

**POLA KOMUNIKASI PENGGERAK PASAR YOSOMULYO PELANGI  
DALAM PROSES PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KELURAHAN  
YOSOMULYO METRO PUSAT**

**Skripsi**

**Oleh**

**M ALFINDO MAULANA YUDA**

**2016031040**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2024**

## **ABSTRAK**

### **POLA KOMUNIKASI PENGGERAK PASAR YOSOMULYO PELANGI DALAM PROSES PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KELURAHAN YOSOMULYO METRO PUSAT**

**Oleh**

**M Alfindo Maulana Yuda**

Pemberdayaan masyarakat adalah gagasan dalam pembangunan ekonomi yang mengutamakan nilai-nilai masyarakat untuk mengubah cara pandang dalam proses pembangunan, yang didasarkan pada kepedulian pada manusia, partisipasi, pemberdayaan, dan keberlanjutan (Chamber, 1995). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Sumber data pada penelitian ini adalah primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Penggerak Payungi menggunakan pola komunikasi satu arah, dua arah, dan multi arah dalam proses pemberdayaan masyarakat. Dengan menggunakan pola komunikasi tersebut Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi dapat melaksanakan program yang sudah direncanakan oleh Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Faktor pendukung komunikasi di Payungi diantaranya yaitu penggunaan media digital, terdapat feedback antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi, dan penggunaan komunikasi nonverbal. Faktor penghambat komunikasi di Payungi diantaranya adanya gangguan geografis, gangguan teknis, gangguan kerangka pikir, dan gangguan budaya.

**Kata Kunci** : Pola Komunikasi, Penggerak Payungi, Pedagang Payungi

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION PATTERNS OF THE RAINBOW YOSOMULYO MARKET ACTIVATOR IN THE PROCESS OF EMPOWERING THE YOSOMULYO METRO CENTER COMMUNITY**

*By*

*M Alfindo Maulana Yuda*

*Community empowerment is a concept in economic development that prioritizes community values to change perspectives in the development process, based on concern for people, participation, empowerment, and sustainability (Chamber, 1995). This research aims to identify the communication patterns of Yosomulyo Pelangi Market Activators in the process of empowering the Yosomulyo Metro Center community. The research employs a descriptive qualitative method. Informants were selected using purposive sampling techniques. The data sources for this study are primary and secondary, obtained through in-depth interviews and documentation. The results of this research indicate that the Payungi Activators use one-way, two-way, and multi-way communication patterns in the community empowerment process. By utilizing these communication patterns, Payungi Activators and Payungi Traders can implement the programs planned by the Payungi Activators and Payungi Traders. Supporting factors in communication at Payungi include the use of digital media, feedback between Payungi Activators and Payungi Traders, and the use of nonverbal communication. The inhibiting factors in communication at Payungi include geographical barriers, technical disruptions, mindset differences, and cultural obstacles.*

**Keywords :** *Communication Pattern, Payungi Activators, Payungi Traders*

**POLA KOMUNIKASI PENGGERAK PASAR YOSOMULYO PELANGI DALAM  
PROSES PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KELURAHAN YOSOMULYO  
METRO PUSAT**

**Oleh**

**M Alfindo Maulana Yuda**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar**

**SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2024**

Judul

**: POLA KOMUNIKASI PENGGERAK PASAR  
YOSOMULYO PELANGI DALAM PROSES  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT  
KELURAHAN YOSOMULYO METRO PUSAT**

Nama Mahasiswa

**: *M Alfindo Maulana Yuda***

Nomor Pokok Mahasiswa

**: 2016031040**

Program Studi

**: Ilmu Komunikasi**

Fakultas

**: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Feri Firdaus', written over a horizontal line.

**Dr. Feri Firdaus, S.I.Kom., M.A.  
NIP 198803182022031002**

**2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

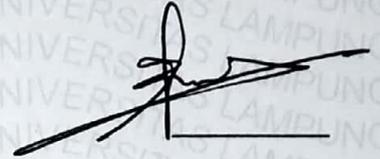
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Agung Wibawa', written over a horizontal line.

**Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.  
NIP 198109262009121004**

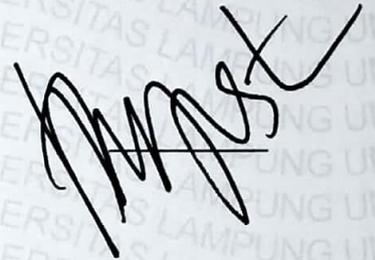
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Feri Firdaus, S.I.Kom., M.A.**



Anggota : **Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si**  
**NIP. 196108071987032001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Agustus 2024**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Alfindo Maulana Yuda

NPM : 2016031040

Jurusan : Ilmu komunikasi

Alamat : Jalan Bakti 2 No 301 Susunan Baru Bandar Lampung

No Handphone : 089531025234

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pola Komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi Dalam Proses Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 16 September 2024

Yang membuat pernyataan,



M Alfindo Maulana Yuda

NPM 2016031040

## RIWAYAT HIDUP



M Alfindo Maulana Yuda, dilahirkan di Tanjung Karang, 7 Oktober 2002 dan merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara. Pendidikan formal peneliti dimulai dari Taman Kanak (TK) Kartini lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 2 Palapa dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 25 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017. Lalu Pendidikan Sekolah Menengah Akhir di SMAN 9 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2020, setelah itu melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi negeri di Lampung yaitu Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN dan mengambil Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Selama menjadi mahasiswa peneliti aktif pada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) pada tahun 2021 – 2022. Dalam HMJ peneliti memilih bidang Advertising sebagai penanggung jawab adpreneurship HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung selama 1 periode. Peneliti ikut serta dalam melaksanakan pengabdian Masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kejadian, Kecamatan Belalau, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung. Peneliti juga ikut berpartisipasi pada kegiatan di luar kampus. Pada semester 5 peneliti mengikuti kegiatan Talent Scouting Academy di Kominfo. Selanjutnya, pada semester 6 peneliti mengikuti kegiatan Magang bersertifikat di perusahaan software Hash Micro sebagai graphic designer. Terakhir pada semester 7 peneliti mengikuti studi independen di B One Corporation sebagai digital marketer.

**MOTTO**

*"Hope is a good thing, maybe the best thing, and no good things  
ever die"*

**(Andy Dufrense The Shawshank Redemption)**

*"Carpe diem! Sieze the day, boys. Make your live extraordinary"*

**(John Keating Dead Poet Society)**

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji syukur atas rahmat, berkah dan Hidayah yang Allah SWT telah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang tua tercinta Bapak alm Damami dan Ibu Yusniar yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan serta pengorbanan yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tiada henti. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtua ku. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Terimakasih atas segala kasih sayang dan motivasi yang tiada henti sehingga penulis mendapatkan pendidikan yang baik dan bisa mencapai gelar sarjana. Terimakasih penulis ucapkan kepada kakak-kakak serta keluarga besar dan juga teman – teman seperjuanganku yang selalu mendukung serta medoakanku selama proses penulisan skripsi ini.

Terimakasih juga kepada Dosen pembimbing skripsi, Dosen Penguji Skripsi serta Pembimbing akademik yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, ilmu yang sangat berharga dan waktu serta perhatian yang di berikan.

## SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pola Komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam Proses Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Yosomulyo metro Pusat”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kelemahan dan kekurangan. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak alm Damami dan Ibu Yusniar atas semua perjuangan yang telah dilakukan, semangat, doa, dan kasih sayang yang terus mengalir. Saya berharap kita masih ada satu momen dimana kita bisa melakukan kegiatan seperti di Aftersun :)
2. Kepada kakak penulis, Erlyn dan Jesyka yang sudah mendukung dan memberikan doa sehingga penulis dapat bisa mengerjakan skripsi dengan baik.
3. Kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

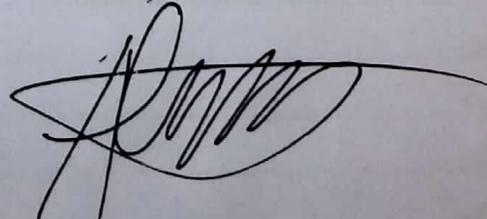
6. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Serta selaku dosen penguji skripsi yang senantiasa telah memberikan kritik dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
8. Bapak Feri Firdaus, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Emirullyta Harda N, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing akademik terima kasih atas bimbingan dari awal kuliah hingga telah memberikan masukan dan saran di awal dalam pembuatan skripsi.
10. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Teman berjuang, Fahri, Jebor, Bahrul, Ubay, dan Rino yang telah menjadi teman berjuang bersama dari bawah sampai di titik kita yang sekarang ini. Terima kasih juga sudah menjadi tempat untuk mengeluh, menangis, dan berbagi cerita. Semoga titik kita yang sekarang ini adalah titik awal dari semuanya, dan nantinya kita kan berada di titik yang lebih tinggi dengan perjalanannya masing-masing.
12. Anggota Advertising 2020 terkhusus kepada Dini, Bdin, Nurul, Bom-Bom, Cika, Indri yang selalu selalu membagi ilmunya kepada penulis terkait dengan apa yang penulis lakukan sampai saat ini.
13. Penghuni nguju Ujang, Tasbir, Malpin, Ditto, Chandra. Terima kasih atas canda tawa lucu-lucuan dari kalian yang membuat hidup penulis menjadi lebih berwarna.
14. Kepada teman-teman seperjuangan, angkatan 2020 Ilmu Komunikasi dan HMJ Ilmu Komunikasi, terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang telah diberikan di masa perkuliahan.
15. Sodara OSC. Perjalanan kita di SMA salah satu alasan saya berada di titik seperti ini dengan karakter seperti ini. Senang bisa bersama kalian. Semoga

14. Kepada teman-teman seperjuangan, angkatan 2020 Ilmu Komunikasi dan HMJ Ilmu Komunikasi, terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang telah diberikan di masa perkuliahan.
15. Sodara OSC. Perjalanan kita di SMA salah satu alasan saya berada di titik seperti ini dengan karakter seperti ini. Senang bisa bersama kalian. Semoga kita bisa sama-sama terus kedepannya. Dan saya penasaran banget 10 tahun lagi kita bakal kaya mana. *See u guys*.
16. Grup sayang mama. Dari SMP sampe sekarang masih tuh kita bodoh gada yang berubah. Tapi sekarang harus berubah deh kayaknya bro. Kan kita ntar mau kaya Hangover. Terima kasih atas semua journey yang sudah kita lalui.
17. BLO. Yah kita emang latarnya beda-beda. Tapi ya kita bener bener akur aja. Berenti si gausah maen game tiap malem sampe subuh. Mulai mikir juga gila.
18. Kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih dan memohon maaf atas keterbatasan tidak bisa menyebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi sumbangsih yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 16 Agustus 2024

