan bantuan, salah satunya adalah Arkom (Arsitek Komunitas) Indonesia.

LSM Arkom sebagai sebuah LSM yang bergerak di bidang pendampingan masyarakat sebagai pilar utama dalam upayanya menyampaikan program kerja dan bukan membantu masyarakat dalam bentuk barang sebagaimana LSM lain. Arkom hanya menawarkan bantuan berupa bentuk pemikiran dalam upayanya memanfaatkan bantuan dana stimulan dari pemerintah sehingga dana tersebut dapat berwujud sebagai tempat tinggal yang layak huni bagi para korban bencana alam yang ada di Kelurahan Mamboro.

Berkaitan dengan Arkom sebagai LSM yang hanya memberikan sumbangsih pemikiran disampaikan oleh Ibu Emy yang mengatakan bahwa,

“Pada dasarnya Arkom tidak datang ke kami dengan membawa dana tetapi, Arkom ini datang dengan membawa ide-ide, dan ide inilah yang menjadi alasan kuat kami untuk bangkit, meskipun awalnya kami merasa ide-ide tidak begitu bermanfaat bagi kami yang sangat terdampak akan adanya bencana tapi yang kami butuhkan adalah dana langsung tunai”. (wawancara 18 Juli 2022)

Bentuk ide-ide inilah yang harus dikomunikasikan dimana setiap anggota dari Arkom mampu mempersuasi masyarakat tanpa iming-iming selain ide dan pengetahuan. Komunikasi persuasif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengubah sudut pandang, sikap maupun keyakinan seseorang atau komunitas. Oleh karena dibutuhkan metode komunikasi persuasif untuk meningkatkan motivasi masyarakat pesisir Mamboro untuk segera bangkit dari keterpurukan akibat gempa dan tsunami yang pernah melanda.

Di sisi lain, Samsuddin mengatakan bahwa:

“Pada awalnya masyarakat pesisir Mamboro tidak yakin akan keberadaan LSM Arkom di tengah-tengah masyarakat pesisir Mamboro disebabkan menurut masyarakat, mereka tidak membutuhkan sumbangsih ide-ide tapi lebih membutuhkan dana atau uang tunai dimana uang tunai tersebut lebih bermanfaat dibanding ide-ide cerdas yang ditawarkan oleh para petugas Arkom”. (wawancara 18 Juli 2022)

Kemampuan LSM Arkom dalam membujuk atau memengaruhi masyarakat agar mau menerima pesan yang dikirimkan, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan persuasif atau komunikator dalam hal ini pegawai Arkom. Peran Arkom sebagai komunikator dan pesannya adalah bagaimana melibatkan peran masyarakat dalam membangun tempat tinggalnya secara mandiri yang ditujukan kepada masyarakat pesisir Mamboro sebagai komunikannya.

Dalam membangun keinginan masyarakat untuk segera bangkit dari masa krisis dan masa trauma dengan adanya bencana alam, maka dorongan dalam bentuk motivasi dengan menggunakan metode komunikasi persuasif digunakan oleh para pegawai Arkom. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar bagi seseorang dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi terdiri dari berbagai bentuk Motivasi merupakan sebuah daya gerak agar

tercapainya tujuan yang dikehendaki. Saptono (2016) menyatakan bahwa motivasi merupakan sebuah psikologis manusia yang dapat menjadi daya pendorong dalam mencapai suatu hal di mana pada akhirnya dapat memunculkan perilaku khusus dari seseorang atau komunikan yang dipersuasi.

Abdi sebagai salah satu petugas dari Arkom mengurai bagaimana sulitnya ketika pertama kali bersentuhan dengan masyarakat pesisir Mamboro untuk meyakinkan keberadaan LSM Arkom dalam menyampaikan ide-ide yang ditawarkannya. Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti.

“Awal ketika kami datang ke tempat ini, di masyarakat pesisir Mamboro, masyarakat yang terdampak gempa dan tsunami tidak yakin dan tidak percaya dengan kehadiran kami untuk membantu, karena harapan mereka kami membantu mereka dalam bentuk uang tunai, padahal kami hanya datang dengan membawa konsep, membawa ide-ide dan gagasan-gagasan kami dari Arkom”. (wawancara 19 Juli 2022)

Persuasi adalah kemampuan berkomunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain. Kemampuan ini membutuhkan keterampilan dan kepercayaan sehingga komunikan bersedia dan mau mengikuti apa yang diinginkan oleh orang yang membujuk atau komunikator.

