eJournal S1 Ilmu Komunikasi, 10 (3) 2022: 140 - 154 ISSN (Cetak) 2502-5961 ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

©Copyright 2022

# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI TIRTONEGORO FOUNDATION DALAM MENINGKATKAN MINAT LITERASI BUDAYA DI KOTA SAMARINDA

**Agus Kurniawan1**, **Drs. Sugandi, M.Si 2**

***Abstrak***

*Strategi Komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komuikasi harus dapat menunjukan operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.Sebuah organisasi dengan kegiatan apapun, dan bidangnya akan selalu memerlukan komunikasi, hal itu merupakan upaya mencapai tujuan dengan cara pertukaran dan penyebaran informasi.Kerena itu, penelitian ini bertujuan untuk membahas secara dalam mengenai strategi komunikasi Yayasan Tirtonegoro Foundation dalam meningkatkan literasi di Samarinda.*

*Dengan menggunakan indikator strategi komunikasi Harold Lasswell menjelaskan imdikator strategi komunikasi meliputi, who, says what, in wich channel, to whom, dan with what effect. Penelitian ini juga menggunakan Model strategi komunikasi milik Philip Lesly diperkenalkan oleh Philip Lesly pada tahun 1972, ini merupakan sebuah model yang menjelaskan alur strategi komunikasi yang terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi dan publik. Organisasi dan publik yang dimaksud yaitu, organisasi yang menggerakan kegiatan, dan publik ialah sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat enam tahapan, sedangkan publik memiliki dua tahapan. Dua komponen utama ini yang menentukan bagaimana strategi komunikasi berjalan. (Cangara, 2013:70).*

*Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation memiliki komunikator Muhammad Ridho selaku tim divisi pengembangan literasi, dan Grace Ula selaku Co Founder Yayasan Tirtonegoro Foundation Yayasan Tirtonegoro Foundation memiliki pesan yang disesuaikan dengan visi mereka yaitu, Menjadi yayasan yang memiliki sumber daya manusia bermutu (Pioneer, Innovative, Dedicates, Loyality) bermanfaat bagi masyarakat serta memilki jiwa seni. Yayasan Tirtonegoro Foundation menggunakan media melalui kegiatan kolaborasi dan publikasi melalui situs resmi mereka, seperti sosial media dan website. Yayasan Tirtonegoro Foundation selain masyarakat luasm focus utamanya menyasar komunitas literasi lain dan juga pemerintah. Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation mengingkan terjadinya sinergitas antar seluruh pelaku literasi khsusunya di kota Samarinda.*

***Kata Kunci :*** *Literasi, Strategi Komunikasi, Yayasan Tirtonegoro Foundation*

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Aguskurniawanbasuki@gmail.com
2. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

### PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia, komunikasi adalah faktor penting. Karena, dengan adanya komunikasi, manusia melangsungkan dan melanjutkan hidup, itu adalah peran sebagai makhluk sosial yang tak terlepaskan. Kontak sosial, interaksi yang terjalin, membangun hubungan de ngan manusia lainnya, itulah yang disebut dengan komunikasi. Dalam prosesnya kemudian melalui media, ataupun secara langsung.

Yayasan Tirtonegoro Foundation adalah sebuah yayasan yang bergerak di bidang pendidikan seni dan kebudayaan yang dibentuk pada tahun 2017, di kota Samarinda, Kalimantan Timur. Yayasan ini menyediakan tempat belajar formal dan non formal untuk setiap orang, untuk mengembangkan potensi kognitif, afektif, dan psikomotorik, serta mengintegrasikan nilai agama, sosial dan seni. Yayasan Tirtonegoro Foundation memliki anggota aktif yang tercatat sekitar 12 orang, terdiri dari berbagai bidang pendidikan seni dan kebudayaan.

Strategi Komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif, begitupun Yayasan Tirtonegoro Foundation yang melakukan sebuah strategi komunikasi melalui program pengembangan literasi dengan memperkenalkan dan memberitahukan hal-hal positif yang dimiliki Yayasan Tirtonegoro Foundation melalui kegiatan-kegiatan pengembangan literasi mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komuikasi harus dapat menunjukan operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Proses komunikasi juga menjadi penting, karena merupakan cara untuk menjalin hubungan dan menjaga kordinasi yang baik antar sesame anggota untuk mencapai tujuan organisasi itu sendiri. Komunikasi juga akan berdampak pada motivasi-motivasi kerja dari anggota dalam organisasi. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi komunikasi Yayasan Tirtonegoro Foundation dalam meningkatkan literasi di Samarinda, dengan judul penelitian yaitu Strategi Komunikasi Organisasi Yayasan Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi di Kota Samarinda.

#### Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah maka rumusan masalah penelitian ini yaitu Bgaimana strategi Komunikasi Organisasi yang dillakukan Yayasan Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi Budaya di Kota Samarinda.

#### Tujuan Penelitian

Bertolak ukur pada rumusan masalah yaitu Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi yang dillakukan Yayasan Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi Budaya di Kota Samarinda.

eJournal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 4, 2022 : 140-154

#### Manfaat Penelitian

* 1. Manfaat akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya kajian starategi komunikasi organisasi dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya.
	2. Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagaisumbangsikepadaorganiasi- organisasi dalam mencapai tujuan, khususnya Yayasan Tirtonegoro Foundation, penelitian ini diharapkan memberikan saran dan rujukan demi kemajuan Yayasan Tirtonegoro Foundationk lagi.

#### Strategi Komunikasi

Dalam ilmu manajemen strategi biasa disebut stategik, di dalam organisasi stategik memiliki arti kiat, cara, atau juga taktik utama yang dibuat secara matang dan sistematis guna melaksanakan fungsi manajemen yang terarah kepada tujuan organisasi. (Nawawi, 2012: 147). Menurut definisi lain, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di ambil dan di jalankan guna mencapai tujuan-tujuan. Seperti dalan buku Management For Educational Management, Chandler mengartikan strategi ialah alat untuk mencapai tujuan dan kepentingan organisasi. (Akdon, 2011: 12). Teori strategi komunikasi pada mulanya berawal dari teori komunikasi. Salah satu teori komunikasi yang paling mudah diingat adalah teori milik Harold Lasswell yang menyatakan who say what in which channel to whom with what effect (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek apa). (Effendy, 2002: 32)

#### Model strategi Komunikasi Assifi dan French

Model strategi komunikasi milik Philip Lesly diperkenalkan oleh Philip Lesly pada tahun 1972, ini merupakan sebuah model yang menjelaskan alur strategi komunikasi yang terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi dan publik. Organisasi dan publik yang dimaksud yaitu, organisasi yang menggerakan kegiatan, 15 dan publik ialah sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat enam tahapan, sedangkan publik memiliki dua tahapan. Dua komponen utama ini yang menentukan bagaimana strategi komunikasi berjalan. (Cangara, 2013:70).

Dalam komponen organisasi, baik itu pengelolaan kegiataan, lembaga, perusahaan, ataupun pemerintahan, swasta ataupun sosial. Organisasi memerlukan tenaga spsesialis yang mampu menangangi masalah-masalah, utamanya masalah komunikasi. Langkah awal untuk mendiagnosa, kemudian cara yang diambil, kemudian perumusan tindakan akan selalu mencakup strategi yang digunakan. Dalam tahap perencanaan program pelaksanaan, telah ditetapkan apa dan bagaimana sumbuer daya yang akan di digerakan. Hal-hal itu kemudian mencakup tenaga, dana, juga fasilitas. Dalam tahap perencanaan program pelaksanaan, telah ditetapkan apa dan bagaimana sumbuer daya yang akan di digerakan. Hal-hal itu kemudian mencakup tenaga, dana, juga fasilitas.

Sedangkan dalam thap komunikasi, kegiatan yang harus dilakukan yakni menyebarkan informasi baik melalui media massa ataupun juga saluran komunikasi yang lainnya. (Cangara, 2013:10).

#### Indikator Strategi Komunikasi

Harold Lasswell menjelaskan imdikator strategi komunikasi meliputi, who, says what, in wich channel, to whom, dan with what effect, penjelasannya sebagai berikut : Siapakah komunikatornya (Who?). Ini ialah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup kepercayaan diri, kreadibilitas, terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras,penuh perhitungan logika dan rasional, selalu mawas diri. Pesan apa yang dinyatakan (Says what?) Ini ialah indikator yang berhubungan dengan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup benar, autentik, rasional, terukur, banyak, valid, reliable, cepat, jelas sumbernya, selalu menjadi sumber pemerkaya pesan lainnya. Media apa yang digunakan (In which channel?) Ini ialah indikator yang berhubungan dengan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual diam, visual gerak, audio, audio visual. Siapa komunikannya (To whom?).

Efek apa yang diharapkan (With what effect?) Ini ialah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup Pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam mema hami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadinya perbedaan persepsi, ingin menunjukan arah dari pesan, memberikan pesan y7a2ng dimaksud, bertambahnya persepsi baru yang sesuai, bertambahnya persepsi baru yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada pencapaian tujuan bersama dengan pesan yang sama, berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda. (Effendy:2005:10).