Penulis,



M Alfindo Maulana Yuda

## DAFTAR ISI

<b>I.</b>	<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
	1.1. Latar Belakang.....	1
	1.2. Rumusan Masalah .....	7
	1.3. Tujuan Penelitian .....	8
	1.4. Manfaat Penelitian.....	8
	1.5. Limitasi Penelitian.....	9
	1.6. Kerangka Pikir.....	9
<b>II.</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
	2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
	2.2. Kajian Teori .....	25
	2.2.1. Komunikasi.....	26
	2.2.2. Komunikasi Interpersonal.....	32
	2.2.3. Komunikasi Kelompok.....	37
	2.2.4. Komunikasi Massa.....	39
	2.2.5. Komunikasi <i>New Media</i> .....	42
	2.2.6. Pola Komunikasi.....	44
	2.2.7. Penggerak .....	52
	2.2.8. Pemberdayaan Masyarakat .....	53
	2.2.9. Kelurahan.....	56
<b>III.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
	3.1. Tipe Penelitian .....	57
	3.2. Fokus Penelitian .....	58
	3.3. Lokasi Penelitian .....	59
	3.4. Sumber Informan.....	59
	3.5. Identitas Informan.....	60
	3.6. Sumber Data .....	62
	3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	62
	3.8. Teknik Analisis Data.....	63
	3.9. Teknik Keabsahan Data .....	64
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>

4.1.	Gambaran Umum .....	66
4.1.1.	Profil Payungi.....	66
4.1.2.	Visi dan Misi Payungi.....	67
4.1.3.	Jumlah Pedagang Payungi.....	68
4.1.4.	Struktur Organisasi .....	68
4.1.5.	Program Payungi .....	69
4.2.	Hasil Wawancara .....	70
4.3.	Hasil Dokumentasi .....	70
4.4.	Pembahasan .....	74
4.4.1.	Komunikasi Interpersonal .....	74
4.4.2.	Komunikasi Kelompok.....	87
4.4.3.	Komunikasi Massa .....	96
4.4.4.	Komunikasi <i>New Media</i> .....	106
4.4.5.	Pola Komunikasi .....	115
4.4.5.1.	Satu Arah .....	116
4.4.5.2.	Dua Arah.....	122
4.4.5.3.	Multiarah .....	130
4.4.6.	Faktor Pendukung dan Penghambat .....	136
<b>V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>142</b>
5.1.	Kesimpulan.....	142
5.2.	Saran.....	143
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>144</b>

**DAFTAR GAMBAR**

1. Gambar 1 Omset Payungi .....	5
2. Gambar 2 Kerangka Pikir.....	10
3. Gambar 3 Struktur Organisasi Payungi.....	68
4. Gambar 4 Gotong Royong Payungi .....	71
5. Gambar 5 Pesantren Wirausaha Payungi .....	72
6. Gambar 6 Gotong Royong Payungi .....	73

**DAFTAR TABEL**

1. Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	17
2. Tabel 2 Informan Penelitian.....	60
3. Tabel 3 Identitas Informan.....	60

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pemberdayaan masyarakat adalah gagasan dalam pembangunan ekonomi yang mengutamakan nilai-nilai masyarakat untuk mengubah cara pandang dalam proses pembangunan, yang didasarkan pada kepedulian pada manusia, partisipasi, pemberdayaan, dan keberlanjutan (Chamber, 1995). Chamber menekankan bahwa pendekatan pembangunan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat tidak hanya tentang memenuhi kebutuhan dasar mereka, tetapi juga tentang mencari alternatif pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Dalam konteks ini, usaha untuk memberdayakan masyarakat bisa dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, ada "*enabling*" yang mencakup penciptaan lingkungan yang memungkinkan masyarakat untuk mengembangkan potensi mereka. Ini berarti setiap individu dan kelompok masyarakat memiliki potensi yang dapat ditingkatkan, sehingga tidak ada yang secara intrinsik lemah. Kedua, terdapat "*empowering*" yang melibatkan penguatan potensi masyarakat melalui tindakan nyata, seperti penyediaan sumber daya dan menciptakan peluang baru yang akan meningkatkan keberdayaan masyarakat. Ketiga, ada "*protecting*" yang berkaitan dengan perlindungan dan pembelaan terhadap kepentingan masyarakat yang lebih lemah. Memastikan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka dan komunitas mereka adalah hal yang sangat penting. Oleh karena itu,

pemberdayaan masyarakat memiliki hubungan yang erat dengan penerapan, pengembangan, dan pengalaman demokrasi (Friedmann, 1994).

Pemberdayaan masyarakat, atau *community empowerment*, adalah upaya yang disengaja oleh pemerintah untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, membuat keputusan, dan mengelola sumber daya yang mereka miliki. Tujuannya adalah agar mereka dapat menjadi mandiri secara ekonomi, ekologi, dan sosial secara berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat secara intrinsik terkait dengan konsep pembangunan berkelanjutan, yang menuntut agar masyarakat dapat menjaga kemandiriannya dalam aspek ekonomi, ekologi, dan sosial.

Perubahan dalam struktur pemerintahan dengan diberlakukannya Otonomi Daerah Kabupaten/Kota telah membawa perubahan signifikan terutama dalam hal pelaku pembangunan, pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan, serta pengawasan. Dalam konteks menjalankan fungsi pemberdayaan masyarakat, Badan Pemberdayaan menetapkan visi dan misi. Visi Pemberdayaan Masyarakat adalah untuk meningkatkan kemandirian mereka, sementara misinya adalah untuk mengembangkan kemampuan dan kemandirian masyarakat secara bertahap sehingga mereka dapat membangun diri dan lingkungan mereka sendiri secara mandiri. Kemandirian dalam konteks pemberdayaan masyarakat ini merujuk pada tingkat kemajuan yang memungkinkan masyarakat untuk membangun dan mempertahankan keberlangsungan hidup mereka berdasarkan sumber daya internal secara berkelanjutan, yang pada akhirnya merupakan prasyarat untuk membangun bangsa yang mandiri secara ekonomi.

Dalam rangka mewujudkan pemberdayaan Masyarakat banyak pihak yang dapat menjadi partisipan. Mulai dari pemerintah, masyarakat, komunitas, maupun penggerak. Menurut KBBI penggerak memiliki arti menggerakkan. Penggerak dalam konteks pemberdayaan masyarakat adalah Penggerak swadaya masyarakat. Menurut Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia

Nomor 39 Tahun 2019, Penggerak Swadaya Masyarakat adalah jabatan yang bertanggung jawab atas menggerakkan, membimbing, dan memberdayakan masyarakat desa melalui penggalangan keswadayaan mereka, dengan tujuan mencapai kemandirian yang berkelanjutan. Posisi ini melibatkan ruang lingkup, tugas, tanggung jawab, wewenang, dan hak yang diperlukan untuk menjalankan upaya pemberdayaan masyarakat secara efektif.

Pemberdayaan masyarakat desa merupakan salah satu aspek penting dalam mendorong tumbuhnya masyarakat desa yang mandiri, inovatif dan kreatif dalam segala aspek kehidupannya. Diimplementasikannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 memberi peluang dan kesempatan bagi desa dalam memberdayakan masyarakat desa. Masyarakat desa dapat mewujudkan masyarakat yang otonom (desa otonom) sebagai otonomi yang asli.

Salah satu aspek penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat adalah komunikasi, yang kini merupakan aktivitas dasar bagi manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan di berbagai konteks kehidupan, seperti di rumah, tempat kerja, pasar, masyarakat, dan di tempat lainnya. Komunikasi menjadi hal yang tak terhindarkan bagi manusia.

Konsep komunikasi memiliki cakupan yang luas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi merujuk pada pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. Secara etimologis, asal-usul kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "*communicatio*", yang berakar dari kata "*communis*" yang artinya sama. Di sini, "sama" merujuk pada kesamaan makna. Jadi, komunikasi terjadi ketika orang-orang yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang informasi yang sedang disampaikan. Dengan kata lain, jika mereka saling memahami pesan yang disampaikan, maka hubungan antara mereka dapat dikatakan bersifat komunikatif. Secara terminologis, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pernyataan dari satu individu kepada individu lainnya. Definisi ini menekankan bahwa komunikasi melibatkan interaksi antara

sejumlah orang atau manusia, dan oleh karena itu disebut sebagai Komunikasi Manusia.

Berdasarkan KBBI, kata "pola" diartikan sebagai bentuk atau struktur yang tetap. Sementara menurut KBBI, "komunikasi" adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Laswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Pola komunikasi merupakan suatu sistem penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan yang mengandung arti, dan rangsangan untuk mengubah tingkah laku individu yang lain.

Pola komunikasi adalah sistem yang melibatkan penyampaian pesan melalui berbagai media, yang memiliki makna dan menggunakan rangsangan untuk mengubah perilaku individu lainnya. Pola komunikasi dalam konteks instansi, lembaga, masyarakat, atau organisasi tidak dapat dipisahkan dari pola komunikasi personal. Pola komunikasi secara esensial terkait erat dengan proses komunikasi karena merupakan bagian integral darinya.

Proses komunikasi melibatkan serangkaian kegiatan untuk mentransmisikan pesan dan memperoleh tanggapan dari penerima pesan. Dari proses ini, berbagai pola, model, dan elemen kecil lainnya yang terkait dengan komunikasi akan muncul. Joseph A. DeVito mengidentifikasi empat jenis pola komunikasi, termasuk komunikasi antarpribadi, dalam kelompok kecil, publik, dan massa. Namun, menurut Nurudin, pola komunikasi yang ada di Indonesia mencakup komunikasi intrapersonal, interpersonal, dalam kelompok, dan massa.

Seorang komunikator dalam komunikasi interpersonal berusaha agar pesan yang disampaikannya diterima dengan sebaik mungkin oleh penerima pesan. Komunikasi interpersonal melibatkan upaya, cara, dan teknik penyampaian ide serta keterampilan yang berasal dari pihak yang memulai komunikasi dan ditujukan kepada individu lainnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar setiap

individu yang menjadi sasaran dapat memahami, menerima, dan turut berpartisipasi dalam mewujudkan ide-ide tersebut dengan sebaik-baiknya. Peran komunikator sangat menentukan keberhasilan dalam memengaruhi penerima pesan, sejalan dengan arah perubahan yang diinginkan.

