

## Strategi Komunikasi dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak

Ricky Rizki Setiawan\*, Dede Lilis Chaerowati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*rickyrizkisetiawan24@gmail.com, dede.lilis@unisba.ac.id

**Abstract.** The Sahabat Anak Tasikmalaya Community (KASA) is a community consisting of a collection of Tasikmalaya students who are concerned about the protection of children's rights. KASA acts as the actualization and assistance of the Komisi Perlindungan Anak Daerah (KPAD) Tasikmalaya, which is engaged in the protection of children's rights, especially in the field of advocacy and preventive efforts. The child rights protection program is the main program owned by KASA Tasikmalaya. In this case, KASA can help socialize to the community and educate children about the protection of children's rights. The method chosen by the researcher is a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques used in this study were through interviews, observation, documentation, literature study and internet sources. The results of the research from the communication strategy of the 'Sahabat Anak' Community in socializing the child rights protection program, namely (1) The strategy to recognize the audience carried out by the Sahabat Anak Tasikmalaya Community is that they are children aged 0 to 18 years and parents who have children, (2) The Sahabat Anak Tasikmalaya Community uses the concept of AIDDA in compiling messages, (3) the Sahabat Anak Tasikmalaya Community conveys messages using repetition, informative, persuasive, and educative methods, (4) the Sahabat Anak Tasikmalaya Community in the selection and use of media using pamphlets, and using new media/internet, namely Instagram and Facebook, (5) The communication strategy is a supporting factor for the socialization process because the delivery of messages is more regular and can also convey messages on target according to the objectives of the Tasikmalaya Children's Friends Community. interviewed, namely the leader of the 'sahabat anak' community and the community secretary of 'sahabat anak'

**Keywords:** *Strategy Communication, Sahabat Anak.*

**Abstrak.** Komunitas Sahabat Anak (KASA) Tasikmalaya merupakan komunitas yang terdiri dari kumpulan mahasiswa Tasikmalaya yang memiliki kepedulian terhadap perlindungan hak anak. KASA berperan sebagai aktualisasi dan asistensi Komisi Perlindungan Anak Daerah (KPAD) Tasikmalaya yang bergerak dalam bidang perlindungan hak anak, khususnya di bidang advokasi dan upaya preventif. Program perlindungan hak anak merupakan program utama yang dimiliki oleh KASA Tasikmalaya. Dalam hal ini KASA dapat membantu menyosialisasikan kepada masyarakat dan mengedukasi kepada anak-anak mengenai perlindungan hak anak. Metode yang dipilih oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi kepustakaan dan sumber internet. Hasil penelitian dari strategi komunikasi Komunitas 'Sahabat Anak' dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak, yaitu (1) Strategi mengenal khalayak yang dilakukan Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya merupakan mereka anak-anak usia 0 sampai 18 tahun dan orang tua yang memiliki anak, (2) Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya menggunakan konsep AIDDA dalam Menyusun pesan, (3) Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya menyampaikan pesan menggunakan metode repetition, informatif, persuasif, dan edukatif, (4) Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya dalam seleksi dan penggunaan media menggunakan pamflet, dan menggunakan media baru/internet yaitu Instagram dan Facebook, (5) Strategi komunikasi menjadi faktor pendukung proses sosialisasi karena penyampaian pesan lebih teratur dan juga dapat menyampaikan pesan tepat sasaran sesuai dengan tujuan dari Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Komunitas Sahabat Anak*

## A. Pendahuluan

Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya atau disingkat KASA Tasikmalaya merupakan komunitas yang terdiri dari kumpulan mahasiswa Tasikmalaya yang memiliki kepedulian terhadap perlindungan anak. KASA membantu KPAD Tasikmalaya untuk membantu mengurangi angka pelanggaran hak anak dengan memberikan sosialisasi secara langsung kepada orangtua dan anak-anak. Hal ini langkah yang sangat efektif dilakukan demi mengurangi angka pelanggaran hak anak di Tasikmalaya.