Karakteristik masyarakat yang cenderung temperamental dan berpendidikan rendah memberi kesulitan tersendiri di dalam mempersuasinya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Samsuddin pada saat wawancara yang mengatakan bahwa:

“Warga kita sudah kehilangan rumah, mata pencaharian, sementara orang dari Arkom hanya mengundang saja warga rapat dan rapat saja setiap malam, sehingga hal ini mengundang sedikit kejengkelan dari warga karena mereka sebetulnya bukan

mengharapkan itu, tapi lebih kepada atau dalam bentuk materi, apakah itu uang, beras atau yang lainnya”. (wawancara 19 Juli 2022)

Tipikal masyarakat seperti ini membutuhkan kemampuan mempersuasi yang baik dan membutuhkan kesabaran di dalam mendekatinya. Proses dan tahapan di dalam mempersuasi membutuhkan kemampuan mendekati pemimpin yang didengar oleh masyarakat.

Sebelum turun untuk mempersuasi warga maka seorang petugas Arkom terlebih dahulu memetakan kelompok-kelompok dan pemimpinnya, atau tokoh masyarakat yang dianggap punya pengaruh terhadap masyarakat itu sendiri. Sehingga persuasi dilakukan dengan pendekatan kepada pimpinan kelompoknya yang menjadi sasaran awal dalam mempersuasi kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pemetaan kelompok dalam masyarakat memudahkan petugas Arkom untuk melakukan persuasi. Membagi masyarakat secara kelompok-kelompok kecil berdasarkan pemimpin-pemimpin yang memiliki pengaruh atau didengarkan mempermudah petugas Arkom untuk mengatasi hambatan dan kebuntuan di dalam mempersuasi masyarakat secara individu. Sebagaimana disampaikan kembali Emy bahwa:

“Salah satu cara pendekatan yang dilakukan pihak Arkom adalah, mendekati beberapa tokoh masyarakat dan melalui tokoh masyarakat inilah yang dijadikan media oleh Arkom untuk melakukan pendekatan ke masyarakat agar ide-ide, gagasan-gagasan mereka bisa diterima oleh masyarakat pesisir Mamboro yang kehilangan tempat tinggal dan kehilangan pekerjaan mereka”. (Wawancara, 20 Juli 2022)

Tipikal masyarakat seperti penjelasan di atas membutuhkan kemampuan mempersuasi yang baik dan membutuhkan kesabaran di dalam mendekatinya. Proses dan tahapan di dalam mempersuasi membutuhkan

kemampuan mendekati pemimpin yang didengar oleh masyarakat.

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses pertukaran makna yang memiliki sifat atau tujuan untuk memengaruhi komunikan. Beberapa hal yang menjadi dasar dari komunikasi persuasif; salah satu diantaranya adalah pesan. Komunikator merupakan pemberi pesan sehingga perlu diperhatikan pemilihan orang yang akan menjadi komunikan sehingga pesan atau ajakan yang ditujukan dapat tersampaikan. Pesan merupakan apa yang ingin disampaikan kepada komunikan atau sasaran dari komunikator.

Menurut Safriyah (2015) selain adanya tahapan dan komunikator yang memiliki peranan penting dalam metode komunikasi persuasif, penyusunan pesan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan. Kejelasan pesan yang ingin disampaikan akan sangat mempengaruhi baik untuk komunikator khususnya masyarakat pesisir di Kelurahan Mamboro. Sementara menurut Nirmala (2015) bentuk pesan yang disampaikan dengan menggunakan metode komunikasi persuasif pada umumnya menggunakan metode persuasi tidak langsung sehingga penyampaian pesan terkesan tidak memerintah namun sertai dalam bentuk ajakan maupun himbauan.

Pola berkesinambungan dengan memberi penguatan diadakan secara terus menerus selama beberapa bulan. Rapat demi rapat terus dilakukan guna membangun efek persuasive dari tahapan kognitif menuju tahapan afektif yang berujung pada aktifitas yang melibatkan peran warga selaku penggerak program sehingga terbangun tahapan konatif.