Pada tahun 2018 terdapat sebuah pasar kreatif yang buka pada hari minggu dan digerakan oleh Dharma Setiawan lulusan Universitas Gajah Mada. Pasar kreatif ini diberi nama Pasar Yosomulyo Pelangi yang disingkat dengan sebutan Payungi. Pasar kreatif ini terletak di Desa Yosomulyo, Metro Pusat. Payungi adalah salah satu contoh pemberdayaan masyarakat yang berhasil meningkatkan kemampuan serta kemandirian masyarakat secara sosial, ekologi, dan juga ekonomi. Hingga saat ini Payungi masih tetap berjalan sebagai wadah ataupun proses dari pemberdayaan masyarakat itu sendiri.



**Gambar 1 Catatan Omset Payungi**

Berdasarkan poster yang telah dibagikan di Instagram @payungi\_, payungi sudah bergerak selama 5 tahun dan sudah melakukan gelaran sebanyak 313 kali. Selama 5 tahun dan 313 kali gelaran, payungi dapat mengumpulkan omset sebesar Rp. 12.447.826.300.

Dalam proses gelaran Payungi, semua Pedagang Payungi diwajibkan untuk mengikuti kegiatan gotong royong yang akan dilaksanakan pada hari sabtu sore sebelum gelaran pasar di hari minggu di lakukan. Namun berdasarkan pra observasi yang dilakukan peneliti, dalam prosesnya terdapat pedagang yang tidak mengikuti gotong royong, tetapi tetap mengikuti gelaran. Semua Pedagang Payungi juga diwajibkan untuk mengikuti pesantren kewirausahaan yang dilaksanakan di Payungi pada hari kamis. Namun terkadang terdapat masyarakat yang enggan mengikuti kegiatan tersebut dan masih berdagang. Selain itu berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan, Payungi memiliki beberapa permasalahan komunikasi terkait dengan Pedagang Payungi itu sendiri. Permasalahan itu diantaranya banyak lansia yang tertinggal oleh teknologi sehingga dalam proses komunikasi hal ini menyulitkan penggerak untuk memberikan informasi terkait digitalisasi yang akan dilaksanakan di payungi itu sendiri. Selain itu permasalahan yang terjadi di Pasar Yosomulyo Pelangi terdapat masyarakat yang belum memiliki visi yang sama yaitu pemberdayaan masyarakat.

Peneliti memilih untuk meneliti pola komunikasi antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi karena komunikasi yang terjadi antara pengurus dan anggota belum optimal dalam mempersuasif anggota. Dalam proses komunikasi yang terjadi antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi terdapat komunikasi yang tidak efektif, sehingga menimbulkan masalah yang terjadi dalam proses pemberdayaan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pedagang yang kurang aktif dan tidak rutin hadir dalam kegiatan yang diadakan oleh Penggerak Payungi. Komunikasi yang diterapkan juga menghadapi berbagai hambatan yang dirasakan oleh Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi, menyebabkan masalah internal dan eksternal.

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengamati bagaimana interaksi yang terjadi dalam kegiatan pemberdayaan seperti pemberian informasi, pengembangan ide kreatif, diskusi terkait peningkatan kualitas diri antara

Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi, dan lainnya. Dengan demikian, akan terjalin hubungan yang erat untuk meningkatkan efektivitas proses pemberdayaan. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan oleh Penggerak Payungi bagi Pedagang Payungi.

Agar terciptanya tujuan yang diinginkan tentunya harus terdapat aktivitas komunikasi yang baik dan tepat serta pemahaman yang mendalam agar nantinya setiap kegiatan yang dilaksanakan bersama akan sesuai dengan visi misi dan tujuan yang telah ditetapkan. Dari pemaparan diatas juga dapat terlihat bahwasannya terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan komunikasi antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, penting bagi kita untuk memahami konsep komunikasi sebagai bagian dari interaksi antara individu dan kelompok dalam kegiatan sehari-hari manusia. Dalam melakukan komunikasi, diperlukan pola-pola komunikasi yang memungkinkan interaksi antarindividu. Pola komunikasi adalah suatu sistem yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan timbal balik antara elemen-elemen kunci dalam proses komunikasi, serta untuk mendukung pengembangan pemikiran yang teratur dan masuk akal (Effendy, 2009).

Tentu saja, dalam sebuah kelompok atau masyarakat memiliki pola komunikasi yang berbeda satu sama lain. Pola komunikasi yang ada di suatu komunitas masyarakat dapat diamati pada salah satu masyarakat, yakni Masyarakat Desa Yosomulyo Metro. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pola Komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam Proses Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat.”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pola komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat.
2. Untuk Mengetahui Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam pola komunikasi di komunitas. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan tambahan untuk penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

1. Bagi peneliti

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peneliti dalam memahami bagaimana pola komunikasi di suatu komunitas masyarakat dan juga mengetahui bagaimana pola komunikasi yang diterapkan Pasar Yosomulyo Pelangi.

## 2. Bagi Pembaca

Peneliti berharap hasil penelitian ini menjadi referensi tambahan bagi pembaca, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melanjutkan penelitian mengenai pola komunikasi pada masyarakat.

## 3. Bagi Kelurahan Yosomulyo

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pengurus dan anggota komunitas, dalam memahami dan mengetahui pola komunikasi dalam proses pemberdayaan Masyarakat Desa Yosomulyo.

### **1.5. Limitasi Penelitian**

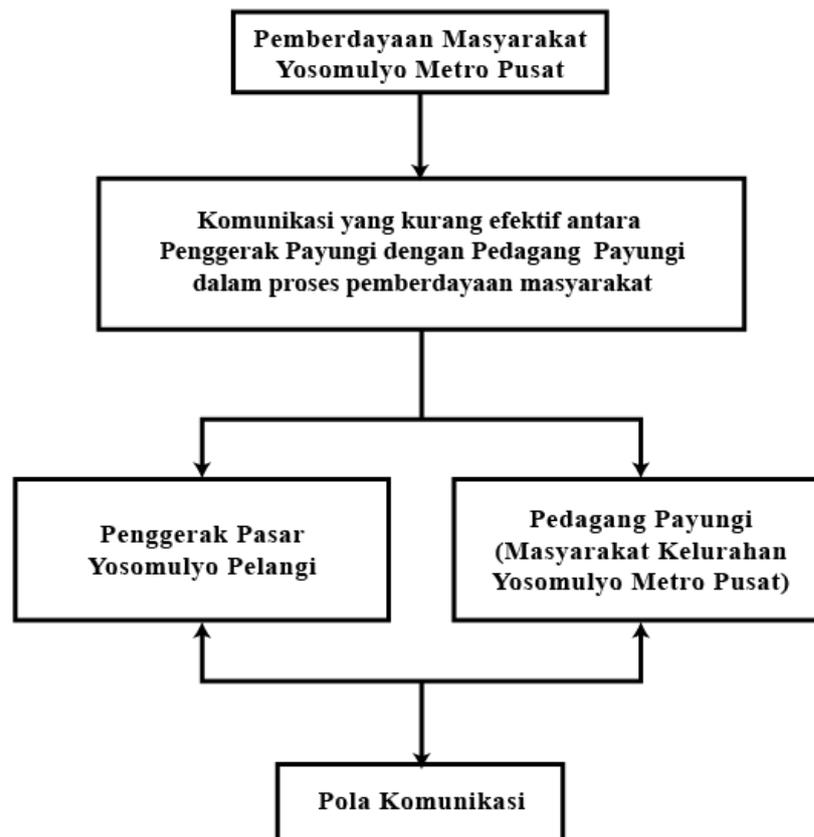
Pola komunikasi penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) dalam proses pemberdayaan masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat menjadi limitasi penelitian yang akan di bahas. Instrumen dari penelitian ini adalah penggerak aktif Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) pada tahun 2023 dan masyarakat kelurahan Yosomulyo Metro Pusat yang aktif berdagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Pedagang PAYUNGI) pada tahun 2023.

### **1.6. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir merupakan suatu bentuk keseluruhan dari proses penelitian. Kerangka pikir digunakan untuk mengukur dimensi bagaimana hubungan dan Proses komunikasi antara Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dengan Pedagang Payungi dalam proses pemberdayaan. Penulis memilih untuk menggunakan pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, dan pola komunikasi multiarah.

Mengacu pada judul tersebut maka kerangka berpikir sebagai berikut, seorang komunikator (Penggerak Payungi) apabila dalam menyampaikan pesan-pesan pemberdayaan kepada Pedagang Payungi harus mengetahui kebiasaan-kebiasaan atau kondisi masyarakat masyarakat (kondisi lapangan), dengan demikian maka hal penting yang harus diperhatikan dan berkaitan dengan masyarakat bagaimana pola komunikasi yang diterapkan dalam pelaksanaan penyampaian pesan-pesan pemberdayaan kepada Pedagang Payungi.

Kemudian langkah berikutnya adalah bagaimana pola komunikasi yang baik, kriteria atau isu/pesan yang baik dan bermanfaat bagi Pedagang Payungi dengan adanya unsur-unsur pendidikan, sehingga merubah pola pikir, merubah sikap/kebiasaan, berguna/bermanfaat, dan lain-lain sehingga mampu mengatasi kesenjangan sosial kehidupan bermasyarakat di Kelurahan Yosomulyo. Berikut adalah kerangka pikir dari penelitian :



**Gambar 2 Kerangka Pikir**

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian yang memenuhi kriteria dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Sehingga nantinya penelitian terdahulu ini akan memberikan perbandingan ataupun persamaan terhadap fenomena yang akan diteliti. Berikut adalah beberapa temuan terkait dengan penelitian antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azimah, 2022, dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Pemberdayaan Pemuda (Studi Kasus Yayasan Rafflesia Nusantara)” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pola, pendukung dan hambatan terjadinya komunikasi interpersonal dalam proses pemberdayaan pemuda pada Yayasan Rafflesia Nusantara.

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pola komunikasi interpersonal dalam proses pemberdayaan pemuda Yayasan Rafflesia Nusantara memakai pola komunikasi linear, intraksional, dan transaksional. Dalam proses komunikasi linear hal ini terjadi antara Direktur Yayasan Rafflesia Nusantara dengan para staff dalam meningkatkan motivasi seperti arahan, nasihat, dan masukan kepada staff dan juga para pemuda. Komunikasi intraksional terjadi dalam bentuk interaksi antara direktur, staf, dan pemuda untuk bertukar bertukar pesan, sehingga terjadi pengiriman pesan, penerimaan pesan, dan juga *feedback* antara mereka. Sedangkan komunikasi transaksional terjadi dalam proses terjadi dalam bentuk nasihat dan motivasi

secara terus menerus sehingga menciptakan sebuah perubahan yang terjadi pada pemuda. Penelitian Nurul Azimah lebih kepada untuk mengidentifikasi proses komunikasi yang terjadi dalam suatu yayasan sehingga dalam proses komunikasi tersebut terdapat beberapa hambatan komunikasi yakni hambatan “in tune”, serta hambatan semantic terhadap umpan-balik staff dan pemuda. Terdapat juga hambatan psikologis yang berkaitan dengan perilaku peserta didik sehingga membuat staff lebih sabar untuk mengatasi hambatan tersebut.

Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, singkatnya penelitian Nurul Azimah menggunakan pola komunikasi interpersonal Yayasan Rafflesia Nusantara dalam proses pemberdayaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pola komunikasi penggerak Payungi dalam proses. Kemudian pada subjek penelitian menggunakan pemuda, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Pedagang Payungi sebagai subjek penelitiannya.

Persamaan pada penelitian terletak fenomena yang diteliti yaitu mengenai pola komunikasi pada komunitas dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan juga kondisi secara alamiah yang ada dalam suatu masyarakat. Selain itu persamaan penelitian terletak pada pola komunikasi interpersonal yang digunakan yakni menggunakan pola komunikasi linear, intraksional, dan transaksional.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yudistira Satrio Adhi Utomo, 2017, dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Volunteer Komunitas Rumah Bintang Bandung (Studi Deskriptif Pola Komunikasi Volunteer Komunitas Rubin Bandung Dalam Memotivasi Semangat Belajar Peserta Didik)” Universitas Komputer Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi proses komunikasi dan hambatan komunikasi volunteer komunitas Rumah

Bintang (Rubin) Bandung dalam memotivasi semangat belajar peserta didik.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa proses komunikasi volunteer Rumah Bintang menciptakan keakraban antara volunteer dan peserta didik melalui tahapan saling ramah dan keterbukaan. Dalam kegiatan mengajar yang dilakukan secara santai cenderung memakai bahasa daerah, dan terkadang memakai bahasa Indonesia, dengan memanfaatkan media sebagai fasilitas pendukung untuk menyampaikan pesan pada anak-anak. Pola komunikasi yang terjalin di rumah bintang bandung dengan menerapkan sistem pembelajaran yang bersifat non formal. Komunitas ini juga memberikan pelatihan keterampilan yang sesuai minat peserta didik, sehingga mereka dapat merasakan pengalaman belajar yang telah diajarkan oleh volunteer. Penelitian Yudistira lebih kepada untuk mengidentifikasi proses komunikasi yang terjadi dalam suatu komunitas sehingga dalam proses komunikasi tersebut terdapat beberapa hambatan komunikasi yakni hambatan “in tune”, serta hambatan semantic terhadap umpan-balik peserta didik dan volunteer. Terdapat juga hambatan psikologis yang berkaitan dengan perilaku peserta didik sehingga membuat volunteer lebih sabar untuk mengatasi hambatan tersebut.

Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, singkatnya penelitian Yudistira menggunakan pola komunikasi Komunitas RUBIN dalam memotivasi semangat belajar peserta didik sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pola komunikasi Komunitas Jendela Lampung dalam meningkatkan minat baca anak-anak. Kemudian pada subjek penelitian menggunakan volunteer Komunitas Rumah Bintang, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pengurus dan anggota Komunitas Jendela Lampung sebagai subjek penelitiannya. Penelitian Yudistira menggunakan komunikasi antar pribadi sedangkan penelitian ini menggunakan komunikasi kelompok.

Persamaan pada penelitian terletak fenomena yang diteliti yaitu mengenai pola komunikasi pada komunitas dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan juga kondisi secara alamiah yang ada dalam suatu kelompok komunitas. Selain itu persamaan penelitian terletak pada pola komunikasi yang digunakan yakni menggunakan pola komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, dan komunikasi multi arah.

3. Penelitian pola komunikasi dilakukan oleh Wisnu Dwi Prasetyo dan Palupi 2017, “Komunikasi Dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Komunitas Rumah Hebat Indonesia dalam Memberdayakan Anak-anak Rejosari, Gilingan, Surakarta)” Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi yang dibentuk oleh Komunitas Rumah Hebat Indonesia dalam memberdayakan anak-anak Rejosari.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Komunitas Rumah Hebat Indonesia menggunakan pola arus informasi berbentuk Y pada saat kegiatan pemberdayaan dengan menggabungkan rangkaian pola penyampaian pesan yang kombinasi. Pola ini terbentuk dengan adanya koordinator, serta ada dua alternatif pengiriman dan penerimaan pesan bagi para pengajar dan kakak hebat sehingga mereka bisa mengirimkan informasi dengan mudah. Anggota Komunitas Rumah Hebat perlu memiliki strategi komunikasi yang sesuai dalam kegiatan pemberdayaan agar anak-anak dapat mandiri dalam mengembangkan potensinya.

Program pemberdayaan ini memiliki tujuan mengembangkan sumber daya dan keterampilan anak Rejosari dengan menggunakan konsep membangun karakter bangsa, meningkatkan potensi diri dan memotivasi untuk menerapkan pembelajaran melalui perancangan kegiatan. Dalam penelitian ini, komunikasi kelompok digunakan untuk bertukar informasi antara

pengurus dengan kakak hebat, dan juga antara kakak hebat dengan anak-anak didik. Selain menggunakan komunikasi kelompok, komunitas ini juga menggunakan komunikasi diadik atau komunikasi interpersonal untuk meningkatkan keakraban, motivasi dan sikap mandiri.

Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitian yakni, pada penelitian Wisnu dan Palupi menggunakan komunitas Rumah Hebat Indonesia, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan pengurus dan anggota Komunitas Jendela Lampung. Pada objek penelitian Wisnu dan Palupi menggunakan pola komunikasi Komunitas Rumah Hebat dalam memberdayakan anak-anak Rejosari sementara itu, penelitian ini menggunakan pola komunikasi Komunitas Jendela Lampung dalam meningkatkan minat baca anak-anak.

Persamaan pada penelitian terletak pada fenomena penelitian yaitu mengenai pola komunikasi pada komunitas dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan juga keadaan alamiah yang ada pada suatu kelompok komunitas. Selain itu, persamaan penelitian terletak pada penggunaan komunikasi kelompok sebagai konsep penelitian. Persamaan lainnya terletak pada penggunaan konsep penelitian yakni pola komunikasi, yakni pola komunikasi lingkaran, pola komunikasi Y, pola komunikasi rantai, pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang atau all channel.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Gita Lestari, 2019, dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Alokasi Dana Desa” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi kepala desa dalam upaya pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan alokasi dana desa di Desa Sakhuda Bayu, Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pola komunikasi Kepala Desa dalam upaya pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan alokasi dana desa ialah disampaikan dan dilakukan dengan baik dan dapat diterima dengan baik serta tepat sasaran dan menghasilkan perubahan. Dari segi penyampaian, informasi yang disampaikan mengenai alokasi dana desa sudah efektif dan tepat sasaran sehingga program alokasi dana desa ini bisa berjalan dengan baik dari tahun ke tahun.

Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, singkatnya penelitian Adinda Gita Lestari menggunakan pola komunikasi Komunitas Kepala Desa Desa Sahkuda Bayu, Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun. Kemudian pada subjek penelitian adalah pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan alokasi dana desa. Penelitian Yudistira menggunakan teori teori informasi organisas sedangkan penelitian ini menggunakan komunikasi interpersonal dan kelompok.

Persamaan pada penelitian terletak fenomena yang diteliti yaitu mengenai pola komunikasi pada pemberdayaan masyarakat dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan juga kondisi secara alamiah yang ada dalam suatu kelompok komunitas masyarakat.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Yopphy K. Berotabui, 2022, dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan di Kampung Mios Indi Distrik Poom Kabupaten Kepulauan Yapen Papua” Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pemahaman tentang pola komunikasi yang digunakan dalam usaha pemberdayaan masyarakat nelayan di Kampung Mios Indi, Distrik Poom, Kabupaten Kepulauan Yapen, Papua.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan pola komunikasi oleh masyarakat Mios Indi dalam upaya pemberdayaan komunitas setempat

memberikan dampak positif bagi kampung tersebut. Pemerintah kampung berhasil mengembangkan kampung, dan partisipasi serta sikap positif warga dalam menghadapi perubahan juga memberikan nilai tambah. Peran aktif warga dalam strategi pembangunan, didukung oleh penerapan pola komunikasi yang baik di lingkungan Mios Indi, sangat memberikan kontribusi. Ada lima pola komunikasi yang berbeda yang digunakan oleh masyarakat Mios Indi, masing-masing memiliki kekuatan dan makna yang beragam, sehingga proses komunikasi di kampung Mios Indi menjadi beragam dan efektif.

Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, penelitian Yopphy K. Berotabui menggunakan objek pemerintahan Desa Mios Indi dalam proses pemberdayaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pola komunikasi Penggerak Payungi dalam proses Pemberdayaan. Kemudian pada subjek penelitian menggunakan masyarakat Desa Mios Indi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Masyarakat Desa Yosomulyo Metro Pusat sebagai subjek penelitiannya.

Persamaan pada kedua penelitian terletak pada fenomena yang diteliti, yaitu pola komunikasi pada masyarakat dalam proses pemberdayaan. Kedua penelitian juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek penelitian dan kondisi alamiah yang ada dalam masyarakat tersebut. Dengan demikian, keduanya memfokuskan pada pemahaman mendalam tentang bagaimana komunikasi terjadi dalam konteks pemberdayaan masyarakat, dan menggunakan pendekatan yang serupa dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

1	Judul	Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Pemberdayaan Pemuda (Studi Kasus Yayasan Rafflesia Nusantara)
	Peneliti	Nurul Azimah
	Metode Penelitian	Metode Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini memakai metode kualitatif yang menggambarkan fenomena

	mengenai Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Pemberdayaan Pemuda
Tujuan	Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pola, pendukung dan hambatan komunikasi interpersonal dalam proses pemberdayaan pemuda pada Yayasan Rafflesia Nusantara
Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses pemberdayaan pemuda Yayasan Rafflesia Nusantara, terdapat tiga pola komunikasi interpersonal yang dominan digunakan, yaitu pola komunikasi linear, intraksional, dan transaksional. Dalam proses komunikasi liner hal ini terjadi antara Direktur Yayasan Rafflesia Nusantara dengan para staff dalam meningkatkan motivasi seperti arahan, nasihat, dan masukan kepada staff dan juga para pemuda. Komunikasi intraksional terjadi dalam bentuk interaksi antara direktur, staf, dan pemuda untuk bertukar bertukar pesan, sehingga terjadi pengiriman pesan, penerimaan pesan, dan juga <i>feedback</i> antara mereka. Sedangkan komunikasi transaksional terjadi dalam proses terjadi dalam bentuk nasihat dan motivasi secara terus menerus sehingga menciptakan sebuah perubahan yang terjadi pada pemuda.
Persamaan	Persamaan penelitian ini adalah meneliti fenomena pola komunikasi dalam konteks komunitas atau kelompok tertentu. Selain itu, keduanya menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang objek penelitian dan kondisi alamiah yang ada dalam masyarakat atau komunitas yang diteliti. Dengan demikian, baik penelitian menggambarkan pola komunikasi secara detail dan menggali makna di balik interaksi komunikatif yang terjadi dalam konteks pemberdayaan masyarakat atau komunitas tertentu.

