

STRATEGI KOMUNIKASI MAPALA SAKAI DALAM MENINGKATKAN MINAT *CAVING* TERHADAP MAPALA DI PEKANBARU

Oleh : M.Rafiq

Pembimbing: Dr. Muhammad Firdaus M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Mapala Sakai sendiri merupakan mapala pelopor *caving* pertama di Riau. Ilmu *caving* pada saat ini sangat lah awam dikalangan mahasiswa pecinta alam yang ada di Pekanbaru, akibatnya kurang perdulinya para mahasiswa pecinta alam dengan keadaan kawasan karst yang ada. Sehingga minimnya ketersediaan data dan informasi yang lengkap akan kawasan karst yang ada, mengakibatkan pengolahan dan pengambilan kebijakan terhadap karst dan seisinya menjadi tidak terarah dan cenderung mengabaikan fungsi dan potensi penting karst sebagai penyedia air yang tidak pernah putus sekaligus menjadi gudang ilmu dari berbagai bidang seperti, biologi, geologi, hidrologi, arkeologi, dan juga speleologi. Untuk menjaga dan melestarikan kawasan karst yang ada di Indonesia maka dibutuhkan adanya para *caver* (penggiat susur gua) yang akan mendalami ilmu tentang *caving* dan speleologi. Penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi komunikasi Mapala Sakai dalam meningkatkan minat *caving* terhadap mapala di Pekanbaru, dan mengetahui apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat strategi komunikasi mapala sakai. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan model komunikasi strategis, dalam penelitian ini melibatkan empat informan dalam rangka memperoleh data yang relevan, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian yang menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan penelitian kepada informan, hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi mapala sakai dalam meningkatkan minat *caving* terhadap mapala di Pekanbaru berdasarkan unsur-unsur komunikasi yaitu pemilihan komunikator, pemilihan pesan, pemilihan media, dan pemilihan khalayak, dan respon. Hasil ini diperoleh dari pengolahan data menggunakan teknik analisis data kualitatif. Penelitian ini menunjukkan Mapala Sakai melalui strategi pemilihan komunikator, target khalayak antara lain anggota aktif Mapala di Pekanbaru. Media yang digunakan adalah media sosial seperti youtube dan Instagram dan tatap muka secara langsung, dan respon berupa semakin banyak nya anggota mapala dalam kegiatan *caving*.

ABSTRACT

Mapala Sakai itself is the first mapala caving pioneer in Riau. The science of caving is currently very common among nature-loving students in Pekanbaru, as a result nature-loving students are less concerned with the condition of existing karst areas. So the lack of availability of complete data and information regarding existing karst areas, results in management and policy making regarding karst and its contents being undirected and tending to ignore the important function and potential of karst as a never-ending water provider as well as being a repository of knowledge from various fields such as, biology, geology, hydrology, archeology, and also

speleology. To maintain and preserve the karst areas in Indonesia, there is a need for cavers (cave exploration activists) who will study the science of caving and speleology.

This research explains how Mapala Sakai's communication strategy increases interest in caving for mapala in Pekanbaru, and finds out what are the supporting and inhibiting factors of Mapala Sakai's communication strategy. This research method is descriptive qualitative, using a strategic communication model, in this research involving four informants in order to obtain relevant data, in accordance with the objectives and needs of the research using purposive sampling techniques.

Based on research with informants, the results of this research show that Mapala Sakai's communication strategy in increasing interest in caving for Mapala in Pekanbaru is based on communication elements, namely communicator selection, message selection, media selection, audience selection, and response. These results were obtained from data processing using qualitative data analysis techniques. This research shows that Mapala Sakai, through a communicator selection strategy, targets audiences including active members of Mapala in Pekanbaru. The media used are social media such as YouTube and Instagram and direct face-to-face meetings, and the response is an increasing number of mapala members in caving activities

PENDAHULUAN

Mahasiswa Pecinta Alam merupakan para mahasiswa dengan kesamaan minat, kepedulian, kecintaan dengan alam dan lingkungan hidup, kemudian berinisiatif untuk membuat suatu organisasi yang disebut MAPALA. Menurut sejarahnya Kelahiran Mapala sebenarnya erat hubungannya dengan kondisi politik Indonesia. Pada tahun 1998, pemerintah Indonesia yang dipimpin Soeharto membentuk program Normalisasi Kegiatan Kampus (NKK) melalui peraturan yang termuat dalam SK 028/3/1978. Aturan ini membuat para aktivis mahasiswa yang kritis terhadap pemerintah terpaksa bungkam karena kegiatan Dewan Mahasiswa dan Senat Mahasiswa dibekukan. Faktor politis menjadi penyebab dibentuknya Mapala. Organisasi ini bertujuan untuk mewadahi mahasiswa yang telah muak dengan organisasi mahasiswa lain yang berbau politik dan berkembang secara tidak sehat.