Posisi Arkom sebagai komunikator tidak hanya harus merumuskan pesannya secara tepat tapi harus memahami siapa komunikan mereka. Arkom sadar bahwa memahami karakter komunikan membuat mereka mampu merumuskan pesan yang tepat guna pencapaian hasil yang maksimal. Sebagai LSM yang tidak membawa bantuan berbentuk barang maka sebuah beban yang

berat harus dipikul setiap anggota dalam mempersuasi. Hal ini diperkuat oleh Fadli, perwakilan dari Arkom yang ikut memantau dan memberikan kontribusinya dalam memberikan penguatan kepada masyarakat pesisir Mamboro yang mengatakan bahwa:

“Awalnya masyarakat seperti ogah-ogahan ketika kami ajak untuk duduk bersama, malah ada yang sempat mengundurkan diri karena merasa terlalu lama mereka belum mendapatkan apa-apa seperti harapan mereka”. (wawancara 20 Juli 2022)

Karakter komunikan yang seperti penjelasan di atas menuntut kemampuan komunikator menyandikan pesan agar setara didalam tingkat pemahaman maksud dan arah pesan. Di sinilah terlihat pengelolaan pesan dilakukan secara bertahap oleh Arkom membutuhkan perencanaan yang baik. Terlebih proses penyampaian persuasi ini tidak bisa diterima secara cepat oleh komunikan dikarenakan hambatan minimnya tingkat pengetahuan dan watak yang temperamental. Hal tersebut senada apa yang disampaikan oleh Devito (2011:499) usaha melakukan persuasi ini memusatkan perhatian pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dapat dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan komunikan.

Upaya awal dengan membuat pemetaan karakter masyarakat dan siapa saja tokoh yang didengar oleh mereka. Sebagai pembuka awal proses persuasi yang mereka lakukan. Dari hasil pemetaan itu maka mereka menemukan bahwa masyarakat sebagai komunikan lebih bisa menerima pesan jika tokoh masyarakatnya bisa menerimanya.

Pesan diramu secara karakteristik dengan mengorganisasikan pesan dalam urutan-urutan pesan berdasarkan kriteria kebutuhan penyampain. Di awal pesan lebih banyak membangun karakter masyarakat. Membangun karakter masyarakat di dahulukan dalam mempersiapkan tahapan

lanjut persuasi mandiri dalam mengatasi tempat tinggal.

Hambatan penolakan dihadapi dengan mendekati siapa tokoh yang didengar yang bersangkutan, meski terkadang hambatan berwujud kekerasan verbal dan pengancaman. Hambatan ini banyak berhasil diatasi dengan mendekati tokoh masyarakat yang didengar. Proses yang panjang dan memakan waktu semakin menambah kebosanan bagi penerima pesan. Beberapa minggu pasca bencana alam di Sulawesi Tengah, Yayasan Arkom datang untuk membantu masyarakat yang terdampak bencana seperti di daerah Mamboro, Kecamatan Palu Utara. Bantuan tersebut tidak dalam bentuk barang ataupun makanan, namun berbentuk ide kreatif agar masyarakat mampu bangkit untuk menjalani kehidupan dengan lebih baik. Namun, niat baik yang ditawarkan oleh Yayasan Arkom menerima penolakan dari masyarakat, karena korban bencana hanya mau menerima bantuan yang bisa dilihat dan langsung digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Penolakan masyarakat ternyata tidak membuat Yayasan Arkom menjadi patah semangat, begitu banyak upaya yang dilakukan, mulai dari pendekatan secara budaya, tokoh-tokoh masyarakat hingga pada tokoh-tokoh agama. Alhasil upaya yang dilakukan mendapatkan respon positif dari masyarakat yang terdampak bencana alam, khususnya di daerah Kota Palu.

Arkom akan terus mempersuasi dengan penegasan dan penguatan isi pesan dengan membangun motivasi yang secara mandiri bisa dilakukan oleh masyarakat tanpa harus berharap banyak dari pemerintah. Kemandirian dan rasa percaya diri diwujudkan dengan melibatkan peran masyarakat secara penuh untuk mengurus kebutuhannya secara mandiri.

Penguatan persuasi dengan membangun percontohan yang melibatkan masyarakat secara penuh. percontohan dibangun secara swamandiri. Wujud percontohan ini membangun sebuah tahapan afektif dimana masyarakat mulai suka

dengan ide membangun secara mandiri. Alhasil penolakan yang muncul di tengah proses mulai berubah menjadi daya tarik lebih bagi persuasi yang dilakukan Arkom.