	Perbedaan	Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, singkatnya penelitian Nurul Azimah menggunakan pola komunikasi interpersonal Yayasan Rafflensia Nusantara dalam proses pemberdayaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pola komunikasi Penggerak Payungi dalam proses pemberdayaan. Kemudian pada subjek penelitian menggunakan pemuda, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Pedagang Payungi sebagai subjek penelitiannya. Selain itu perbedaan penelitian terletak pada pola komunikasi interpersonal yang digunakan yakni menggunakan pola komunikasi linear, intraksional, dan transaksional.
	Kontribusi	Sebagai referensi tambahan dalam memahami pola komunikasi pada komunitas dan juga memahami jenis pola komunikasi
2	Judul	Pola Komunikasi Volunteer Komunitas Rumah Bintang (Rubin) Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Volunteer Komunitas Rubin Bandung Dalam Memotivasi Semangat Belajar Peserta Didik)
	Peneliti	Yudistira Satrio Adhi Utomo (2017)
	Metode Penelitian	Metode Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini memakai metode kualitatif untuk menggambarkan fenomena penelitian mengenai Pola Komunikasi Volunteer Komunitas Rumah Bintang Bandung
	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Proses Komunikasi dan Hambatan Komunikasi yang dilakukan Volunteer Komunitas Rumah Bintang (Rubin) Bandung untuk Memotivasi Semangat Belajar Peserta Didik.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi di Komunitas Rumah Bintang menciptakan

	<p>keakraban antara volunteer dan peserta didik melalui tahapan saling ramah dan keterbukaan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu untuk penyampaian informasi kepada anak-anak. Pola komunikasi yang terbangun di Rumah Bintang Bandung didasarkan pada sistem pembelajaran yang bersifat non formal. Namun, dalam proses tersebut juga ditemui beberapa hambatan komunikasi, seperti hambatan "in tune" dan hambatan semantik terhadap umpan balik dari peserta didik dan volunteer. Terdapat juga hambatan psikologis yang berkaitan dengan perilaku peserta didik, yang membutuhkan kesabaran lebih dari volunteer untuk mengatasi hambatan tersebut.</p>
Persamaan Penelitian	<p>Persamaan pada penelitian terletak pada isu penelitian yaitu mengenai pola komunikasi, lalu persamaan metode deskriptif kualitatif. Selain itu persamaan penelitian terletak pada pola komunikasi yang digunakan yakni menggunakan pola komunikasi komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, komunikasi multi arah</p>
Perbedaan Penelitian	<p>Perbedaan antara penelitian tersebut terletak pada objek dan subjek penelitiannya. Penelitian Yudistira fokus pada pola komunikasi volunteer Komunitas RUBIN dalam memotivasi semangat belajar, sementara penelitian ini memusatkan perhatian pada pola komunikasi Penggerak Payungi dalam proses pemberdayaan. Selain itu, penelitian Yudistira melibatkan volunteer Komunitas Rumah Bintang sebagai subjek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan pengurus dan anggota Pasar Yosomulyo Pelangi sebagai subjek penelitiannya.</p>
Kontribusi Penelitian	<p>Sebagai referensi tambahan dalam memahami pola komunikasi pada komunitas dan juga memahami jenis pola komunikasi satu arah, dua arah dan multi arah.</p>

3	Judul Penelitian	Komunikasi Dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Komunitas Rumah Hebat Indonesia dalam Memberdayakan Anak-anak Rejosari, Gilingan, Surakarta)
	Peneliti	Wisnu Dwi Prasetyo dan Palupi (2017)
	Metode Penelitian	Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pola komunikasi yang terjadi dalam komunitas Rumah Hebat Indonesia dalam proses pemberdayaan anak-anak Rejosari. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggambarkan secara detail bagaimana interaksi komunikatif terjadi dalam komunitas tersebut, serta bagaimana komunikasi memainkan peran dalam upaya pemberdayaan anak-anak di Rejosari. Melalui metode deskriptif kualitatif, penelitian ini akan menghasilkan deskripsi yang terperinci tentang pola komunikasi yang digunakan, pemahaman yang dimiliki oleh anggota komunitas, serta dampak dan kontribusi komunikasi terhadap pemberdayaan anak-anak di komunitas tersebut.
	Teori	Teori Fungsional dan komunikasi kelompok
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan melakukan analisis terhadap pola komunikasi yang terjadi dalam Konteks Komunitas Rumah Hebat Indonesia, yang merupakan bagian dari usaha pemberdayaan anak-anak di wilayah Rejosari.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Rumah Hebat Indonesia menggunakan pola arus informasi berbentuk Y saat melaksanakan kegiatan pemberdayaan, yang menggabungkan rangkaian pola penyampaian pesan yang beragam. Program pemberdayaan ini bertujuan untuk mengembangkan sumber daya dan keterampilan anak-

		anak Rejosari dengan mengedepankan konsep membangun karakter bangsa, meningkatkan potensi diri, dan memotivasi untuk menerapkan pembelajaran melalui perancangan kegiatan. Dalam penelitian ini, komunikasi kelompok digunakan untuk pertukaran informasi antara pengurus dengan kakak hebat, serta antara kakak hebat dengan anak-anak didik. Selain itu, komunikasi diadik atau interpersonal juga digunakan untuk memotivasi, meningkatkan keakraban, dan menumbuhkan kemandirian pada anak didik.
	Persamaan Penelitian	Persamaan pada penelitian terletak pada isu yang diangkat yaitu mengenai pola komunikasi. Dan penggunaan konsep pola komunikasi yakni pola komunikasi lingkaran, pola Y, pola rantai, pola roda dan pola bintang atau all channel.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian yakni, pada penelitian Wisnu dan Palupi menggunakan Komunitas Rumah Hebat Indonesia sebagai subjek penelitian, sedangkan pada penelitian ini Penggerak Payungi. Perbedaan penelitian lainnya pada penggunaan komunikasi kelompok sebagai konsep penelitiannya. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal dan kelompok.
	Kontribusi Penelitian	Sebagai referensi tambahan dalam memahami pola komunikasi kelompok pada komunitas. Khususnya referensi pada pola komunikasi lingkaran, pola komunikasi Y, pola komunikasi rantai, pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang atau all channel.
4	Judul Penelitian	Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Alokasi Dana Desa
	Peneliti	Adinda Gita Lestari

Metode Penelitian	Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data deskriptif terkait dengan penggunaan kata-kata lisan dan tertulis, serta tingkah laku yang dapat diamati dari subjek penelitian.
Teori	Teori Informasi Organisas
Tujuan Penelitian	Fokus penelitian ini adalah untuk melukiskan pola komunikasi yang digunakan oleh kepala desa dalam rangka memberdayakan masyarakat melalui pengelolaan alokasi dana desa di Desa Sakhuda Bayu, yang terletak di Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun.
Hasil Penelitian	Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kepala Desa secara efektif menyampaikan pesan kepada pegawainya, dan pesan tersebut diterima dengan baik dari segi penyampaian. Dalam konteks pengumuman alokasi dana desa, sarana yang digunakan adalah rapat. Rapat atau musyawarah memiliki peran vital dalam struktur organisasi untuk merumuskan kebijakan yang diperlukan guna mencapai tujuan organisasi tersebut.
Perbedaan	Perbedaan antara penelitian Adinda Gita Lestari dan penelitian ini terletak pada fokus objek dan subjeknya. Penelitian Adinda Gita Lestari mengkaji pola komunikasi di Komunitas Kepala Desa Desa Sakhuda Bayu, Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun, sementara penelitian ini menyoroti pemberdayaan masyarakat melalui penggunaan alokasi dana desa. Selain itu, pendekatan teori yang digunakan juga berbeda, dimana penelitian Adinda Gita Lestari menggunakan teori informasi organisas, sedangkan penelitian ini mengadopsi pendekatan komunikasi interpersonal dan kelompok.
Persamaan	Persamaan pada kedua penelitian terletak pada fenomena yang diteliti, yaitu pola komunikasi dalam konteks

		<p>pemberdayaan masyarakat. Keduanya juga menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan kondisi yang ada dalam kelompok komunitas masyarakat secara alami. Dengan demikian, baik penelitian tersebut berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana komunikasi terjadi dan berperan dalam upaya pemberdayaan masyarakat, serta menggunakan pendekatan yang serupa dalam mengumpulkan dan menganalisis data.</p>
	Kontribusi Penelitian	<p>Sebagai referensi tambahan dalam memahami pola komunikasi pada komunitas dan juga memahami jenis pola komunikasi</p>
5	Judul Penelitian	<p>Pola Komunikasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan di Kampung Mios Indi Distrik Poom Kabupaten Kepulauan Yapen Papua.</p>
	Peneliti	<p>Yopphy K. Berotabui</p>
	Metode Penelitian	<p>Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif. Fokusnya adalah untuk mengumpulkan data deskriptif tentang bahasa lisan dan tertulis, serta perilaku yang dapat diamati dari subjek penelitian.</p>
	Tujuan Penelitian	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mendalami serta mengevaluasi pola komunikasi yang terjadi dalam usaha pemberdayaan masyarakat nelayan di Kampung Mios Indi, Distrik Poom, Kabupaten Kepulauan Yapen, Papua.</p>
	Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi di Kampung Mios Indi berdampak positif bagi perkembangan kampung tersebut. Pola komunikasi yang efektif mendukung keberhasilan pembangunan kampung dan kontribusi positif masyarakat setempat. Pola komunikasi yang beragam, termasuk lima pola yang</p>

		berbeda, menciptakan proses komunikasi yang efektif dan beragam di kampung Mios Indi.
	Perbedaan	Perbedaan penelitian terletak pada objeknya, penelitian Yopphy K. Berotabui menggunakan objek pemerintahan Desa Mios Indi dalam proses pemberdayaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pola komunikasi Penggerak Payungi dalam proses Pemberdayaan. Kemudian pada subjek penelitian menggunakan masyarakat Desa Mios Indi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Pedagang Payungi sebagai subjek penelitiannya.
	Persamaan	Persamaan pada kedua penelitian terletak pada fenomena yang diteliti, yaitu pola komunikasi dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Keduanya juga menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan objek dan kondisi yang ada dalam suatu masyarakat secara alami. Dengan demikian, baik penelitian tersebut fokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana komunikasi berperan dalam upaya pemberdayaan masyarakat, dan keduanya menggunakan pendekatan yang serupa dalam mengumpulkan dan menganalisis data.
	Kontribusi Penelitian	Sebagai referensi tambahan dalam memahami pola komunikasi pada komunitas dan juga memahami jenis pola komunikasi dan pemahaman terkait dengan pemberdayaan masyarakat.