Organisasi Mapala pertama muncul dari Universitas Indonesia (UI). Pada 8 November 1964, Soe Hok Gie menyampaikan gagasan pembentukan organisasi Mapala di UI yang terinspirasi dari Ikatan Pecinta Alam Mandalawangi yang beranggotakan masyarakat umum dan mahasiswa. Gagasan dari Soe Hok Gie ditindak lanjuti secara serius, hingga akhirnya terbentuklah organisasi Mapala UI bernama Ikatan Mahasiswa Pecinta Alam (IMPALA). Organisasi pecinta alam ini mendapat perhatian dari Pembantu Dekan III Fakultas Sastra UI bidang Mahalum, Drs. Bambang Soemadio dan Drs. Moendardjito.

Mahasiswa Pecinta Alam Sayang Akan Kelestarian Alam Indonesia (MAPALA SAKAI) adalah suatu organisasi yang bergerak di bidang alam bebas yang telah berdiri pada 16 oktober 1986. Mapala Sakai sendiri bertujuan untuk menjadi suatu

wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri tanpa memandang latar belakang dan asal usul untuk mereka yang ingin bergabung. Salah satu fungsi dari kegiatan pecinta alam adalah untuk membentuk suatu karakter anggota yang ada di dalamnya, untuk organisasi pecinta alam mempunyai peranan khusus untuk membentuk karakter mahasiswa itu sendiri. Di organisasi ini para anggota dituntut untuk memiliki skill yang akan dapat diaplikasikan di lapangan maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karenanya Mapala Sakai juga memiliki beberapa divisi-divisi yang dapat mewadahi anggota-anggotanya untuk dapat mengembangkan skill yang diminati oleh masing-masing anggota. Beberapa divisi yang ada di Mapala Sakai adalah divisi hutan gunung rimba, divisi climbing, dan divisi caving.

Caving atau lebih sering dikenal dengan susur gua adalah salah satu kegiatan alam bebas yang aktivitasnya menelusuri alam di bawah tanah dalam keadaan gelap dan hanya menggunakan penerangan kecil. Caving sendiri merupakan ilmu yang mempelajari tentang teknik penelusuran gua, keadan dalam gua, dan kehidupan yang ada di dalam gua. Ilmu caving juga mempelajari etika tentang penelusuran gua, bahaya penelusuran gua hingga pemetaan gua, dalam ilmu caving, gua terbagi menjadi dua jenis yaitu gua alami, dan gua buatan, dan dalam pembahasan ini kita akan focus ke gua alami.

Ilmu caving juga sangat erat kaitannya dengan ilmu kartstologi, karna sebagian besar gua yang ada, biasanya selalu berada dalam kawasan karst.

Karst ialah suatu bentang alam formasi batuan karbonat (CaCO_3 , MgCO_3 atau campuran keduanya) yang telah mengalami proses pelarutan. Batuan karbonat terlarut

oleh asam karbonat (H_2CO_3) yang terbentuk akibat interaksi air hujan dengan CO_2 atmosferik maupun oleh CO_2 biogenik, yang berasal dari sisa tanaman yang membusuk (humus) di atas permukaan tanah.

Kata karst berasal dari bahasa Jerman, yang mengambil alih kata cars dari bahasa Italia, atau kars dari bahasa Slovenia. Di Indonesia, ada usaha geologiwan yang menterjemahkannya dengan istilah caving, atau karst. Ilmu ini mempelajari tentang manfaat – manfaat kawasan karst sertabahaya – bahaya dari hilangnya kawasan karst yang ada.

Mapala yang pada dasarnya adalah organisasi yang bergerak dibidang alam bebas serta bertujuan untuk menjaga kelestarian alam, akan tetapi pada masa sekarang dapat kita lihat awam nya pengetahuan ilmu caving yang dimiliki oleh mahasiswa pecinta alam yang ada di Pekanbaru, sehingga mengakibatkan kurang perdulinya para mahasiswa pecinta alam dengan keadaan kawasan karst yang ada. Sehingga minimnya ketersediaan data dan informasi yang lengkap akan kawasan karst yang ada, mengakibatkan pengolaan dan pengambilan kebijakan terhadap kars dan seisinya menjadi tidak terarah dan cenderung mengabaikan fungsi dan potensi penting karst sebagai penyedia air yang tidak pernah pustus sekaligus menjadi gudang ilmu dari berbagai bidang seperti, biologi, geologi, hidrologi, arkeologi, dan juga speleologi.