Program perlindungan hak anak merupakan program utama yang dimiliki oleh KASA Tasikmalaya. Dalam hal ini KASA dapat membantu menyosialisasikan kepada masyarakat khususnya orang tua dan mengedukasi kepada anak-anak mengenai perlindungan hak anak melalui secara tatap muka langsung dengan orang tua dan anak-anak. Program ini dibuat karena dengan sering adanya permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh anak-anak yaitu pelanggaran hak anak.

Saat ini dunia sedang mengalami masa sulit dengan menghadapi wabah virus yang sangat mematikan yaitu Covid-19. Pandemi Covid-19 adalah krisis kesehatan yang bermula pada tahun 2019 hingga saat ini. Banyak sekali dampak negatif yang dihasilkan dari adanya wabah Covid-19 diantaranya seperti pada sektor ekonomi, pendidikan, pekerjaan, politik, dan lain sebagainya. Banyaknya masyarakat mengalami masa yang sulit sehingga berdampak terhadap kasus-kasus pelanggaran terhadap anak selama pandemi Covid-19.

Akibat adanya wabah virus ini pun menjadikan adanya peraturan mengurangi beberapa aktifitas yang dilakukan bertatap muka seperti pekerjaan yang sekarang dilaksanakan *work from home* (WFH), sekolah menjadi virtual, tempat-tempat umum tutup, dan lain sebagainya. KASA Tasikmalaya mendapatkan dampak tersebut. Akibat dengan dilarangnya aturan pemerintah yang melakukan aktifitas bertatap muka serta berkerumun, yang mengakibatkan KASA harus memikirkan bagaimana proses sosialisasi atau bahkan membantu melayani korban kasus anak yang mengalami kenaikan kasus di masa pandemi ini.

KASA melakukan perundingan untuk memperbaiki dan menyusun strategi dalam mengoptimalkan pelaksanaan program agar tetap dilaksanakan. KASA melakukan pemberhentian aktifitas pada bulan Desember 2019 hingga Maret 2020, hal ini dilakukan karena untuk menyusun kembali strategi yang akan dilakukan oleh komunitas dalam menjalankan program tersebut. Dibutuhkannya strategi komunikasi yang efektif supaya tujuan utama komunitas yaitu melakukan sosialisasi perlindungan hak anak berlangsung dengan baik dan maksimal. KASA melakukan perundingan untuk memperbaiki dan menyusun strategi dalam mengoptimalkan pelaksanaan program agar tetap dilaksanakan. KASA melakukan pemberhentian aktifitas pada bulan Desember 2019 hingga Maret 2020, hal ini dilakukan karena untuk menyusun kembali strategi yang akan dilakukan oleh komunitas dalam menjalankan program tersebut. Dibutuhkannya strategi komunikasi yang efektif supaya tujuan utama komunitas yaitu melakukan sosialisasi perlindungan hak anak berlangsung dengan baik dan maksimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana strategi komunikasi komunitas ‘sahabat anak’ dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

Untuk mengetahui strategi mengenal khalayak yang dilakukan Komunitas ‘Sahabat Anak’ dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak.

Untuk mengetahui strategi menyusun pesan yang dibuat Komunitas ‘Sahabat Anak’ dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak.

Untuk mengetahui strategi menetapkan metode yang dipilih Komunitas ‘Sahabat Anak’ dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak.