Upaya arkom dalam mempersuasi juga disupport oleh kemampuan mereka bersabar dalam menyampaikan isi pesan. Peran Arkom sebagai komunikator dalam hal ini juga sebagai persuader dan masyarakat pesisir pantai mamboro sebagai persuade pada akhirnya terjadi kesamaan penyandian pesan sehingga terjadi kesamaan makna yang berujung pada terwujudnya umpan balik yang diharapkan

Keberhasilan Arkom dalam mempersuasi masyarakat pesisir pantai Mamboro terlihat dari keberhasilan mereka melibatkan masyarakat membangun lingkungan tinggalnya secara swamandiri, di tempat yang baru. Pembangunan dikerjakan benar-benar dari dan oleh mereka secara setahap demi tahap, pengolahan tempat pembangunan, pemilihan bahan baku bangunan, serta rancangan bentuk bangunan dan mewujudkan pembangunan rumah tinggal. Arkom bertindak sebagai pendamping membimbing masyarakat melaksanakan tahapan demi tahapan. Kemampuan Arkom dalam mempersuasi terbukti dari kedekatan mereka secara emosional dengan masyarakat pesisir mamboro yang menganggap seperti keluarga sendiri.

Sebagai komunikator Arkom berhasil membangun komunikasi yang sangat berhasil dari segi pencapaian dikarenakan target capaian tujuan pesan berhasil membuat masyarakat memenuhi keinginan mereka dalam mewujudkan peran serta masyarakat dalam mewujudkan target rumah tinggal permanen bagi mereka.

Pendekatan yang dilakukan oleh Yayasan Arsitek Komunitas (Arkom) Indonesia bertujuan untuk mempersuasi masyarakat sebagai korban bencana agar memiliki semangat hidup yang tinggi dan bisa mendapatkan kembali rumah impian yang tentunya dilalui dengan proses kerja sama antara pihak yayasan dan masyarakat setempat. Yayasan Arkom menyampaikan

pesan-pesan persuasi yang bisa dimengerti dengan baik dan tentunya mampu memberikan gambaran yang positif terkait dengan tujuan yang dicapai. Selain itu, upaya lain yang dilakukan oleh yayasan Arkom yaitu menjadi fasilitator untuk bisa berkomunikasi dengan pemerintah daerah terkait dengan ide pembangunan rumah yang tidak jauh dari tempat mencari nafkah, karena pada umumnya masyarakat yang terdampak bencana tinggal di tepi pantai. Proses negosiasi yayasan dan pemerintah tentunya mendapatkan hasil yang baik sehingga inilah yang kemudian menjadikan masyarakat sebagai korban lebih bersemangat lagi untuk bisa bekerja sama dengan baik dalam mewujudkan harapan untuk membangun kembali rumah tempat tinggal.

Kerja sama yang dilakukan oleh Yayasan Arkom dan masyarakat pada dasarnya memberikan hasil yang maksimal karena masyarakat mampu bangkit, mengubah *mindset* mereka menjadi positif dan memberikan rasa kepercayaan yang baik terhadap yayasan Arkom dalam mengatur proses pembangunan tempat tinggal agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Upaya yang dilakukan oleh Yayasan Arkom Indonesia tentunya didukung dengan adanya komunikasi, pesan-pesan didesain dengan baik sehingga mampu memberikan pemahaman yang baik pula pada masyarakat yang terkena dampak bencana alam di Sulawesi Tengah, seperti di Kota Palu, Sigi dan Donggala. Pesan yang didesain tersebut disampaikan dengan lebih santai, menyentuh ranah psikologis dan digunakan juga pendekatan budaya bagi masyarakat setempat.

SIMPULAN

Arkom sebagai salah satu LSM yang ada di Kota Palu turut serta membeikan kontribusi pada masyarakat yang berdampak bencana alam, khususnya masyarakat pesisir di Kelurahan Mamboro, kecamatan Palu Utara. Dalam mendesain pesan komunikasi persuasif yang dilakukan

oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas pasca gempa, tsunami dan likuefaksi di Kelurahan Mamboro Kecamatan Palu Utara Kota Palu adalah dengan menggunakan tokoh masyarakat sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, dan pesan yang disampaikan komunikator kepada masyarakat didesain dengan efektif sehingga pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan selama kegiatan tersebut berlangsung.