#### Komunikasi Organisasi

Pertukaran informasi atau pertukaran ide dan pikiran yang terjadi antara dua orang atau lebih yang disampaikan oleh penyampai pesan kepada penerima pesan, untuk informasi tersebut dapat merubah sikap dan juga perilaku disebut komunikasi (Andriyani, Darmawan, & Hidayati, 2018). Sekelompok orang yang bekerja sama dan saling bergantung satu sama lain terhadap satu misi dan visi untuk menjadi tujuan bersama disebut organisasi (Duha, 2018).

## Literasi

Literasi dapat diartikan sebagai keaksaraan. Diambil dari bahasa inggris literacy, yang berasal dari bahasa lain litera yang berarti huruf. Dalam pemaknaan secara hurufiah, literasi berarti kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Orang seringkali bisa membaca dan menulis disebut literat, sedangkan mereka yang tidak bisa membaca menulis disebut iletrat atau buta aksara.

Literasi selalu melibatkan keterampilan-keterampilan tertentu, karena ia adalah peristiwa sosial. Literasi dipelukan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan. (Romdhoni , 2013: 90). Litersi sudah mulai digunakan dalam skala yang luas, tetapi merujuk pada kemampuan atau kompetemsi dasar literasi adalah bebas buta aksara. Literasi didapatkan melalui pendidikan. (Setyawan, 2018: 1)

#### Jenis Literasi

Literasi Kesehatan, adalah sebuah kemampuan untuk memperoleh dan mengolah segala hal yang berkaitan dengan kesehatan dan dasar-dasar layanan kesehatan. Literasi Finansial adalah sebuah kempuan dalam mengelola uang, manajeman perhitungan, pengetahuan soal uang, juga berbagai hal yang mencakup keuangan. Literasi Data adalah sebuah kemampuan mengolah dan mendapatkan data, untuk pendalaman informasi dan memehami kompleksitas analisis data. Literasi Kritikal adalah sebuah kemamouan mengalisis teks yang mendasari argumentasi teks, untuk kritis terhadap teks dan fenomena yang terjadi.

#### Indikator Literasi

Literasi dapat diartikan sebagai keaksaraan. Diambil dari bahasa inggris literacy, yang berasal dari bahasa lain litera yang berarti huruf. Dalam pemaknaan secara hurufiah, literasi berarti kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Orang seringkali bisa membaca dan menulis disebut literat, sedangkan mereka yang tidak bisa membaca menulis disebut iletrat atau buta aksara. Sebagai kemampuan membaca dan menulis, literasi juga mempunya makna belajar dan memamahi apa yang di baca. (Kem, 2000: 3)

Literasi selalu melibatkan keterampilan-keterampilan tertentu, karena ia adalah peristiwa sosial. Literasi dipelukan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan. (Romdhoni , 2013: 90). Litersi sudah mulai digunakan dalam skala yang luas, tetapi merujuk pada kemampuan atau kompetemsi dasar literasi adalah bebas buta aksara. Literasi didapatkan melalui pendidikan. (Setyawan, 2018: 1)

#### Definisi Konsepsional

Maka yang menjadi definisi konsepsional pada penelitian ini yaitu strategi adalah sebuah perancanaan yang matang guna menghadapi sebuah keadaan yang tak terduga untuk mengambil tindakan-tindakan. Literasi adalah kemampuan dalam menerima dan merangkai kembali keterampilan menulis. Dalam penelitian ini kemudian objek diteliti menggunakan indikator strategi komunikasi Harold Laswell diantaranya yaitu, Who? (siapakah komunikatornya), Says what? (pesan apa yang dinyatakan), In which channel? (media apa yang digunakan), To whom? (siapa komunikannya) dan With what effect? (efek apa yang diharapkan).

## Metode Penelitian Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mengumpulkan informasi secara mendalam kemudian menggambarkannya secara ilmiah. Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan pada filsafat postpositivisme, penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengacu pada kondisi objek yang alamiah, bukan sebuah eksperimen. Dimana peneliti sebagai instrument kunci melakukan pengumpulan data secara trigulasi, bersifat induktif/kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menerangkan serta menjawab secara terperinci persamalahan yang akan di teliti, dengan mempelajari semaksimal mungkin. Instrument kunci dari penelitian ini adalah manusia dan hasil penulisannya. (Sugiyono, 2016:9)