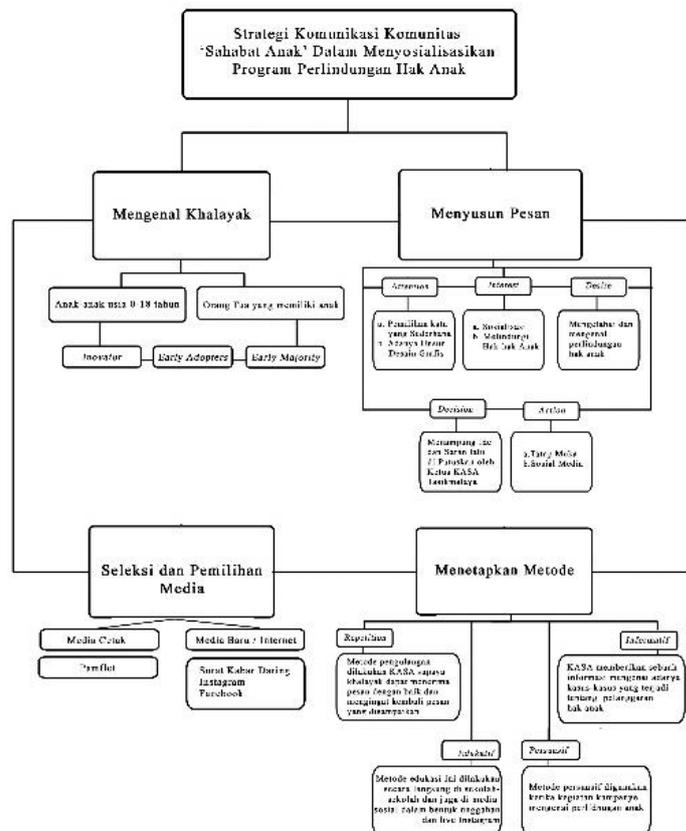
Untuk mengetahui strategi seleksi dan penggunaan media yang dipilih Komunitas ‘Sahabat Anak’ dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak.

Untuk mengetahui alasan Komunitas ‘Sahabat Anak’ menjadikan strategi komunikasi menjadi faktor pendukung dalam menyosialisasikan program perlindungan hak anak.

**B. Metodologi Penelitian**

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, subjek penelitian Ketua Komunitas, Sekretaris Komunitas, dan Anggota Komunitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Observasi, Wawancara, Studi kepustakaan, Sumber Internet dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi kesimpulan. Uji Keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Triangulasi sumber (data). “Dalam studi kasus kualitatif minatnya ialah pada intrinsik, sehingga peneliti bertujuan untuk memahami apa yang penting dari sebuah kasus dari perspektif from within, yang berlawanan dengan perspektif outsider” (Mills, Durepos, dan Wiebe, dalam Chaerowati, 2018: 96).

**C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**



**Gambar 1.** Bagan Analisis Data

**Strategi Mengetahui Khalayak yang dilakukan Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya Dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak**

Pada tahap proses komunikasi ini, memiliki kepentingan yang sama antar komunikator dan juga komunikaes. Karena apabila tidak adanya kepentingan yang sama, maka komunikasi itu tidak akan berlangsung. Dalam berlangsungnya komunikasi seorang komunikator harus menciptakan adanya kesamaan dalam kepentingan dengan khalayaknya, agar terciptanya hasil yang positif. Kesamaan itu dilihat dari bentuk pesannya, lalu metodenya, dan juga media yang digunakannya.

Menganalisis khalayak merupakan langkah awal untuk menjadikan siapa sasaran dari komunikasi yang akan dilakukan. Dikutip dari Anwar Arifin dalam bukunya “Strategi Komunikasi” (2010:60) yang mengklasifikasi khalayak menurut Schoenfeld antara lain:

1. *Inovator* atau penemu ide yaitu orang yang kaya akan sebuah ide baru, dan juga karenanya mudah atau sukar dalam menerima ide baru orang lain.
2. *Early adopters* atau sebuah barang yang cepat bersedia untuk mencoba apa yang

- dianjurkan kepadanya.
3. *Early majority* atau kelompok orang yang mudah sekali untuk menerima ide-ide baru asal saja sudah diterima oleh orang banyak.
  4. *Majority* atau kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak ide baru, terbatas pada suatu daerah.
  5. *Non-adopters* atau orang-orang yang tidak menyukai apabila menerima suatu ide baru dan mengadakan perubahan-perubahan atas pendapatnya semula.