Untuk menjaga dan melestarikan kawasan kars yang ada di Indonesia maka dibutuhkan adanya para caver (penggiat susurgua) yang akan mendalami imu tentang caving dan speleologi. Bagi para caver, caving ini menjadi sebuah

tantangan tersendiri diluar aktivitas mendaki gunung, arung jeram,

maupun panjat tebing. Setiap aktivitas penelusuran gua, tidak lepas dari keadaan gelap total. Justru keadaan seperti ini yang menjadi daya tarik bagi seorang caver. Petualangan di lorong gelap bawah tanah menghasilkan pengalaman tersendiri. Perasaan ingin tau yang besar bercampur dengan perasaan cemas karena gelap total. Ada apa dalam kegelapan itu, membahayakan kah, adakah kehidupan di sana, serta pertanyaan lebih jauh seperti bagaimana lorong-lorong itu terbentuk.

Pertanyaan yang kemudian timbul, lalu berkembang menjadi pengetahuan tentang gua dan aspeknya termasuk misteri yang dikandungnya yaitu “Speleologi”. Ruang lingkup ilmu pengetahuan ini tidak hanya keadaan fisik alamiahnya saja, tetapi juga potensinya; meliputi sekitar bentuknya gua, bahan tambang, tata lingkungan, geologi gua, dan segi-segi alamiah lainnya.

Mapala Sakai sebagai organisasi yang peduli akan kelestarian alam indonesi, dan Mapala pelopor materi caving pertama di Riau, dengan anggotanya yang bernama Fitrah Aidil Akbar yang belajar tentang skill ini di daerah Jawa dan menyebarkan ilmu tersebut di kalangan pecinta alam yang ada di riau untuk pertamakalinya pada tahun 2008, hingga saat ini Mapala Sakai pastinya memiliki tujuan juga untuk meningkatkan minat dari mahasiswa pecinta alam yang ada di Pekanbaru, sehingga semakin banyak peminat caving ini maka semakin banyak pula yang akan peduli terhadap lingkungan gua yang ada. Kegiatan tersebut hingga saat ini masih terus dijalankan.

Berdasarkan dari hal-hal yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik dan memilih untuk mengkaji “Strategi Komunikasi Mapala Sakai dalam Meningkatkan Minat Caving Terhadap Mapala di Pekanbaru”.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan (planning) dan manajemen (management) dalam mencapai sebuah tujuan. Strategi komunikasi haruslah didasari peran seorang penyampai pesan komunikasi, strategi komunikasi harus fleksibel menyesuaikan kondisi penerima pesan sehingga komunikator

sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila suatu faktor strategi komunikasi tidak dapat dilaksanakan (Dr. Lina Sunyata, 2018).

Membahas mengenai strategi komunikasi berarti juga berbicara mengenai bagaimana proses sebuah komunikasi. Proses komunikasi merupakan serangkaian tahapan yang berurutan yang melibatkan berbagai komponen-komponen komunikasi yaitu (komunikator, pesan, media/channel, komunikan dan efek). Dalam hal ini strategi komunikasi merupakan pendalaman terhadap komponen-komponen, yang didalam kerangka interaksinya satu sama lain ditambah pertimbangan terhadap lingkungan budaya dimana komunikasi itu diajalkan. (Martianov, 2016).

Menurut Anwar Ariffin (1994:50) supaya nilai-nilai dalam berkomunikasi tepat pada sasaran (public) menjadi efektif, dalam menyusun sebuah strategi komunikasi ada beberapa langkah-langkah yang harus diikuti: (a.)Mengenal khalayak (b.)Menyusun pesan (c.)Menetapkan metode.

Komunitas

Komunitas merupakan sebuah kelompok. Komunitas terbentuk ketiga dua atau tiga orang bahkan lebih berkumpul karena mempunyai keinginan, hobi, dan cita-cita yang sama. Sebuah komunitas tracker terbentuk karena mereka sama-sama

mencintai motor tracker. Dalam sebuah komunitas, sudah pasti mereka akan menggunakan komunikasi kelompok (Rubani, 2010). Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi diantara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu (Bungin, 2006:270).

Saat ini berbagai jenis komunitas tumbuh dan berkembang. Baik didunia maupun di Indonesia, seperti komunitas blogger, komunitas game online, komunikasi fotografi, komunitas motor, komunitas pecinta alam, komunitas olahraga dan lain-lain.

Solidaritas

Solidaritas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat (perasaan) solider, sifat satu rasa (senasib dan sebagainya), perasaan setia kawan dimana antara sesama anggota kelompok sangat diperlukan. Solidaritas adalah rasa kebersamaan, rasa kesatuan kepentingan, rasa simpati, sebagai salah satu anggota dari kelas yang

sama. Atau biasa diartikan perasaan atau ungkapan dalam sebuah kelompok yang dibentuk oleh kepentingan bersama.