## Fokus Penelitian

Fokus peneltian adalah rincian aspek dan indikator-indikator yang digunakan untuk membatasi penelitian. Adapun fokus dalam penelitian ini yaitu suesuai indikator strategi komunikasi Harold Laswell diantaranya yaitu:

* + 1. Who? (siapakah komunikatornya)
		2. Says what? (pesan apa yang dinyatakan)
		3. In which channel? (media apa yang digunakan)
		4. To whom? (siapa komunikannya)
		5. With what effect? (efek apa yang diharapkan)

#### Jenis dan Sumber Data

Penelitian kualitatif mempunyai pertimbangan utama pada pengumpulan data karena penelitian ini menggunakan konsep dekspriktif secara mendalam dan peneliti sebagai instrument kunci. Dalam penelitian ini peneliti memilih tekhnik Purposive SamplingData memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah penelitian, kesluruhan proses penelitian bergantung pada data yang digunakan. Penelitian kualitatif mempunyai pertimbangan utama pada pengumpulan data karena penelitian ini menggunakan konsep dekspriktif secara mendalam dan peneliti sebagai instrument kunci.. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu :

1. Data Primer, adapun data ini diperoleh dari objek permasalahan dalam penelitiant. Data ini adalah data yang diperoleh langsung peneliti dari permasalahan yang ada. Merupakan data utama yang peneliti dapatkan dari anggota Tirtonegoro Foundatiion
2. Data Sekunder yaitu data pendukung, adapun data ini diperoleh peneliti dari luar objek penelitian, namun sebagai pendukung analisis dalam penelitian ini.

#### Teknik Pengumpulan Data

Analisis data yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini adalah analisis data milik Miles dan Haberman. Mile dan Haberman mengatakan dalam aktivitas data kulaitatif terbagi menjadi tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2016 : 91).

* 1. Reduksi data adalah proses mengelompokan data dan menyaringnya ke dalam kelas-kelas yang lebih spesifik. Proses ini memudahkan peneliti dalam membedakan dan mengelompokan data. Ketika berada di lapangan data yang di dapatkan pasti akan beragam. Mereduksi artinya merangkum dan memilih, dan merumuskannya.
	2. Observasi, dalam penelitian motede observasi digunakan untuk mengamati aktivitas terhadap sebuah fenomena ataupun permasalahan, guna memperoleh fakta dengan cara mengamati dan meninjau. Analisa pada penelitian ini akan memfokuskan pada strategi komunikasi Yayasan Tirtonegoro Foundation dalam meningkatkan minat literasi di kota Samarinda.
	3. Studi Dokumentasi, adalah sebuah metode menggali data secara sistematis dan objektif. Metode ini sering digunakan untuk mengumpukan data-data dari masa lalu, untuk kemudian di gunakan kembali sebagai element penelitian.

#### Teknik Analisis Data

Analisis data yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini adalah analisis data milik Miles dan Haberman. Mile dan Haberman mengatakan dalam aktivitas data kulaitatif terbagi menjadi tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan-tahapan tersebut menentukan analisis data peneletian, diantaranya sebagai berikut. (Sugiyono, 2016 : 91).

1. Reduksi data adalah proses mengelompokan data dan menyaringnya ke dalam kelas-kelas yang lebih spesifik. Proses ini memudahkan peneliti dalam membedakan dan mengelompokan data. Ketika berada di lapangan data yang di dapatkan pasti akan beragam. Mereduksi artinya merangkum dan memilih, dan merumuskannya.
2. Penyajian data di maksudkan untuk memudahkan pembaca memahami data, yang nantinya akan di teliti dan bagaimana proses berjalannya penelitian. Penyajian data biasanya di lakukan tulisan-tulisan naratif bisa juga dengan menambah bagan, grafik, dan matrik.
3. Kesimpulan atau verivikasi adalah temuan dari penelitian, sifatnya baru dan merupakan temuan yang belum pernah ada sebelumnya. Kesimpulan adalah hasil akhir dari penelitian, biasanya berupa hukum kausalitas .

#### Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Yayasan Tirtonegoro Foundation adalah sebuah yayasan yang bergerak di bidang pendidikan seni dan kebudayaan yang dibentuk pada tahun 2017, di kota Samarinda, Kalimantan Timur oleh keluarga Drs. H. Sutoro Tirtorahardjo MM. Yayasan ini menyediakan tempat belajar formal dan non formal untuk setiap orang, untuk mengembangkan potensi kognitif, afektif, dan psikomotorik, serta mengintegrasikan nilai agama, sosial dan seni. Yayasan Tirtonegoro Foundationmemliki anggota aktif yang tercatat sekitar 12 orang, terdiri dari berbagai bidang pendidikan seni dan kebudayaan. Tujuan dari Yayasan Tirtonegoro Foundation adalah untuk meningkatkan minat dan semangat beajar di dalam diri masyarakat, menyelenggarakan dan merealisasikan kualit7a5s pendidikan yang merata, mensyaiarkan ajaran dan nilai-nilai islam untuk di amalkan, agar dapat menjadi umat yang bertaqwa dan menjaga nilai-nilai pluralisme dan multikuluralisme. Mendirikan sarana pendidikan terpadu untuk mengkader generasi bangsa, agar dapat mencipatakan generasi yang berkualitas yang menjadi pondasi dan tameng generasi bangsa. Memiliki anggoita anak-anak muda dari seluruh Kalimantan Timur yang tergabung untuk pengembangan sosial, program utama dari Yayasan Tirtonegoro Foundation ialah meliputi bidang budaya, sosial, dan Pendidikan. memiliki basecamp di Gunung Lingai Samarinda, Yayasan Tirtonegoro aktif melakukan kegiatan sosial dan edukatif yang banyak di publikasikan melalui situs resmi mereka. (tirtonegorofoundation.com. diakses 27 Maret 2022).

#### Hasil Penelitian

Dalam strategi komunikasi di organisasi Yayasan Tirtonegoro Foundation sendiri sangat penting dalam menyampaikan sebuah tujuan dan informasi. Dalam organisasi sendiri komunikasi mempunyai peran sebagai informasi untuk membujuk kepada masyarakat. Organisasi Yayasan Tirtonegoro Foundation harus memberikan informasi dan mempengaruhi para followers agar bisa menstimulan masyarakat luas tentang pengembangan literasi. Ica mengatakan, perencanaan strategi komunikasi lebih sering dilakukan secara bersama, setelah sebelumnya mendapatkan arahan dari Rahmad Azazi atau Grace Ula, selaku founder dan Co founder mereka.

Key Informan menjelaskan bahwa dalam strategi komunikasi Yayasan Tirtonegoro Foundation, Muhammad Ridho selaku Anggota tim pengembangan literasi yang sebelumnya lebih banyak bertemu dengan eksternal. Hal tersebut, karena Ridho lebih dulu tergabung di Yayasan Tirtonegoro Foundation daripada Ica. Namun dalam satu tahun terakhir, Ridho harus menyelesaikan studinya, sehingga Ica yang sementara menggantikan peran tersebut, di bantu oleh Co Founder mereka Grace Ula.

Dalam perencanaan program pengembangan literasi, menyusun, menentukan, dan bertanggung jawab terhadap bagaimana program berjalan di lakukan oleh tim pengembangan literasi yang di kordinatori oleh Ica, namun ide besar dan arahan program biasanya di cetuskan oleh founder mereka Rahmad Azazi.

Dalam menjalakan strategi komunikasi, strategi yang dijalankan lebih banyak menggunkan sosial media untuk menjangkau masyarakat luas, penggunaan Instagram @titonegorofoundation dan @rumahseni\_tirtonegoro serta website resmi [www.tirtonegorofoundation.com.](http://www.tirtonegorofoundation.com/)

Selaku key informan, Ica juga mengatakan, kolaborasi kegiatan adalah hal yang sering di lakukan Tirtongeoro Foundation. Kegiatan yang berkaitan dengan minat literasi, seperti halnya diskusi literasi, juga event-event yang berkaitan dengan hal tersebut.

Dari wawancara dengan informan pertama, peneliti menemukan sebuah program yang akan dilaksanakan oleh Yayasan Tirtonegoro Foundation. Program ini adalah program yang berkaitan dengan pengembangan kompensi internal Yayasan Tirtonegoro Foundation. Program Bernama “Safari Literasi” dimana teman-teman Tirtonegoro berancana akan melakukan studi tour ke luar daerah untuk berkunjung ke pusat-pusat literasi, seperti halnya Perpustakaan Nasional dan Komunitas-komunitas literasi yang sudah cukup punya nama di Indonesia. Program ini, menurut Ica juga sebagai sebuah persiapan menghadapi tantangan IKN, agar Tirtonegoro tetap eksis dan terus berdedikasi.

**PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai “StrategiKomunikasi Tirtonegoro Foundation dalam meningkatkan minat literasi di Kota Samarinda. Dalam ilmu manajemen strategi biasa disebut stategik, di dalam organisasi stategik memiliki arti kiat, cara, atau juga taktik utama yang dibuat secara matang dan sistematis guna melaksanakan fungsi manajemen yang terarah kepada tujuan organisasi. (Nawawi, 2012: 147).