Dari penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dan juga observasi, bahwa peneliti menemukan sebuah analisis khalayak yang dilakukan KASA Tasikmalaya itu berdasarkan dengan tujuan dari program perlindungan hak anak itu sendiri. Anggota KASA Tasikmalaya menjadi komunikatornya dan anak-anak berusia 0-18 tahun, serta orang tua yang memiliki anak merupakan khalayak dari KASA Tasikmalaya. Apabila diklasifikasikan berdasarkan khalayak yang dikemukakan oleh Schoenfeld, bahwa khalayak dari KASA Tasikmalaya termasuk kedalam *Inovator*, *Early Adopters*, dan *Early Majority*

Hal ini dikarenakan pada *Inovator*, khalayak KASA Tasikmalaya memiliki kemudahan dalam menerima pesan yang disampaikan. Sedangkan dalam *Early Adopters* dan *Early Majority* yaitu khalayak KASA Tasikmalaya dapat terpengaruhi oleh komunikator dengan terbukti adanya perubahan yang dilakukan oleh para khalayak

Dari penjelasan diatas bahwa yang menjadi penemu ide adalah anggota KASA Tasikmalaya yang memiliki peranan penting dalam berlangsungnya sosialisasi yang dilakukan KASA Tasikmalaya. Ada beberapa khalayak yang kita tidak perlu melakukan sosialisasi tapi sudah menjalankan dan mengetahui mengenai perlindungan hak anak. Khalayak yang awalnya tidak mengetahui mengenai informasi perlindungan anak menjadi tahu. Proses sosialisasi ini diperuntukan semua kalangan masyarakat namun fokus pada anak dan orang tua.

### **Strategi Menyusun Pesan yang dilakukan Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya Dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak**

Pada strategi pesan, menjadi syarat utama dalam mempengaruhi khalayak. Seperti yang sudah dibahas di bab sebelumnya bahwa langkah awal untuk mendapatkan suatu komunikasi yang efektif adalah dengan menyampaikan sebuah pesan untuk munculnya perhatian dari khalayak. Hal tersebut sesuai dengan AIDDA yaitu rumus klasik yang terdiri dari Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action.

1. Attention (Perhatian)
 

Dalam membangkitkan perhatian terhadap kegiatan sosialisasi yang dilakukan KASA Tasikmalaya yaitu dengan memilih kata perkata dalam proses sosialisasi secara langsung maupun tidak. Karena dengan pemilihan kata tersebut yang menjadikan sebuah pesan yang dilakukan KASA Tasikmalaya akan menjadi pesan yang menarik. Selain itu KASA Tasikmalaya membuat perhatian dengan menyusun pesan yang menarik pada unggahan di media sosialnya dengan menambahkan unsur gambar atau animasi grafis yang membuat tampilan pesan begitu menjadi perhatian khalayak dan memperhatikan dalam pemilihan kata-kata yang sederhana dan mudah
2. Interest (minat dan kepentingan)
 

Untuk menumbuhkan minat dan juga kepentingan, maka para anggota KASA Tasikmalaya selalu mengadakan pertemuan. Hal ini dilakukan agar mempertahankan apa yang telah dibangun dan tujuan dari terbentuknya KASA Tasikmalaya ini. Karena awal mula pembentukan komunitas ini karena adanya kegiatan yang dilakukan oleh KPAD Tasikmalaya untuk para mahasiswa di Tasikmalaya, sehingga awal terbentuknya setiap anggota tidak memiliki minat serta kepentingan yang sama dan juga adanya beberapa anggota yang mengundurkan diri. Namun dengan berjalanya waktu dan terbentuklah komunitas ini dengan memiliki minat dan juga kepentingan yang sama yaitu terhadap perlindungan hak-hak pada anak di Tasikmalaya. Minat dan juga kepentingan tersebut diwadahi dengan bentuk sosialisasi KASA Tasikmalaya tentang perlindungan anak
3. Desire (hasrat)
 

Maksud dari Hasrat itu sendiri yaitu adanya ketertarikan seseorang terhadap sesuatu.