Berdasarkan analisis Durkheim, persoalan tentang solidaritas dikaitkan dengan sanksi yang diberikan kepada warga yang melanggar peraturan dalam masyarakat. Bagi Durkheim indikator yang paling jelas untuk solidaritas mekanis adalah ruang lingkup dan kerasnya hukum-hukum dalam masyarakat yang bersifat menekan. Hukum-hukum ini mendefinisikan setiap perilaku penyimpangan sebagai suatu yang bertentangan dengan nilai serta mengancam kesadaran kolektif masyarakat.

Hukuman represif tersebut sekaligus bentuk pelanggaran moral oleh individu maupun kelompok terhadap keteraturan sosial. Sanksi

dalam masyarakat dalam solidaritas mekanis tidak dimaksud sebagai suatu proses yang rasional. Potret solidaritas sosial dalam konteks masyarakat dapat muncul dalam berbagai kategori atas dasar karakteristik sifat atau unsur yang membentuk solidaritas itu sendiri. Pembagian kerja memiliki implikasi yang sangat besar terhadap struktur masyarakat. Durkheim tertarik pada cara yang berubah yang menghasilkan solidaritas sosial. Dengan kata lain, cara yang berubah yang mempersatukan masyarakat dan bagaimana para anggota melihat dirinya sebagai bagian dari suatu keseluruhan (Fauziah, n.d.)(Mulyana, 2014).

Untuk menangkap perbedaan tersebut, Durkheim membagi kelompok solidaritas menjadi dua bagian, yaitu solidaritas mekanis dan solidaritas organik. Masyarakat yang ditandai oleh solidaritas mekanis menjadi satu dan padu karena seluruh orang adalah generalis. Ikatan dalam masyarakat ini terjadi karena mereka terlibat aktivitas dan tipe pekerjaan yang sama dan memiliki tanggung jawab yang sama. Sebaliknya, masyarakat yang ditandai solidaritas organik bertahan bersama justru karena adanya perbedaan yang ada didalamnya, dengan fakta bahwa semua orang memiliki pekerjaan dan tanggung jawab yang berbeda-beda.

Caving

Gua merupakan salah satu fenomena alam yang memiliki keunikan dan keindahan bawah tanah serta kelangkaan dan keendemikan fauna yang tinggal di dalamnya. Telusur Gua atau Caving berasal dari kata cave, artinya gua. Menurut Mc Clurg, cave atau gua berarti “ruang alamiah di dalam bumi”, yang biasanya terdiri dari ruangan-ruangan dan lorong-lorong. Aktivitas Caving diterjemahkan sebagai ‘aktivitas penelusuran gua’. Setiap aktivitas penelusuran gua, tidak lepas dari keadaan gelap total. Justru keadaan

seperti ini yang menjadi daya tarik bagi seorang caver, sebutan untuk seorang penelusur gua.

Petualangan di lorong gelap bawah tanah menghasilkan pengalaman tersendiri. Perasaan ingin tahu yang besar bercampur dengan perasaan cemas karena gelap total. Ada apa dalam kegelapan itu? membahayakan kah? adakah kehidupan di sana? Pertanyaan lebih jauh bagaimana lorong-lorong itu terbentuk? Pertanyaan yang kemudian timbul, kemudian berkembang menjadi pengetahuan tentang gua dan aspeknya, termasuk misteri yang dikandungnya. Maka dikenal istilah “speleologi”. Ruang lingkup ilmu pengetahuan ini tidak hanya keadaan fisik alamiahnya saja, tetapi juga potensinya; meliputi segi terbentuknya gua, bahan tambang, tata lingkungan, geologi gua, dan segi-segi alamiah lainnya. Oleh karena itu bagi para caver mempelajari, menikmati dan menjaga kelestarian gua menjadi hal yang sangat penting, karena apabila gua dan kawasan karst menjadi rusak dan tidak ada yang peduli, maka bukan hanya para caver yang tidak dapat untuk mempelajari lagi, bahkan masyarakat di sekitar gua atau kawasan karst lah yang akan mendapatkan dampaknya, seperti hilangnya daerah serapan air di suatu kawasan, sehingga dapat mengakibatkan banjir bandang, dan masih banyak dampak lainnya. Kalau sebagian orang merasa enggan untuk mendekati “lubang gelap menganga”, maka para penelusur gua justru masuk kedalamnya, sampai berkilo-kilometer jauhnya. Lubang sekecil apapun tak luput dari perhatiannya, jika perlu akan ditelusuri sampai tempat yang paling dalam sekalipun (Sarana & Goa, 2007).

Mc. Clurg mencatat, setiap penelusuran gua tidak menginginkan lorong yang ditelusurinya berakhir, mereka mengharapkan di setiap kelokan di dalam gua dijumpai lorong-lorong yang panjangnya tidak pernah disaksikan oleh siapapun sebelumnya.

Sehingga apabila orang bertanya, “Mengapa mereka memasuki gua?”, barangkali catatan Norman Edwin adalah jawabannya, “Adalah suatu kepuasan bagi seorang penelusur gua bila lampu yang dibawanya merupakan sinar pertama yang mengungkapkan sebuah pemandangan yang menakjubkan di bawah tanah”.