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Secara garis besar komunikasi merupakan kebutuhan hakiki bagi kehidupan manusia. Banyak orang berpendapat bahwa salah satu alasan mengapa kita berkomunikasi adalah untuk memperoleh informasi dan mengetahui terhadap suatu yang menarik perhatian kita, sekaligus berinteraksi dengan orang lain. Dalam kehidupan manusia, komunikasi memegang peranan yang sangat penting, karena komunikasi merupakan wahana utama dari kegiatan dan kehidupan manusia sehari-hari. Komunikasi menjadi sebuah alat hidup bagi kepentingan manusia, karena manusia adalah makhluk sosial atau makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri, tetapi ia senantiasa memerlukan dan membutuhkan bantuan orang

berdiri sendiri, tetapi ia senantiasa memerlukan dan membutuhkan bantuan orang lain. Manusia antara yang satu dengan yang lainnya selalu mengadakan hubungan dan kerjasama untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing sebagaimana dikemukakan oleh Rahmat (1997:54) yang mengatakan bahwa komunikasi selalu hadir dalam bidang kehidupan manusia, karena merupakan faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan hubungan antara manusia. Melalui komunikasi manusia dapat mengadakan tukar menukar pengetahuan dan pengembangan kerjasama.

Model strategi komunikasi milik Philip Lesly diperkenalkan oleh Philip Lesly pada tahun 1972, ini merupakan sebuah model yang menjelaskan alur strategi komunikasi yang terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi dan publik. Organisasi dan publik yang dimaksud yaitu, organisasi yang menggerakan kegiatan, dan publik ialah sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat enam tahapan, sedangkan publik memiliki dua tahapan. Dua komponen utama ini yang menentukan bagaimana strategi komunikasi berjalan. (Cangara, 2013:70).

Yayasan Tirtonegoro Foundation adalah sebuah organisasi yang salah satun programnya bergerak di bidang Pendidikan literasi. Yayasan ini menyediakan tempat belajar formal dan non formal untuk setiap orang, untuk mengembangkan potensi kognitif, afektif, dan psikomotorik, serta mengintegrasikan nilai agama, sosial dan seni. Yayasan Tirtonegoro Foundation memliki anggota aktif yang tercatat sekitar 12 orang, terdiri dari berbagai bidang pendidikan seni dan kebudayaan.

Menurut Assifi dan French, Komunikasi yang benar adalah yang berorientasi pada khalayak. Bukan sebaliknya, yang sering menjadi kesalahan dalam banyak program, yang orientasinya lebih banyak pada komunikator. Pada hal segala sesuatunya nanti benar-benar tergantung pada keputusan yang diambil oleh khalayak. Jika mereka tertarik pada pesan yang disampaikan, ada harapan mereka akan berminat terhadap gagasan yang disampaikan. Jika kemudian mereka yakin akan manfaatnya, besar harapan konsep yang disampaikan melalui program komunkasi akan berterima pada diri khalayak.

Dalam tahap perencanaan program pelaksanaan, telah ditetapkan apa dan bagaimana sumbuer daya yang akan di digerakan. Hal-hal itu kemudian mencakup tenaga, dana, juga fasilitas. Sedangkan dalam thap komunikasi, kegiatan yang harus dilakukan yakni menyebarkan informasi baik melalui media massa ataupun juga saluran komunikasi yang lainnya. (Cangara, 2013:10). Dalam komponen Yayasan Tirtonegoro Foundation, menggunakan tenaga spesialis dari internal mereka sendiri, yang telah dibagi perdivisi, salah satunya yaitu divisi Pendidikan pengembangan literasi. Dalam menyebarluaskan kegiatan dilakukan melalui sosial

bukan anggota organisasi, anggota lama, orang yang membutuhkan laporan. Komunikan dalam penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian yaitu stake holder layaknya komunitas-komunitas lain dan juga pemerintah.

Efek apa yang diharapkan (With what effect?) Ini ialah indikator yangberhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup Pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam mema hami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadinya perbedaan persepsi, ingin menunjukan arah dari pesan, memberikan pesan yang dimaksud, bertambahnya persepsi baru yang sesuai, bertambahnya persepsi baru yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada pencapaian tujuan bersama dengan pesan yang sama, berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda. (Effendy:2005:10). Berdasarkan hasil penelitian, efek yang diharapkan melalui strategi komunikasi tersebut yaitu terciptanya sinergitas para penggiat literasi, baik itu Yayasan, organisasi, ataupun pemerintah.