## 2.2. Kajian Teori

### 2.2.1. Komunikasi

#### 1. Pengertian Komunikasi

Secara umum, komunikasi mengacu pada proses yang melibatkan interaksi manusia untuk memberikan respons terhadap perilaku atau lambang yang disampaikan oleh manusia lainnya. Komunikasi dilakukan dengan tujuan

untuk menciptakan pemahaman bersama antara pihak yang terlibat. Konsep ini sesuai dengan asal kata "komunikasi" dari bahasa Latin "*communication*" atau "*communis*", yang berarti "sama" atau "berbagi makna". Dengan demikian, komunikasi membawa makna saling pemahaman atau berbagi makna antara individu atau kelompok (Hafied, 2016).

Selain itu banyak para ahli yang mendefinisikan arti dari komunikasi. Menurut Deddy Mulyana (2015 : 11) “Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih”. Menurut Andrew E. Sikula (2017 : 145) “Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain”. Menurut Agus M.Hardjana (2016 :15) “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”. Tujuan dari komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama. Ini sesuai dengan etimologi kata "komunikasi" yang berasal dari "*communication*" atau "*communis*", yang artinya sama atau berbagi makna (Hafied, 2016).

Namun, di antara banyak pengertian, yang tetap menarik perhatian hingga saat ini adalah definisi dari ilmuwan politik Amerika Serikat, Harold Lasswell, yang menggambarkan komunikasi sebagai proses menjelaskan siapa yang mengatakan apa dengan menggunakan saluran apa kepada siapa (who, says what, in which channel, to whom, and with what effect). Di sisi lain, menurut Webster New Collegiate Dictionary, komunikasi adalah proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang, tanda, atau tingkah laku.

## 2. Fungsi Komunikasi

Menurut Suharno (2016: 33-37), ada lima fungsi utama dari komunikasi, yaitu sebagai berikut: sebagai alat utama untuk menyampaikan informasi, sebagai sarana pendidikan, sebagai media hiburan, dan terakhir, sebagai sarana untuk mempengaruhi orang lain dalam sikap dan tindakan mereka yaitu :

- a. Menyampaikan Informasi (*to Inform*): Dapat dikatakan bahwa inti dari komunikasi adalah menyampaikan pesan dan informasi kepada penerima pesan.
- b. Mendidik (*to Educate*): Pada kondisi yang ideal, pesan yang disampaikan kepada audiens, terutama dalam konteks komunikasi melalui media massa, sebaiknya difokuskan pada pendidikan.
- c. Menghibur (*to Entertain*): Meskipun terdapat perdebatan mengenai apakah hiburan yang sehat atau tidak sehat, jelas bahwa informasi yang disampaikan melalui media massa memiliki fungsi dan tujuan untuk memberikan hiburan.
- d. Pengawasan (*Surveillance*): Komunikasi, dalam skala besar atau antarpribadi, pada prinsipnya memiliki peran pengawasan.
- e. Mempengaruhi (*to Influence*): Isi yang disampaikan dalam proses komunikasi pada dasarnya bertujuan untuk mempengaruhi penerima pesan.

Dalam proses pemberdayaan Payungi, fungsi-fungsi komunikasi seperti menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, pengawasan, dan mempengaruhi dapat memiliki peran yang signifikan. Misalnya, menyampaikan informasi tentang program-program pemberdayaan yang tersedia, hak dan kewajiban pedagang Payungi, serta informasi terkini seputar pasar dan kegiatan ekonomi dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada mereka. Selain itu, komunikasi juga dapat berperan dalam mendidik pedagang tentang keterampilan usaha, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kualitas usaha mereka. Fungsi menghibur dalam komunikasi juga penting untuk menjaga semangat dan motivasi pedagang dalam menghadapi tantangan ekonomi. Sementara itu, pengawasan dalam komunikasi dapat membantu Payungi

dalam memonitor perkembangan dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang, serta memberikan peringatan dini terhadap masalah yang mungkin timbul. Selain itu, komunikasi juga dapat mempengaruhi pedagang untuk mengadopsi sikap dan perilaku yang mendukung proses pemberdayaan, seperti meningkatkan partisipasi dalam program-program pelatihan dan pembinaan.

### 3. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi menurut Effendy (2008):

- a. Perubahan Sikap. Salah satu maksud dari komunikasi adalah mengubah sikap individu. Transformasi ini bisa terjadi setelah interaksi komunikasi terjadi.
- b. Perubahan Pendapat. Komunikasi juga bertujuan untuk mengubah pandangan seseorang. Perubahan ini bisa terjadi selama proses komunikasi atau setelahnya, tergantung pada cara penyampaian yang dilakukan oleh komunikator.
- c. Perubahan Perilaku. Salah satu tujuan lain dari komunikasi adalah untuk mengubah perilaku. Dalam konteks ini, perubahan perilaku dapat terjadi ketika apa yang disampaikan oleh komunikator sejalan dengan pemahaman komunikan. Keberhasilan penyampaian ini juga bergantung pada kredibilitas komunikator.
- d. Perubahan Sosial. Proses komunikasi juga dapat menjadi penyebab terjadinya perubahan sosial. Perubahan dalam struktur masyarakat dapat dipengaruhi oleh lingkungan di mana komunikasi terjadi.

Berdasarkan tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy (2008) komunikasi menjadi hal yang sangat penting. Hal tersebut dikarenakan dalam proses pemberdayaan masyarakat banyak hal yang harus berubah. Masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pemahaman akan hal hal tertentu, menjadi paham akan suatu hal sehingga mencapai tahap empowering. Dengan adanya perubahan sikap dan perilaku yang terjadi pada masyarakat maka masyarakat akan menjadi mandiri dan tidak

ketergantungan. Dengan adanya perubahan pendapat juga Masyarakat akan lebih memiliki ilmu ataupun referensi yang lebih baik daripada sebelumnya.

#### 1. Unsur Komunikasi

Harlod D. Lasswell dalam Heru Puji Winarso (2016 : 10) menyatakan bahwa komunikasi memiliki 5 unsur penting yang terkait dengan konsep komunikasi yaitu :

- a. *Who* (siapa): Dalam konteks ini, "*who*" merujuk kepada pihak yang menjadi sumber informasi atau komunikator, yang bisa berupa individu, kelompok, atau lembaga yang menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain.
- b. *Says What* (Apa yang Dikatakan): Pada dasarnya, unsur ini adalah pesan atau informasi yang diberikan komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan).
- c. *Which Channel* (Media/Saluran): Unsur ini terkait dengan media atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi, mencakup segala perangkat atau sarana yang digunakan, seperti surat kabar, telepon, majalah, radio, televisi, dan internet.
- d. *To Whom* (Kepada Siapa): Komunikan atau penerima adalah seseorang atau sekelompok yang menerima pesan dari pengirim pesan atau komunikator.
- e. *With What Effect* (Akibat yang Terjadi): Unsur ini terkait dengan tanggapan audiens atau penerima pesan yang muncul sebagai hasil dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dalam konteks pemberdayaan Payungi, unsur-unsur komunikasi seperti "Who" akan mencakup Penggerak Payungi sebagai sumber informasi atau komunikator utama, serta mungkin juga melibatkan pihak-pihak lain seperti ahli, mitra usaha, atau pemangku kepentingan lainnya yang menyampaikan informasi atau pesan terkait pemberdayaan ekonomi. "Says What" akan merujuk pada pesan atau informasi yang disampaikan,

yang meliputi program-program pemberdayaan, strategi usaha, tips pengelolaan keuangan, dan informasi-informasi lain yang relevan untuk meningkatkan kemandirian pedagang Payungi. "Which Channel" akan mencakup media atau saluran komunikasi yang digunakan, seperti pertemuan langsung, brosur, media sosial, dan pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan. "To Whom" akan merujuk kepada pedagang Payungi sebagai penerima pesan utama, bersama dengan komunitas sekitarnya, pemerintah daerah, dan masyarakat umum yang terlibat dalam ekosistem pasar. Terakhir, "With What Effect" akan mengacu pada respons dan dampak dari informasi dan pesan yang disampaikan, seperti peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, dan kemajuan dalam kemandirian ekonomi pedagang Payungi serta perkembangan positif dalam komunitas setempat.

Unsur komunikasi menurut William J Seller dalam Razali Geofakta, dkk (2022) terdapat 8 unsur penting diantaranya :

- a. Lingkungan Komunikasi. Lingkungan dalam konteks komunikasi memiliki tiga aspek kunci, yakni fisik yang mencakup lokasi di mana komunikasi terjadi, aspek sosial-psikologis yang melibatkan peran individu yang terlibat dalam komunikasi, dan aspek temporal yang meliputi rentang waktu di mana komunikasi berlangsung, baik dalam skala jam, hari, maupun konteks sejarah.
- b. Enkode-Dekode. Dalam ilmu komunikasi, tindakan menghasilkan pesan disebut encoding, sementara tindakan menerima pesan disebut decoding.
- c. Sumber Penerima. Unsur komunikasi ini menyatakan bahwa setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi adalah sumber (komunikator) sekaligus penerima (komunikan).
- d. Kompetensi Komunikasi. Merujuk pada kemampuan seseorang untuk menyampaikan pesan secara efektif.
- e. *Feedback* atau Umpan Balik. Informasi yang dikirimkan kembali ke komunikator oleh komunikan dalam proses komunikasi.

- f. Gangguan. Gangguan dalam komunikasi adalah hal yang mengganggu proses pengiriman pesan oleh komunikator ataupun penerimaan pesan oleh komunikan, menghalangi penerima dalam menerima pesan, dan sumber dalam mengirimkan pesan.
- g. Saluran. Media yang digunakan dalam proses pengiriman pesan oleh komunikator dan komunikan
- h. Pesan. Merupakan informasi yang dikirimkan atau diterima dalam komunikasi, bisa berbentuk verbal maupun non-verbal dan disampaikan melalui panca indera.