Dalam hal ini bahwa khalayak memiliki hasrat untuk mengetahui dan mengenal tentang perlindungan hak anak, ini terlihat dari adanya respon yang baik dari khalayak terhadap KASA Tasikmalaya saat proses sosialisasi. Selain itu dapat dilihat dari pengikut media sosial pada akun Instagram mencapai 1.051 pengikut pada bulan Juli 2020, yang mana dapat disimpulkan bahwa khalayak memiliki hasrat untuk mengetahui lebih dalam sosialisasi yang dilakukan KASA Tasikmalaya.

4. Decision (keputusan)  
Decision merupakan sebuah langkah yang diambil seseorang dalam menetapkan suatu hal yang diinginkannya. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh KASA Tasikmalaya, tidak mengalami kesulitan. Sebab para anggota komunitas memiliki kepentingan, minat, serta tujuan yang sama. Namun dalam prosesnya tetap ada seorang ketua yang menentukan keputusan akhirnya. Dalam mengambil keputusan ini, pada awalnya dilakukan dengan menampung ide dan juga saran oleh anggota komunitas.
5. Action (Tindakan)  
Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu merupakan definisi dari action. Anggota KASA Tasikmalaya melakukan tindakan dengan melakukan penyebaran pesan kepada sasaran komunitas yaitu khalayak. Khalayak disini sudah dijelaskan sebelumnya yaitu orangtua dan anak-anak. Selain itu, KASA mengajak masyarakat untuk selalu melindungi hak-hak perlindungan terhadap anak. Tindakan yang dilakukan KASA pun dilakukan secara tatap muka dan juga online melalui media sosial. KASA Tasikmalaya membuat sebuah pesan yang terstruktur dan juga mengangkat tema yang berbeda-beda, sesuai dengan isu yang sedang diperbincangkan melalui media sosial mengenai perlindungan hak anak. Sehingga pesan tersebut mampu diterima oleh khalayak.

### **Strategi Menetapkan Metode yang dipilih Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya Dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak**

Pada tahapan strategi komunikasi, ini merupakan tindakan yang dilakukan KASA Tasikmalaya dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan sebuah metode, diantaranya:

1. Metode Repetition (pengulangan). Dalam metode ini KASA Tasikmalaya melakukan proses penyampaian pesan dengan cara yang diulang-ulang. Artinya, yang diulang-ulang adalah pesan dengan tema yang sama namun khalayak yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan karena dengan berbagai alasan. Seperti dalam satu minggu atau lebih sedang hangatnya kasus tertentu yang menjadikan adanya proses sosialisasi atau advokasi dilakukn dengan tema yang sama namun dengan khalayak yang berbeda. Selain itu, agar khalayak dapat mengingat kembali atas apa yang sudah disampaikan. Berikut beberapa kegiatan sosialisasi yang dilakukan pengulangan.
2. Metode Infromatif merupakan bentuk dari isi pesan, yang memiliki tujuan supaya dapat mempengaruhi khalayak dengan memberikan sebuah jalan penerangan. Dalam metode ini, KASA Tasikmalaya melakukan dengan menyampaikan pesan yang memberikan informasi, sosialisasi, dan juga memotivasi. Informasi yang disampaikan oleh KASA Tasikmalaya, dilakukan hanya di media sosial, dengan memberikan sebuah informasi mengenai kasus pelanggaran hak anak di Tasikmalaya dan juga selalu memberikan sebuah informasi kegiatan yang dilakukan komunitas. Sedangkan untuk sosialisai, ini sudah jelas setiap aktifitasnya dilakukan sosialisasi kepada khalayak melalui tatap muka dan juga media sosial. Untuk motivasi dilakukan setiap diakhir proses penyampaian pesan, komunitas memebrikan salam dengan memberikan sebuah motivasi semangat. Hal tersebut juga dilakukan oleh komunitas dalam memberikan motivasi di halaman media sosial.
3. Metode Persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi dengan cara membujuk. Metode ini digunakan KASA Tasikmalaya dalam proses sosialisasinya, bujukan ini dilakukan supaya khalayak untuk tetap memperhatikan hak-hak anak. Selain itu, kegiatan KASA Tasikmalaya yang menggunakan metode persuasif yaitu dalam kegiatan kampanye yang pertama kali dilakukan oleh komunitas. Kampanye ini dilakukan di