Dalam komponen organisasi, baik itu pengelolaan kegiataan, lembaga, perusahaan, ataupun pemerintahan, swasta ataupun sosial. Organisasi memerlukan tenaga spsesialis yang mampu menangangi masalah-masalah, utamanya masalahkomunikasi. Langkah awal untuk mendiagnosa, kemudian cara yang diambil, kemudian perumusan tindakan akan selalu mencakup strategi yang digunakan.

Dalam tahap perencanaan program pelaksanaan, telah ditetapkan apa dan bagaimana sumbuer daya yang akan di digerakan. Hal-hal itu kemudian mencakup tenaga, dana, juga fasilitas. Sedangkan dalam thap komunikasi, kegiatan yang harus dilakukan yakni menyebarkan informasi baik melalui media massa ataupun juga saluran komunikasi yang lainnya. (Cangara, 2013:10). Dalam komponen Yayasan Tirtonegoro Foundation, menggunakan tenaga spesialis dari internal mereka sendiri, yang telah dibagi perdivisi, salah satunya yaitu divisi Pendidikan pengembangan literasi. Dalam menyebarluaskan kegiatan dilakukan melalui sosial media dan situs resmi mereka yaitu @Tirtonegorofoundation @Rumahsenitirtonegoro dan www.tirtonegorofoundation.

Dalam proses strategi komunikasi disebutkan pentingnya mengidentifikasi khalayalak melalui penelitian formatif untuk menilai pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, jaringan sosial, kebutuhan, aspirasi dan tingkat efektivitas diri yang mempengaruhi perilaku mereka. Analisis khalayak juga dimaksudkan untuk melakukan telaah terhadap demografi, epidemiologi, sosiologis, studi yangrelevan ekonomi dan lainnya. Yayasan Tirtonegoro Foundation melihat khalayak menjadi stake holder mereka untuk Bersama kolaborasi meningkatkan minat literasi di kota Samarinda. Kolaborasi Bersama dengan penggiat literasi lain, menyatukan persepsi dengan pemerintah melalui event-event yang di jalankan.

Salah satu program yang sedang Yayasan Tirtonegoro Foundation, adalah safari literasi guna menghadapi tantangan IKN di Kalimantan Timur. Harold Lasswell menjelaskan indikator strategi komunikasi meliputi, who, says what, in wich channel, to whom, dan with what effect, Siapakah komunikatornya (Who?). Ini ialah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup kepercayaan diri, kreadibilitas, terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras,penuh perhitungan logika dan rasional, selalu mawas diri. Dalam penelitian ini kemudian, yang mencakup unsur who atau komunikator adalah, dalam meingkatkan minat literasi di samarinda arahan program berasal dari founder Yayasan Tirtonegoro Foundation dan tim divisi pengembangan literasi.

Pesan apa yang dinyatakan (Says what?) Ini ialah indikator yang berhubungan dengan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup benar, autentik, rasional, terukur, banyak, valid, reliable, cepat, jelas sumbernya, selalu menjadi sumber pemerkaya pesan lainnya. Dalam penelitian ini kemudian, yang mencakup unsur pesan adalah, visi organisasi Yayasan Tirtonegoro Foundation, yaitu ”Menjadi yayasan yang memiliki sumber daya manusia bermutu (Pioneer, Innovative, Dedicates, Loyality) bermanfaat bagi masyarakat serta memilki jiwa seni.”

Media apa yang digunakan (In which channel?) Ini ialah indikator yang berhubungan dengan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual diam, visual gerak, audio, audio visual. Dalam penelitian ini kemudian media yang digunakan tim pengembangan literasi untuk meningkatkat minat literasi di kota samarinda adalah lewat kegiatan kolaborasi dan situs media sosial resmi mereka.

Siapa komunikannya (To whom?). Ini ialah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup personal, kelompo terbatas, masyarakat luas, lawan tujuan, pertemanan dalam satu tujuan, anggota baru, bukan anggota organisasi, anggota lama, orang yang membutuhkan laporan. Komunikan dalam penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian yaitu stake holder layaknya komunitas-komunitas lain dan juga pemerintah.