Berdasarkan pemaparan diatas terdapat perbedaan yang cukup signifikan. Menurut Harold D Laswell unsur komunikasi hanya mencapai efek. Sehingga tidak terdapat *feedback* dalam unsur komunikasinya. Sebaliknya menurut William J Seller unsur komunikasi terdapat *feedback* dimana dalam proses komunikasi terdapat timbal balik antara komunikator dan komunikan.

## 2. Bentuk Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai macam bentuk, Menurut Lukas Dwiantara (2015 : 27 – 30) bentuk dari komunikasi terdiri dari :

- a. Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih, yang melibatkan dialog dan interaksi tatap muka.
- b. Komunikasi kelompok Merupakan proses komunikasi yang terjadi antara sejumlah orang yang memiliki peran dan norma tertentu dalam suatu kelompok.
- c. Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media atau saluran untuk menghubungkan komunikator dengan banyak komunikan secara massal, dengan cakupan yang luas, tempat tinggal yang terpencar, dan mampu menimbulkan efek tertentu pada masyarakat yang heterogen.

Berdasarkan penjelasan tentang komunikasi diatas komunikasi memegang peranan signifikan dalam proses pemberdayaan masyarakat antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Dengan adanya komunikasi yang efektif, Penggerak Payungi dapat memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan, tantangan, dan aspirasi Pedagang Payungi. Hal ini memungkinkan mereka untuk merancang program dan strategi yang lebih tepat serta memberikan dorongan yang sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya. Di sisi lain, komunikasi yang transparan dan jelas juga memfasilitasi partisipasi aktif dari pihak Pedagang Payungi dalam proses pemberdayaan mereka. Mereka dapat menyampaikan masukan ide, dan kekhawatiran mereka kepada Penggerak Payungi, yang dapat meningkatkan efektivitas program dan menjaga keberlanjutan upaya pemberdayaan.

Dengan adanya komunikasi yang baik, hubungan antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi dapat diperkuat. Hubungan yang solid ini menciptakan lingkungan kerjasama yang positif antara keduanya. Dengan jalur komunikasi yang terbuka, Pedagang Payungi merasa didengar, dihargai, dan terlibat secara aktif dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan dan pekerjaan mereka. Dampaknya, mereka menjadi lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam program pemberdayaan dan menerapkan perubahan yang diusulkan. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif bukan hanya menjadi dasar utama, tetapi juga kunci sukses dalam memperkuat serta mendorong proses pemberdayaan masyarakat.

### **2.2.2. Komunikasi Interpersonal**

#### **1. Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Secara kontekstual, komunikasi interpersonal mengacu pada proses komunikasi antara dua individu atau lebih yang saling berinteraksi, memberikan umpan balik, dan berbagi makna. Namun, definisi ini hanya memberikan gambaran umum karena setiap interaksi antara individu-individu tersebut memiliki karakteristik yang unik dan kompleks.

Komunikasi interpersonal umumnya terjadi antara dua individu, meskipun proses komunikasi dapat melibatkan beberapa individu, namun tidak semua individu terlibat dalam interaksi tersebut secara intim. Proses komunikasi interpersonal mencerminkan hubungan antara pengirim dan penerima pesan, dengan peran penting yang dimainkan oleh komunikator dalam menentukan keberhasilan dan dampaknya terhadap komunikan. Karakteristik komunikator, seperti keahlian, kredibilitas, daya tarik, dan kepercayaan, dianggap sebagai faktor yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan komunikasi interpersonal. Asumsi ini menekankan bahwa kualitas komunikator sangat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh penerima pesan.

Joseph A. Group Devito dalam Nurul Amizah (2022) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal umumnya terjadi antara dua individu, meskipun proses komunikasi dapat melibatkan beberapa individu, namun tidak semua individu terlibat dalam interaksi tersebut secara intim. Proses komunikasi interpersonal mencerminkan hubungan antara pengirim dan penerima pesan, dengan peran penting yang dimainkan oleh komunikator dalam menentukan keberhasilan dan dampaknya terhadap komunikan. Karakteristik komunikator, seperti keahlian, kredibilitas, daya tarik, dan kepercayaan, dianggap sebagai faktor yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan komunikasi interpersonal. Asumsi ini menekankan bahwa kualitas komunikator sangat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh penerima pesan.

Sedangkan Steward L. Tubbs dan Sylvia Mos dalam Nurul Amizah (2022) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah interaksi langsung antara individu-individu, memungkinkan setiap peserta untuk merespons secara langsung terhadap orang lain, baik secara lisan maupun nonverbal. Komunikasi ini memiliki potensi besar untuk memengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan semua indera kita untuk meningkatkan daya tarik pesan yang disampaikan kepada lawan

bicara kita. Sebagai bentuk komunikasi yang paling lengkap dan efektif, komunikasi antarpribadi memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, selama emosi masih menjadi bagian dari manusia. Komunikasi wajah ke wajah ini cenderung membuat orang merasa lebih dekat satu sama lain, berbeda dengan komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, televisi, atau bahkan komunikasi melalui teknologi tinggi.

Menurut Wiryanto dalam Nurul Amizah (2022), komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi langsung antara dua orang atau lebih, baik dalam situasi terstruktur maupun di hadapan kerumunan orang. Dalam penelitian ini, peneliti akan lebih condong pada pandangan Steward L. Tubbs dan Sylvia Mos sebagaimana yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar", karena dianggap memiliki relevansi yang lebih besar dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

## 2. Bentuk Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beragam contoh, antara lain komunikasi diadik, dialog, wawancara, percakapan, dan komunikasi secara tatap muka. Redding mengelompokkan komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan, dan wawancara.

Wawancara merupakan salah satu bentuk komunikasi interpersonal di mana dua individu terlibat dalam percakapan tanya jawab. Salah satu pihak mengajukan pertanyaan untuk mendapatkan informasi, sedangkan yang lain mendengarkan dan memberikan jawaban sampai tujuan wawancara tercapai. Menurut R. Wayne Pace, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu Komunikasi Diadik (Dyadic Communication) dan Komunikasi Kelompok Kecil (Small Group Communication).

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi antara dua individu dalam situasi tatap muka. Ada tiga bentuk komunikasi diadik, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Sementara itu, komunikasi kelompok kecil terjadi antara tiga orang atau lebih secara langsung, di mana anggota-anggotanya berinteraksi satu sama lain. Situasi yang serupa dengan komunikasi interpersonal adalah komunikasi kelompok, baik itu kecil maupun besar, karena keduanya melibatkan pertemuan tatap muka dan umpan balik yang segera. Dengan demikian, komunikasi interpersonal dapat dibedakan menjadi komunikasi antara dua individu dalam pertemuan langsung dan komunikasi antara kelompok orang dalam pertemuan langsung.

### 3. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Menurut Putranto dan Lataruva (2014) komunikasi interpersonal menekankan bahwa komunikasi tersebut terjadi antara komunikator dan komunikan. Dari konsep ini, kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses interaksi antara dua orang atau lebih, yang melibatkan komunikan dan komunikator, serta terjadi secara spontan.

Definisi ini menggambarkan beberapa ciri penting dalam proses komunikasi yang perlu diperhatikan oleh komunikan dan komunikator agar komunikasi berjalan dengan efektif, yaitu:

- a. Berlangsung secara spontan dengan tatap muka sebagai media utama.
- b. Tidak memiliki tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.
- c. Terjadi secara kebetulan antara peserta yang mungkin tidak saling mengenal dengan baik.
- d. Menimbulkan efek yang sengaja atau tidak sengaja.
- e. Sering kali melibatkan pertukaran respons atau balasan.
- f. Membutuhkan setidaknya dua orang dengan berbagai jenis hubungan.
- g. Menggunakan lambang-lambang yang memiliki arti tertentu.

Selain itu, ciri-ciri yang terkait dengan prinsip komunikasi interpersonal mencakup berbagai aspek dalam kehidupan manusia, seperti dimensi fisik, sosial-historis, psikologis, dan budaya. Richard L. Weaver dalam Budyatna, dkk., (2011) menjelaskan karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu:

- a. Komunikasi interpersonal melibatkan paling sedikit dua orang.
- b. Dalam komunikasi interpersonal, umpan balik merupakan bagian penting dari prosesnya.
- c. Tatap muka tidak selalu diperlukan dalam komunikasi interpersonal; bisa terjadi melalui berbagai saluran komunikasi.
- d. Tidak harus memiliki tujuan yang jelas sebelumnya, bisa bersifat spontan.
- e. Komunikasi interpersonal dapat menghasilkan berbagai pengaruh atau dampak.
- f. Penggunaan kata-kata tidak selalu diperlukan dalam komunikasi interpersonal, dapat melibatkan ekspresi tubuh, isyarat, atau bahasa nonverbal lainnya.
- g. Komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh konteks atau situasi tempat komunikasi berlangsung.
- h. Kegaduhan atau gangguan dapat memengaruhi jalannya komunikasi interpersonal.

Berdasarkan praobservasi yang dilakukan oleh peneliti dalam proses pemberdayaan masyarakat tentunya terjadi komunikasi interpersonal yang dilakukan antara Penggerak Payungi dengan Pedagang Payungi. Bentuk komunikasi interpersonal yang terjadi antara Penggerak Payungi dengan Pedagang Payungi diantaranya adalah wawancara, diadik, dan dialog.

Komunikasi interpersonal memainkan peran yang sangat penting dalam proses pemberdayaan yang dilakukan oleh Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Komunikasi interpersonal menjadi hal penting dalam membangun hubungan yang kuat antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja sama yang positif. Di sisi lain, Pedagang Payungi juga dapat secara aktif berpartisipasi dalam proses pemberdayaan dengan

menyampaikan masukan, ide, dan kekhawatiran mereka kepada Penggerak Payungi.

Selain itu, komunikasi interpersonal juga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih efektif dan mendalam antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Hal ini memungkinkan adanya pemahaman yang lebih baik tentang kondisi dan kebutuhan masyarakat, sehingga program pemberdayaan yang dirancang dapat lebih relevan dan berdampak positif.

### **2.2.3. Komunikasi Kelompok**

#### **1. Pengertian Komunikasi Kelompok**

Menurut Shaw (1976) Komunikasi kelompok adalah interaksi antara sekelompok individu di mana mereka saling mempengaruhi, memperoleh kepuasan dari interaksi tersebut, berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama, mengambil peran yang berbeda, saling terikat, dan berkomunikasi secara langsung atau tatap muka.