Pada dasarnya setiap penelusuran gua, harus melalui perjalanannya dalam kondisi tubuh fit. Masalah dalam sebuah buku teks disebutkan, apabila badan terasa kurang fit, sebaiknya perjalanan eksplorasi gua dibatalkan (etika penelusuran gua). Hal ini disebabkan karena udara di dalam gua sangat buruk, penuh deposit kotoran burung dan kelelawar, ditambah kelembaban yang sangat tinggi. Mudah sekali dalam kondisi demikian seorang penelusur gua terserang penyakit paru-paru, beberapa pioneer penelusur gua menghentikan kegiatan eksplorasinya karena terserang penyakit ini. Selain memerlukan kondisi tubuh yang baik, seorang penelusur gua sedikit banyak harus memiliki kelenturan tubuh dan yang terpenting tidak cepat menjadi panik dalam keadaan gelap dan sempit. Bentuk tubuh yang mempengaruhi kecepatan gerak seorang penelusur gua

Penelusur Gua ideal adalah yang memiliki badan relatif kecil meskipun belum tentu menjadi jaminan akan menjadi penelusur handal. Dalam penelusuran horisontal, kita lakukan gerak, jalan membungkuk, merangkak, merayap, tengkurap, dan kadang terlentang, menyelam serta berenang. Dengkul dan ujung siku merupakan sisi penting buat seorang penelusur atau caver (Wiwin Adventure, 2009).

Landasan Teori

Pada penelitian ini peneliti tidak menggunakan teori khusus, tetapi peneliti menggunakan model Komunikasi Strategis. Dalam konteks ini, model komunikasi strategis sangat

diperhitungkan dimensi-dimensi lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Model komunikasi strategis di atas, memperlihatkan bagaimana tanda panah bermata dua. Artinya selalu ada hubungan timbal balik komunikator dan pesan, pesan dan khalayak, khalayak dan respon, respon dan komunikator, serta antara saluran komunikasi yang digunakan ada hubungan timbal balik dengan komunikator, pesan, khalayak, dan respon komunikasi itu berlangsung dalam konteks tertentu. (Iriantara, 2004: 70)

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum dan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian.

Penelitian ini penulis menggunakan model komunikasi strategis sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian. Dalam model komunikasi strategis setidaknya harus dapat menjawab lima pertanyaan yang menjadi unsur model komunikasi strategis tersebut, yakni mengenai komunikator, pesan, komunikasi, saluran, dan respon.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2012:56). Metode deskriptif yaitu membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu. Penelitian jenis ini digunakan untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel (Kriyantono, 2012:69).

Secara umum penelitian ini untuk menggambarkan dan memahami permasalahan secara keseluruhan. Dalam hal ini, peneliti berusaha menggambarkan keadaan sesungguhnya bagaimana strategi komunikasi mapala sakai dalam meningkatkan minat caving terhadap mapala di pekanbaru. Dalam penelitian kualitatif dilakukan

pengumpulan data, data yang dibutuhkan terkumpul, maka peneliti memeriksa berdasarkan fakta-fakta yang ada.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan teknik pengumpulan data utama dalam metodologi kualitatif. Wawancara bervariasi sesuai dengan jumlah orang yang terlibat selama wawancara berlangsung, tingkatan struktur, kedekatan pewawancara dengan partisipan, dan jumlah wawancara yang diselenggarakan selama penelitian (Pamela S. Schinder, 2006:179).

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara demham responden atau orang yang diwawancarai

(Bungin, 2015:186). Wawancara dipandang sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya-jawab lisan yang dilakukan secara sistematis guna mencapai tujuan penelitian. Pada umumnya interviu dilakukan oleh dua orang atau lebih, satu pihak sebagai pencari data (interviewer) pihak yang lain sebagai sumber data (interviewee) dengan memanfaatkan saluran-saluran komunikasi secara wajar dan lancar (Anwar Sutoyo, 2017:123). Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara intensif dengan ketua komunitas klub motor *include* pekanabru dan beberapa masyarakat.