Model strategi komunikasi milik Philip Lesly diperkenalkan oleh Philip Lesly pada tahun 1972, ini merupakan sebuah model yang menjelaskan alur strategi komunikasi yang terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi dan publik. Organisasi dan publik yang dimaksud yaitu, organisasi yang menggerakan kegiatan, dan publik ialah sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat enam tahapan, sedangkan publik memiliki dua tahapan. Dua komponen utama ini yang menentukan bagaimana strategi komunikasi berjalan. (Cangara, 2013:70). Yaitu Yayasan Tirtonegoro Foundation.

eJournal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 4 , 2022 : 140-154

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Setelah Setelah melakukan penelitian terhadap strategi Komunikasi Organisasi yang dillakukan Yayasan Tirtonegoro Foundation Dalam Meningkatkan Minat Literasi di Kota Samarinda, maka kesimpulan yang didapatkan yaitu :

1. Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation memiliki komunikator Muhammad Ridho selaku tim divisi pengembangan literasi, dan Grace Ula selaku Co Founder151 Yayasan Tirtonegoro Foundation.
2. Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation memiliki pesan yang disesuaikan dengan visi mereka yaitu, Menjadi yayasan yang memiliki sumber daya manusia bermutu (Pioneer, Innovative, Dedicates, Loyality) bermanfaat bagi masyarakat serta memilki jiwa seni.
3. Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation memiliki pesan yang disesuaikan dengan visi mereka yaitu, Menjadi yayasan yang memiliki sumber daya manusia bermutu (Pioneer, Innovative, Dedicates, Loyality) bermanfaat bagi masyarakat serta memilki jiwa seni.
4. Dalam program meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro
5. Foundation selain masyarakat luasm focus utamanya menyasar komunitas literasi lain dan juga pemerintah.
6. Dalam rogram meningkatkan literasi di kota samarinda Yayasan Tirtonegoro Foundation mengingkan terjadinya sinergitas antar seluruh pelaku literasi khsusunya di kota Samarinda

***Saran***

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang kemudian dapat disampaikan adalah :

1. Yayasan Tirtonegoro Foundation sebagai sebuah organisasi yang sudah mempunyai kegiatan rutin dan stabil, diharapkan menambah perekrutan anggota. Sehingga terjadi regenerasi dalam menjalankan program strategi komunikasi meningkatkatkan minat literasi di kota Samarinda lebih dapat maksimal.
2. Yayasan Tirtonegoro Foundation lebih banyak melakukan sosialisasi secara langsung, tidak hanya melalui event-event yang diadakan, sehingga peningkatan dan kesadaran akan literasi lebih terfokus di sebarkan.
3. Pemerintah lebih memberi perhatian kepada organisasi ataupun komunitas yang focus membangun terkait literasi, sehingga minat literasi dapat berkembang secara massif dan merata.

#### Daftar Pustaka

Abdullah. 2010. Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek.

Malang. UMM Press

Akdon. 2011. Strategic Management For Educational Management (Manajemen Bandung.Strategik untuk Manajemen Pendidikan), Bandung. Alfabeta.

Akhmad Subkhi dan Moh. Jauhar, 2013. Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi, Jakarta. Prestasi Pustaka

Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2010. Dasar-Dasar Public Relations.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Bandung: Remaja RosdakaryaAli Romdhoni, 2013. Al-Qur’an dan Literasi. Depok.

Literatur Nusantara.

Cangara, Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta. Raja Grafindo

Ismail Nawawi. 2008. Manajemen Strategik Sektor Publik. Jakarta. Salemba Empat Mulyana, Deddy. 2001. Komunikasi Organisasi. Bandung. Remaja Rosdakarya Muhammad, Arni. 2007. Komunikasi Organisasi. Jakarta. Bumi Aksara

Pace R. Wayne dan Faules Don F, 2010. Komunikasi Organisasi.

StrategiMeningkatkan Kinerja Perusahaan,. PT Remaja Rosdakarya. Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. **Website :**

Dokumentasi kegiatan dan profil Yayasan Tirtonegoro Foundation. https://tirtonegorofoundation.com. diakses 27 Maret 2022

Tingkat Literasi Indonesia Memprihatinkan, Kemenko PMK Siapkan Peta Jalan Pembudayaan Literasi Nasional. https://Kominfo.go.id. diakses 25 Maret 2022

KALTIM PERINGKAT 4 INDEKS LITERASI MEMBACA DI INDONESIA.

Selasar.co. Diakses 26 Maret 2022.

Setyawan, Ibnu Aji. 2018.Kupas Tuntas Jenis dan Pengertian Literasi.

Online:gurudigital.id.

# Skripsi :

Junaidi, 2013. Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. UIN Alaiudin Makasar.

Melinda Situmorang, Tengku. 2017. Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintahan Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan

eJournal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 4 , 2022 : 140-154

Pemberian BeasiswaMoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negri Sumatra Utara. UIN Sumatera Utara.

Anggraina, Widya Rezky.2018. Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar. UIN Alaiudin Makasar.