Keberhasilan Arkom dalam mempersuasi masyarakat pesisir pantai Mamboro terlihat dari keberhasilan mereka melibatkan masyarakat membangun lingkungan tinggalnya secara swamandiri, di tempat yang baru. Pembangunan dikerjakan benar-benar dari dan oleh mereka secara setahap demi tahap, pengolahan tempat pembangunan, pemilihan bahan baku bangunan, serta rancangan bentuk bangunan dan mewujudkan pembangunan rumah tinggal. Arkom bertindak sebagai pendamping membimbing masyarakat melaksanakan tahapan demi tahapan. Kemampuan Arkom dalam mempersuasi terbukti dari kedekatan mereka secara emosional dengan masyarakat pesisir mamboro yang menganggap seperti keluarga sendiri.

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, seperti keterbatasan waktu penelitian, sehingga peneliti kurang dalam membahas tentang desain komunikasi persuasif. Untuk itu diharapkan agar peneliti selanjutnya mampu lebih mendalami desain komunikasi persuasif yang dilakukan oleh LSM yang lain.

REFERENSI

Daryono, Mudrik R, dkk. 2018. *Survei Offset Permukaan Gempa Palu 2018 (KAJIAN GEMPA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH: 28 SEPTEMBER 2018 M 7,4)*. Pusat Studi Gempa Nasional (PuSGeN), Pusat Litbang

- Perumahan dan Pemukiman, Balitbang PUPR
- De Vito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima. Jakarta: Karisma Publishing Group
- Ilyas, 2017. *Konstruksi Identitas Etnik Untuk Memperoleh Akses Ekonomi dan tuntutan Corporate Social responsibility (Studi Kasus pada Komunitas Etnik lokal di Sekitar Tambang Migas Tiaka, Kabupaten Morowali Utara, Sulawesi Tengah)*. Universitas Padjadjaran.
- KBI Antara, 2020, Arkom upayakan penyintas tsunami Mamboro-Palu tempati huntap Desember <https://www.antaraneews.com/berita/1756689/arkom-upayakan-penyintas-tsunami-mamboro-palu-tempati-huntap-desember> Diakses tanggal 2 April 2022
- Latief, Hamzah, dkk. 2018. *Laporan Survei Tsunami Palu 28 September 2018. (KAJIAN GEMPA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH: 28 SEPTEMBER 2018 M 7,4)*. Pusat Studi Gempa Nasional (PuSGeN), Pusat Litbang Perumahan dan Pemukiman, Balitbang PUPR
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Miles, Matthew B, dan Huberman, A. Michael. 1992. *Qualitative Data Analysis*. (Terjemahan: Tjetjep Rohendi dengan judul: Analisis Data Kualitatif), UI-Press: Jakarta
- Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung, Tarsito, 1992.
- Nirmala, V. (2015). *Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres*. *Kandai*, 11(2), 139–150. doi:<https://doi.org/10.26499/jk.v11i2.222>
- Nurhaidar, 2009. *Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Seni Dan Budaya Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pasca Konflik Di Kabupaten Poso*. Universitas Hasanudin : Makassar.
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta : PT. Indeks
- Riyanto & Mahfud, Waryani Fajar & Mokhammad. 2012. *Komunikasi Islam I (Perspektif Integrasi-Interkoneksi)*. Yogyakarta : Galuh Patria.
- Safriyah, A. (2015). *Tindak Tutur Imbauan Dan Larangan Pada Wacana Persuasi Di Tempat-Tempat Kos Daerah Kampus*. Surakarta. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/32764/>
- Saptono, Y. J. (2016). *Motivasi dan Keberhasilan Belajar Siswa*. REGULA FIDEI: Jurnal Pendidikan Agama Kristen, 1(1), 181–204. Retrieved from <http://christianeducation.id/e-journal/index.php/regulafidei/article/view/9>
- Suluhmerdeka.com, 2020, Berhasil dalam Pemulihan Pasca Bencana Palu Berbasis Komunitas, Arkom Indonesia diganjar Penghargaan <https://suluhmerdeka.com/id/berita/berhasil-dalam-pemulihan-pasca-bencana-palu-berbasis-komunitas-arkom-indonesia-diganjar-penghargaan/> diakses tanggal 2 April 2022
- Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Banten : Universitas Terbuka
- VOA Indonesia, 2020, KBI Antara, 2020, Arkom upayakan penyintas tsunami Mamboro-Palu tempati huntap Desember <https://www.voaindonesia.com/a/b>

engkel-risha-arkom-berdayakan-masyarakat-penyintas-bencana-di-sulteng/5300914.html diakses tanggal 2 April 2022