- Taman Kota Tasikmalaya, dengan mengajak masyarakat untuk peduli terhadap anak.
4. Metode Edukatif pada kegiatan sosialisasi KASA Tasikmalaya digunakan untuk memberikan sebuah pemahaman tentang hak-hak terhadap anak kepada sasaran khalayaknya. Kegiatan ini dilakukan supaya dengan memberikan pemahaman mengenai hak-hak anak dan pentingnya melindungi hak anak ini dapat mengurangi adanya pelanggaran terhadap anak. Metode edukasi ini dilakukan secara langsung di sekolah-sekolah dan juga di media sosial dalam bentuk unggahan dan live Instagram.

### **Strategi Seleksi dan Penggunaan Media yang dilakukan oleh Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya Dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak**

Media memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyaluran sebuah informasi. Dengan menggunakan media, komunikasi menjadi mudah tanpa mengharuskan seorang komunikator menemui khalayaknya satu persatu. KASA Tasikmalaya baru menyadari dengan hadirnya media sangat membantu proses komunikasinya, apalagi dengan adanya pandemi yang aktifitas secara langsung atau tatap muka dikurangi. Lalu media apa saja yang dipilih KASA Tasikmalaya dalam membantu proses sosialisasi program perlindungan hak anak:

1. Media Cetak dipilih oleh KASA Tasikmalaya sebagai alat sosialisasinya. Ketika adanya sosialisasi yang berlokasi di sekolah-sekolah, KASA mempersiapkan selain topik yang akan dibahas dalam sosialisasinya, tetapi juga mempersiapkan pamflet yang berisi tentang informasi dan juga edukasi mengenai hak-hak anak. Pamflet tersebut di tempel di dinding-dinding sekolah supaya khalayak yang di tuju yaitu anak-anak membaca pamflet tersebut. Tentunya pamflet ini dikemas dengan baik dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami anak juga adanya sentuhan desain grafis dan pemilihan warna yang menarik. Hal ini dilakukan oleh KASA supaya anak-anak menjadi terfokus pada pamflet tersebut untuk membaca dan memahaminya. Kekurangan dari proses sosialisasi dalam bentuk media cetak itu sendiri yaitu, butuhnya dana yang cukup untuk mencetak beberapa pamflet dan juga tidak adanya anggota yang memiliki kemampuan dalam mendesain grafis untuk membuat pamflet, makanya desain yang ditampilkan masih seadanya. Hasil dari desain yang dibuat selain dicetak tetapi juga diunggah di media sosial. Pamflet menjadi satu-satunya media cetak yang dipilih oleh KASA Tasikmalaya.
2. Media Baru / Internet. Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat luar biasa, menjadikan proses komunikasi sangat berkembang dan juga mudah. Media baru yang dipakai oleh KASA Tasikmalaya menggunakan beberapa platform media baru, diantaranya:
  - a. Surat Kabar Daring, KASA Tasikmalaya melakukan kerjasama dengan beberapa portal berita online untuk membuat berita mengenai aktifitas ketika sosialisasi program itu berjalan. Portal berita yang melakukan kerjasama dengan komunitas adalah PikiranRakyat Tasikmalaya, yang sudah memuat beberapa berita mengenai aktifitas yang dilakukan KASA. Hal ini sangat membantu dalam eksistensi dari komunitas itu sendiri.
  - b. Instagram menjadi platform yang banyak khalayak menggunakannya. Alasan utama KASA Tasikmalaya menggunakan platform ini adalah karena tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal, banyaknya fitur-fitur yang ada, dan yang terakhir karena banyak khalayak yang menggunakan platform Instagram. Sehingga adanya Instagram yang menjadikan proses sosialisasi di media sosial berjalan dengan baik. KASA Tasikmalaya membuat beberapa konten untuk mengaktifkan proses sosialisasi kepada khalayak. Proses sosialisasi yang dilakukan melalui platform ini, KASA memanfaatkan fitur live yang menjadikan itu satu-satunya cara sosialisasi secara langsung. Lalu konten desain grafis yang dibuat harus dibuat semenarik mungkin. Instagram KASA dibuat semenarik mungkin dengan dibuat serapih mungkin setiap unggahannya. Hal ini akan membuat menarik khalayak untuk mengikuti akun Instagram tersebut.
  - c. Facebook. KASA Tasikmalaya menggunakan facebook masih terbilang baru,