Observasi Secara garis besar terdapat dua rumusan tentang pengertian observasi, yaitu pengertian secara sempit dan luas. Dalam arti sempit observasi berarti pengamatan secara langsung terhadap gejala yang diteliti. Dalam arti luas observasi meliputi pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek yang sedang diteliti (Anwar Sutoyo, 2014:69). Observasi (*observation*) meliputi seluruh

cakupan pengawasan aktivitas serta kondisi perilaku dan nonperilaku. (Pamela S. Schinder, 2017:203). Observasi Non Partisipan adalah dimana obsever tidak ikut didalam kehidupan orang yang diobservasi, dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat. Didalam hal ini observasi hanya bertindak sebagai penonton saja tanpa harus terjun langsung ke lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan pengamatan tidak partisipasi yaitu penelitian ini tidak akan melibatkan diri dalam program dan strategi yang dilakukan oleh komunitas klub motor *include* pekanbaru. Akan tetapi peneliti akan observasi pada acara turing, lokasi turing, sehingga dapat menangkap arti dan fenomena dari segi objektif tidak hanya dari pengertian subjek penelitian dan dapat melihat apa yang terjadi dilapangan, hingga dapat melihat kesesuaian atau ketidak sesuaian apa yang dihayati oleh subjek penelitian memungkinkan peneliti untuk memastikan bahwa apa yang disampaikan subjek tersebut dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti (Moleong,2005:45).

Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip yang tersedia pada interview atau perusahaan yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen adalah bahan tertulis, film atau foto-foto yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik sesuai kepentingannya (Moleong,2005:216).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil dokumentasi berupa kliping-kliping atau gambar-gambar penting sebagai informasi pendukung dari data-data sebelumnya.

Peneliti mengumpulkan foto-

foto kegiatan, video- video promosi serta dokumen lainnya yang diperlukan, data tersebut bersumber dari berbagai pihak terutama dari klub motor *include* pekanbaru.

Studi pustaka

Untuk mendapatkan data pendukung dari penelitian ini terutama mengenai teori-teori maka studi pustaka diambil dari makalah, buku-buku, internet, dan sumber-sumber lainnya yang mendukung dan yang berhubungan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian serta pembahasan berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara. Penulis memperoleh berbagai macam informasi dan analisis tersendiri tentang Strategi Komunikasi Mapala Sakai Dalam meningkatkan Minat *Caving* Terhadap Mapala di Pekanbaru.

Hasil penelitian merupakan data yang penulis kumpulkan selama penelitian yang kemudian direduksi berdasarkan pertanyaan penelitian, hasil penelitian memaparkan jawaban-jawaban informan serta data-data dari hasil penelitian yang berguna untuk dianalisa secara akademis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam suatu organisasi harus mempunyai komunikator yang baik dan tingkat kinerja yang bagus. Menurut jurnal (Belli Nasution dan Anuar Rasyid) "Hasil menunjukkan bahwa komunikator kepada masyarakat melibatkan lokal orang yang dipekerjakan. Pesan termasuk pendidikan, ekonomi komunitas ,program lingkungan dan kesehatan. Saluran menggunakan saluran tatap muka, grup, dan publik."

Penulis memperoleh berbagai macam informasi dan analisis tersendiri tentang Strategi Mapala Sakai Dalam meningkatkan Minat *Caving* Terhadap Mapala di Pekanbaru.. Untuk mencapai

suatu tujuan dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang dapat mempercepat dan mengefektifkan penyampaian pesan dari komunikator kepada anggota di organisasi. Dalam mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai tentunya tidak lepas dari peranan kegiatan komunikasi.

Begitu juga dalam memberikan pesan-pesan kepada anggota mengenai strategi yang akan di rencanakan suatu organisasi terhadap anggota untuk meningkatkan produktivitas kerja yang baik di suatu organisasi, cara ini yang tidak terlepas dari peranan kegiatan komunikasi. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang tepat. Dalam peningkatan kinerja Komunikasi yang efektif dan efisien akan tercapai ketika kebisingan komunikasi dapat diminimalkan (jurnal Anuar Rasyid dan Evayani Elysa Lubis 2018).

Komunikator Mapala Sakai Dalam Meningkatkan Minat *Caving* Terhadap Mapala Di Pekanbaru

Hal pertama yang dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi melalui model komunikasi strategis adalah perencanaan memilih komunikator untuk menyampaikan informasi mengenai *caving* mapala sakai dalam meningkatkan minat *caving* terhadap mapala di Pekanbaru.

Dalam menyampaikan informasi dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran, strategi pemilihan komunikator memang harus dilakukan dengan tepat agar khalayak tersebut dapat yakin mengenai pesan dan informasi yang disampaikan. Adapun komunikator yang bertugas untuk menyampaikan pesan pada kegiatan atau agenda agenda *caving*, mapala sakai tidak hanya menunjuk satu orang sebagai komunikator, melainkan semua anggota yang ada di mapala sakai secara pasti sudah bisa menjadi komunikator/pembicara dari kegiatan

atau agenda-agenda *caving* yang dilaksanakan mapala sakai.

Semua yang menjadi anggota mapala sakai sudah bisa kiranya menjadi komunikator di kegiatan atau agenda-agenda *caving* yang ada, yang dipilih menjadi komunikator untuk menyampaikan informasi adalah pengurus aktif dari mapala sakai, maka sebagai komunikator nantinya akan dapat menjelaskan sebagai informasi dan pesan secara jelas dan terarah.