awalnya hanya menggunakan Instagram saja. Namun ketika mengingat bahwa sasaran utama dari proses sosialisasi ini adalah orangtua dan anak-anak, sementara facebook adalah salah satu platform yang banyak dipakai oleh orangtua.

- d. Akhirnya KASA Tasikmalaya menggunakan facebook sebagai media sosial yang kedua dalam proses sosialisasi. Karena penggunaan Facebook ini baru, sehingga respon atau khalayak yang mengunjungi akun Facebook pun tidak begitu banyak yang mengakses. Ini menjadi masukan untuk komunitas untuk mengelola dengan baik Facebook ini. Dalam unggahannya sama dengan dengan Instagram yaitu sosialisasi dalam bentuk desain grafis, yang membedakan hanya tidak dilaksanakannya sosialisasi secara live seperti di Instagram. Namun kelebihan dari Facebook ini yaitu adanya fitur fanpage yang dimana ini sangat berguna bagi komunitas yang nantinya bisa berkomunikasi lebih dekat dengan khalayak.

### **Strategi Komunikasi menjadi Faktor Pendukung Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya Dalam Menyosialisasikan Program Perlindungan Hak Anak**

Dalam menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak sangat membutuhkan sebuah alat yang membantu proses komunikasi untuk mempermudah dan menjadi efektif demi mendapatkan jangkauan yang luas, yaitu dengan adanya sebuah media. Hal tersebut juga dilakukan oleh KASA Tasikmalaya dalam sebuah strategi komunikasi yang dilakukan. Pemilihan strategi komunikasi untuk melaksanakan proses komunikasi adalah langkah yang sangat tepat bagi sebuah kelompok atau komunitas demi terwujudnya tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan adanya strategi komunikasi, KASA Tasikmalaya dalam menjalankan proses sosialisasinya berjalan dengan baik, dan optimal. Berdasarkan fungsinya juga bahwa strategi komunikasi ini sangat berfungsi ketika akan menyampaikan pesan yang sifatnya informatif, persuasif serta instruktif. Dimana KASA dalam penyampaian pesanya pun memiliki ketiga sifat itu. Seperti dalam informatif, KASA memberikan informasi-informasi yang sangat berguna untuk perlindungan hak-hak anak. Dalam persuasif, KASA selalu mengajak masyarakat untuk selalu melindungi hak-hak terhadap anak dengan melakukan sebuah kampanye atau sosialisasi.

Instruktif pun dilakukan KASA ketika memberika sebuah nasihat-nasihat kepada orang tua dan anaka-anak ketika proses sosialisasi atau dalam sebuah unggahan yang berisikan tentang kata-kata yang menasihati atau memotivasi. Selain itu, media digunakan oleh KASA dalam menjalankan sosialisasi yaitu dengan adanya media cetak dan juga media baru/internet. Dimana awalnya media ini hanya sebatas untuk pengenalan aktifitas yang dilakukan selama menjalankan proses sosialisasi programnya.

## **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi mengenal khalayak yang dilakukan oleh KASA Tasikmalaya merupakan orangtua yang memiliki anak dan anak-anak usia 0-18 tahun. Khalayak KASA Tasikmalaya termasuk kedalam *innovator* karena memiliki kemudahan dalam menerima pesan yang disampaikan, *early adopters* atau orang yang yang akan bersedia melakukan apa yang dianjurkan, *early majority* yaitu kelompok yang ide-ide dan dapat terpengaruhi oleh komunikator dengan terbukti adanya perubahan yang dilakukan oleh para khalayak,
2. Strategi menyusun pesan yang dilakukan oleh KASA Tasikmalaya mampu membuat perhatian terhadap khalayak yang menjadikannya memiliki minat dan juga kepentingan yang sama, serta menciptakan hasrat untuk mengambil keputusan dan mengamalkan dengan sebuah Tindakan.
3. Strategi menetapkan metode oleh KASA Tasikmalaya yaitu dengan *repetition* yang mana adanya pengulangan dalam proses sosialisasi dengan tujuan mengingat kembali pesan yang disampaikan, *informatif* dengan memberikan informasi mengenai adanya kasu-kasu yang berkaitan dengan perlindungan hak anak, *persuasife* digunakan untuk membujuk khalayak, dan *edukatif* yang dilakukan KASA Tasikmalaya secara langsung

- memberikan sebuah pemahaman mengenai hak-hak anak.
4. Strategi seleksi dan penggunaan media oleh KASA Tasikmalaya yaitu dengan memilih media yang efektif dalam proses sosialisasi, seperti dengan media cetak pamflet untuk sosialisasi ke sekolah dan media online Instagram dan Facebook yang menjadi alat menyebarkan pesan.
  5. Strategi komunikasi menjadi faktor pendukung proses sosialisasi yaitu proses sosialisasi lebih teratur dan juga dapat menyampaikan pesan tepat sasaran sesuai dengan tujuan dari KASA Tasikmalaya

### **Acknowledge**

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Allah SWT, orang tua, dosen pembimbing ibu Dede Lilis Chaerowati, S.Sos., M.Si, Komunitas Sahabat Anak Tasikmalaya, dan teman-teman peneliti yang telah mendukung, membimbing dan membantu dalam penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Anwar, Arifin. (1984). Strategi Komunikasi, Bandung: Amrico
- [2] \_\_\_\_\_ (2010). Strategi Komunikasi, Bandung: Amrico
- [3] Cangara, Hafied. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [4] Chaerowati, Dede Lilis. 2018. Mengembangkan Radio Komunitas Untuk Mengangkat Ekonomi Kreatif Masyarakat Pedesaan. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, Vol. 1, No. 1, Mei 2018, Hal. 92-107.
- [5] Effendy, Onong. Uchjana. (1986). Donamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hal.8
- [6] \_\_\_\_\_ (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung:Remaja Rosda Karya
- [7] Kertajaya, Hermawan. (2008). Arti Komunitas. Gramedia Pustaka
- [8] Kenny, Susan. (1994). Developing communities for the future. Melbourne: An International Thomson Publishing Company.
- [9] Setiawansyah, Ade P. (2017). Pola Komunikasi Komunitas Madridista Banda Aceh Dalam Melakukan Kegiatan Sosial. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam.
- [10] Silaen,Simon. (2016). Penerapan Prinsip-Prinsip Community Development Dalam Pelaksanaan Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera Di Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan. Medan: Universitas Sumatera Utara
- [11] Anshori, Moch Faishal. Yulianti. (2021). *Komunikasi Antarpribadi Antara Orang Tua dan Anak yang Mengalami Kehamilann Tidak di Inginkan*. Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung. 1 (2). 107-111