Berkaitan dengan model komunikasi strategis, maka strategi pemilihan komunikator yang dilakukan mapala sakai diatas memiliki hubungan dengan strategi selanjutnya yakni strategi khalayak. Dimana mapala sakai memilih komunikator yang sesuai dengan sasaran yang dipilihnantinya agar informasi yang disampaikan akan efektif untuk diterima oleh khalayak sasarannya.

Khalayak Sasaran Strategi Komunikasi Mapala Sakai

Strategi komunikator didukung dengan adanya penentuan khalayak sasaran komunikasi yang matang. Melakukan analisis terhadap khalayak sasaran komunikasi tentunya akan mempermudah untuk menentukan siapa komunikator yang nantinya akan menjalankan proses penyampaian pesan yang informatif dan persuasif.

Khalayak yang menjadi sasaran mapala sakai dalam menjalankan kegiatan atau agenda-agenda *caving* mapala sakai dalam meningkatkan minat *caving* mapala di Pekanbaru terbagi menjadi dua tipe khalayak, yaitu khalayak primer dan sekunder. Khalayak primer merupakan khalayak sasaran yaitu mapala terutama mapala yang di Pekanbaru.

Khalayak sekunder adalah khalayak sasaran yang dimana mereka tidak terikat langsung tapi memiliki peran untuk membantu atau membuktikan pada khalayak, khalayak

sekunder yang menjadi sasaran mapala sakai adalah PA (pecinta alam) dan para caver yang ada di Indonesia.

Adanya pemilihan khalayak primer dan sekunder diatas, akan berkaitan dengan konsep komunikasi strategis. Khalayak akan menghubungkan timbale balik dengan langkah mapala sakai selanjutnya yakni menentukan strategi pengolahan pesan. Hubungan khalayak dan pesan dalam komunikasi strategis sudah memiliki tanda panah bermata dua yang mengartikan adanya hubungan satu sama lain. Maka dari itu tentu saja komunikasi strategis akan berjalan dengan baik ketika mapala sakai menentukan khalayak seperti yang dijelaskan di pembahasan.

Pesan Komunikasi Mapala Sakai

Langkah selanjutnya adalah strategi pengolahan pesan yang akan disampaikan oleh mapala sakai dalam meningkatkan minat caving terhadap mapala di Pekanbaru.

Sesuai dengan pembahasan sebelumnya mengenai strategi pemilihan khalayak dan melalui model komunikasi strategis pula, maka hal tersebut berkaitan dengan strategi pengolahan pesan mapala sakai. Mapala sakai menentukan yang akan menjadi khalayak sasaran kegiatannya ketika pada mapala di Pekanbaru menjadi sasaran kegiatannya, sehingga pesan akan disesuaikan dengan latar belakang meningkatkan minat caving mapala di Pekanbaru.

Setelah perencanaan, maka mapala sakai juga telah menyepakati inti pokok pesan yang akan disampaikan. Inti pokok pesan ini yang akan menjadi dasar dan tujuan utama kegiatan caving mapala sakai. Pesan utama yang disampaikan oleh mapala sakai adalah mengenai mengajak kawan – kawan mapala yang ada di Pekanbaru untuk berkegiatan caving dan menjaga kelestarian alam Indonesia.

Media Komunikasi Mapala Sakai

Secara keseluruhan proses strategi komunikasi berdasarkan model komunikasi strategis, untuk mencapai hasil yang maksimal maka diperlukan saluran atau media untuk mengendalikan proses strategi tersebut. Karena pada konsep komunikasi strategis, media merupakan elemen yang berhubungan dengan seluruh elemen yang terdapat dalam strategis komunikasi. Media memiliki hubungan timbale balik dengan komunikator, khalayak, pesan.

Strategi pemilihan media merupakan langkah yang selanjutnya harus dipertimbangkan dalam proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh mapala sakai. Dari wawancara dan pengamatan penulis, pemilihan media komunikasi mapala sakai sudah cukup efektif dimana rata – rata mahasiswa dan organisasi tingkat Universitas serta mapala yang ada di Pekanbaru umumnya menggunakan media instagram dan youtube.

Mapala sakai memiliki media instagram dan youtube, media ini bertujuan untuk menjadi salah satu media untuk mempromosikan kegiatan caving mapala sakai serta seluruh informasi mengenai mapala sakai ke halayak sasaran.

Adanya penjelasan mengenai pembahasan strategi pemilihan diatas, maka berdasarkan model komunikasi strategis, media berperan sebagai alat untuk komunikator menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Selanjutnya, media berperan sebagai alat untuk mengetahui respond dan tanggapan dari khalayaknya. Respond yang dirasakan mapala sakai sendiri, saat ini beberapa mapala di Pekanbaru sudah mulai melaksanakan kegiatan – kegiatan caving.

Media juga tidak kalah penting menjadi alat untuk memaksimalkan penyampaian pesan atau informasi dari

mapala sakai secara lebih luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa disetiap elemen dalam model komunikasi strategis memiliki hubungan timbale balik satu dengan yang lainnya, sehingga dri hubungan satu sama lain memiliki dampak untuk keberlangsungan strategi komunikasi yang dilakukan oleh mapala sakai.

Respon Strategi Komunikasi Mapala Sakai.

Dalam penyampaian suatu pesan dalam sebuah komunikasi pasti kita akan mendapatkan sebuah hasil, mapala sakai menyampaikan sebuah pesan terhadap mahasiswa pecinta alam yang ada di Pekanbaru dan bentuk respon yang terlihat adalah mahasiswa pecinta alam satu persatu mulai aktif dan melaksanakan kegiatan caving.

Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Mapala Sakai.

Dalam meningkatkan minat caving terhadap mapala di pekanbaru, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang juga mempengaruhi strategi komunikasi pada mapala sakai Dalam Meningkatkan minat caving terhadap mapala di Pekanbaru. Faktor-faktor yang dimaksud telah peneliti rangkum dalam beberapa hal yaitu sebagai berikut: 1, Faktor pendukung yaitu Faktor yang pertama adalah setiap anggota dari mapala di pekanbaru yang telah mengikuti sertifikasi selalu mendukung bisa berupa sebagai pengajar untuk membagikan ilmu yang telah dimilikinya.2, Faktor penghambat yaitu Minimnya peralatan yang dimiliki untuk berkegiatan *caving*, karena harga dari alat alat perlengkapan yang relatif mahal, serta anggaran yang

kurang memadai untuk mendukung kegiatan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. C. (2003). *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Arifin, A. (1994). *Strategi Komunikasi*. Bandung: CV ARMICO Bandung.
- Bungin, M. (2007). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*.
- Efendi, E. (2023). Peran Komunikasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesehatan Mental. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 14(2), 175–188.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fauziyah, S. (n.d.). *Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pernyataan Kontroversi Gita Savitri Tentang Childfree Di Konde. Co DanKompasiana. Com*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif~....
- Gusmarani, K. (2022). Strategi komunikasi internal dalam perubahan organisasi di masa transisi tahun 2019-2020. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 137–162.
- Indah, T. K. (2016). Komunikasi

- Verbal dan Non Verbal. *Jurnal Pendidikan DanKonseling*, 6(2).
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia. Kelangsungan, T. A. (n.d.).
- TINJAUAN ANCAMAN
KELANGSUNGAN DAN
DAYA DUKUNG
EKOSISTEM ESENSIAL
KARST GOMBONG OLEH
RENCANA PENDIRIAN
PABRIK SEMEN.**
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT BumiAksara.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja
- Rosdakarya.Muhamad, A. (2011). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohim, S. (2009). *Teori komunikasi: perpektif, ragam dan aplikasi*. Rineka Cipta.Rubani. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Pekanbaru. Pekanbaru: Wita Irzani.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015a. The Role Of Communication In Corporate Social Responsibility. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 5, No.7 <http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2015/04/1-ROLE-OF-COMMUNICATION.pdf>
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015b. Komunikasi Dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan : Pemberdayaan Masyarakat Dan Membangun Citra Positif. *Mimbar*, Vol. 31, No. 2. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/1564>
- Rasyid, Anuar. 2017. Komunikasi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Membangun Citra dan Reputasi PTPN V di Pekanbaru. *Disertasi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rasyid, Anuar. 2019a. *Komunikasi CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Taman karya: Pekanbaru
- Rasyid, Anuar. Evawani Elysa Lubis. 2018. *Correlation Among Communication Noise Corporate Social Responsibility Program With Community Empowerment And PTPT V Image In Pekanbaru*. *International Journal Of Research In Social Sciences*. Vol. 20 No. 1
- Rasyid, Anuar. Evawani Elysa Lubis. 2018. Correlation Among Communication Noise Corporate Social Responsibility Program With Community Empowerment And PTPN V Image In Pekanbaru. *International*

Journal of Research In Social Sciences. Vol. 20 No. 1.
http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/03/IJRSS_vol20_p2_Feb18_Anuar-Rasyid.pdf

Sugiyono. (2018a). *Metode*

Penelitian Bisnis.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018b). *Metode*

Penelitian Evaluasi.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian*

Kualitatif Kuantitatif. Bandung:

Alfabeta. Sugiyono. (2022). *Metode*

Penelitian Kualitatif. Bandung:

Alfabeta.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bandung: Alfabeta.

Yandini, E. I. (2019). *Peran Perpustakaan Komunitas Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat.* UNIVERSITAS AIRLANGGA.