Komunikasi kelompok adalah proses pertukaran informasi yang terjadi di antara individu-individu dalam suatu kelompok atau organisasi. Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh Wiryanto, komunikasi kelompok juga dapat diartikan sebagai interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang sudah jelas, seperti berbagi informasi atau memecahkan masalah, di mana anggota kelompok dapat mengingat karakteristik pribadi anggota lainnya dengan tepat.

Sekelompok orang yang menjadi komunikan dapat memiliki jumlah yang sedikit atau banyak. Jika jumlahnya sedikit, itu dapat dikategorikan sebagai komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), sedangkan jika jumlahnya banyak disebut komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Komunikasi kelompok dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, antara lain:

- a. Komunikasi kelompok kecil (micro group) adalah jenis komunikasi di mana sekelompok orang berinteraksi dalam situasi di mana mereka memiliki kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal. Dalam komunikasi kelompok kecil, komunikator dapat berinteraksi secara langsung dengan salah satu anggota kelompok, seperti dalam diskusi, kelompok belajar, atau seminar. Umpan balik yang diterima dalam komunikasi kelompok kecil ini cenderung rasional, dan anggota kelompok dapat menjaga perasaan satu sama lain serta mematuhi norma-norma yang berlaku.
- b. Komunikasi kelompok besar adalah jenis komunikasi di mana terdapat sejumlah besar orang yang berkumpul, sehingga komunikasi antarpribadi atau kontak langsung menjadi sulit atau kurang memungkinkan. Hal ini disebabkan oleh jumlah orang yang terlalu banyak, seperti dalam acara tabligh akbar, kampanye massa, dan sejenisnya.

## 2. Ciri Komunikasi Kelompok

Berdasarkan definisi yang diungkapkan oleh Michael Burgoon komunikasi kelompok memiliki ciri-ciri seperti :

- a. Terjadi interaksi secara langsung antara tiga orang atau lebih.
- b. Proses pertukaran informasi terjadi antara individu-individu dalam kelompok atau organisasi.
- c. Komunikasi dilakukan dengan tujuan yang sudah ditentukan, seperti berbagi informasi atau pemecahan masalah.
- d. Situasi heterogen yang berarti karakteristik dari pesan yang disampaikan akan berbeda antara individu.

Berdasarkan pemaparan komunikasi kelompok, komunikasi kelompok memungkinkan terjadinya interaksi yang intens antara anggota kelompok, baik itu antara Penggerak Payungi maupun antara Pedagang Payungi. Melalui komunikasi kelompok, mereka dapat saling mempengaruhi, memperoleh

kepuasan satu sama lain, serta berinteraksi untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan dalam konteks pemberdayaan masyarakat.

Komunikasi kelompok juga memungkinkan adanya koordinasi dan kerjasama yang efektif antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Dalam situasi komunikasi kelompok, mereka dapat bersama-sama mengidentifikasi peran masing-masing, menetapkan sasaran yang ingin dicapai, dan menyusun strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini sangat relevan dengan upaya pemberdayaan masyarakat, di mana kerjasama antara berbagai pihak menjadi kunci kesuksesan dalam mencapai perubahan yang diinginkan.

Ciri-ciri komunikasi kelompok yang menekankan adanya situasi heterogen dan kesadaran akan peran serta identitas kelompok juga relevan dengan proses pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi kelompok memungkinkan Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi untuk lebih memahami keberagaman dan kebutuhan yang ada dalam masyarakat, serta meningkatkan kesadaran akan peran dan identitas masing-masing dalam mencapai tujuan pemberdayaan.

#### **2.2.4. Komunikasi Massa**

##### **1. Pengertian Komunikasi Massa**

Menurut Rakhmat dalam Ardianto (2015) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang disampaikan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik. Pesan dalam komunikasi massa dapat diterima secara serentak dan sesaat oleh banyak orang.

Joseph A. DeVito dalam Effendy (1986) menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki dua karakteristik utama. Pertama, komunikasi massa ditujukan kepada massa, yaitu kepada khalayak yang meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, meskipun definisi khalayak ini seringkali sulit untuk didefinisikan secara spesifik. Kedua, komunikasi massa disalurkan melalui pemancar yang menggunakan media audio dan/atau visual seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan film.

Dari definisi di atas dijelaskan bahwa komunikasi massa adalah penyebaran informasi melalui perantara media massa baik cetak maupun elektronik yang ditujukan pada khalayak luas yang bersifat anonim heterogen dimana informasi yang diterima dapat secara serentak dan sesaat.

## 2. Karakteristik Komunikasi Massa

Berdasarkan penjelasan Joseph A. Devito komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Komunikasi massa menjangkau khalayak luas yang mencakup seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi.
- b. Khalayak terdiri dari berbagai macam individu yang tidak saling mengenal dan memiliki latar belakang yang berbeda-beda.
- c. Informasi disalurkan melalui media audio dan/atau visual seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan film.
- d. Informasi dapat diterima oleh khalayak secara bersamaan.
- e. Informasi yang disampaikan bersifat sesaat dan tidak permanen.

Dalam konteks pemberdayaan Payungi, Penggerak Payungi berperan sebagai komunikator terlembagakan yang menyusun pesan-pesan pemberdayaan yang ditujukan untuk semua pedagang Payungi dan masyarakat sekitarnya. Pesan-pesan ini harus memenuhi kriteria penting dan menarik bagi sebagian besar komunikan, dengan stimulasi alat indra terbatas tergantung pada jenis media yang digunakan, seperti penggunaan indra penglihatan dan pendengaran. Meskipun umpan balik mungkin tidak langsung diperoleh atau memerlukan waktu untuk diobservasi, namun perhatian terhadap respons atau reaksi dari pedagang Payungi dan masyarakat terhadap pesan-pesan tersebut membantu Penggerak Payungi dalam meningkatkan efektivitas dan relevansi program pemberdayaan yang mereka jalankan.

### 3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Terdiri dari:

- a. Interpretation (penafsiran). Media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap peristiwa-peristiwa penting. Penyelenggara media memilih dan mengatur peristiwa-peristiwa yang akan disajikan kepada publik.
- b. Entertainment (hiburan). Salah satu fungsi media massa adalah memberikan hiburan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak. Melalui berita ringan atau tayangan hiburan di televisi, media massa mampu menyegarkan pikiran dan menghibur khalayak.
- c. Surveillance (pengawasan). Media massa memiliki fungsi pengawasan dengan memberikan peringatan tentang ancaman atau situasi yang penting untuk diketahui. Fungsi pengawasan ini membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari dengan menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat.
- d. Linkage (pertalian). Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang memiliki kepentingan dan minat yang sama. Dengan demikian, media massa memfasilitasi terbentuknya pertalian antara individu-individu dalam masyarakat.
- e. Transmission of values (penyebaran nilai-nilai). Media massa juga berperan dalam menyebarluaskan nilai-nilai dan norma-norma dalam masyarakat. Melalui representasi kehidupan masyarakat dalam berbagai bentuk media, media massa membentuk gambaran tentang bagaimana masyarakat bertindak dan apa yang diharapkan dari mereka.

Fungsi-fungsi media massa seperti interpretasi, hiburan, pengawasan, pertalian, dan penyebaran nilai-nilai dapat dihubungkan dengan proses pemberdayaan yang dilakukan oleh Payungi. Misalnya, dalam hal interpretasi, Payungi dapat menggunakan media massa untuk memberikan penafsiran terhadap isu-isu penting yang berkaitan dengan pedagang Payungi dan pemberdayaan ekonomi mereka. Fungsi hiburan media massa juga dapat dimanfaatkan oleh Payungi untuk mengurangi ketegangan dan

meningkatkan semangat serta motivasi pedagang melalui tayangan atau konten yang menghibur. Pengawasan media massa dapat membantu Payungi dalam memberikan peringatan dan informasi tentang ancaman atau peluang yang mungkin memengaruhi kegiatan pedagang Payungi. Selain itu, Payungi dapat memanfaatkan media massa sebagai sarana untuk menyatukan anggota masyarakat yang beragam dan membentuk hubungan berdasarkan kepentingan ekonomi yang serupa. Terakhir, dengan menyebarluaskan nilai-nilai, media massa dapat menjadi alat sosialisasi yang efektif bagi Payungi untuk memperkenalkan nilai-nilai dan perilaku yang diharapkan dalam menjalankan usaha mereka serta aspirasi untuk masa depan yang lebih baik.

#### **2.2.5. Komunikasi *New Media***

##### **1. Pengertian Komunikasi *New Media***

Teori media baru oleh Pierre Lévy adalah sebuah konsep yang mengkaji perkembangan media dalam konteks digital dan internet. Lévy berpendapat bahwa media baru, terutama yang diwakili oleh World Wide Web (WWW), memberikan lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Lingkungan ini memungkinkan manusia untuk mengembangkan cara baru dalam mengakses, berbagi, dan memproses informasi, yang pada akhirnya mengubah orientasi pengetahuan manusia.

Menurut Ginting, Rahmanita Dkk (2021) karya Rahmanita Ginting, dkk, *new media* adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik. Secara harfiah, *new* diartikan baru, sedangkan *media* berarti alat yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Jadi bisa dimaknai bahwa *new media* adalah alat baru yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan.

## 2. Ciri-ciri *New Media*

Martin Lister dalam bukunya yang berjudul "*New Media: A Critical Introduction*" menguraikan beberapa karakteristik media baru. Berikut adalah ciri-ciri tersebut menurut Lister (2009:11):

- a. Pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, serta pola konsumsi media seperti permainan komputer, simulasi, dan efek khusus film.
- b. Metode baru dalam menyajikan dunia, dengan penggunaan media yang menawarkan kemungkinan representasi yang baru.
- c. Jenis hubungan baru antara pengguna, konsumen, dan teknologi media.
- d. Pengalaman baru dalam identitas diri dan komunitas saat berinteraksi.
- e. Konsepsi baru tentang hubungan biologis manusia dengan teknologi media.

## 3. Karakteristik *New Media*

Martin Lister mengidentifikasi beberapa karakteristik media baru, yaitu: digital, interaktif, hipertekstual, virtual, *networked*, dan tersimulasikan.

- a. Digital. Proses digitalisasi membedakan media baru dari media tradisional. Dalam proses ini, data yang diperoleh (suara, teks, gambar) diubah menjadi kode biner, yang kemudian diproses oleh komputer dengan cara tertentu.
- b. Interaktif. Interaktivitas telah menjadi salah satu karakteristik kunci 'nilai tambah' media baru. Ketika media 'lama' menawarkan konsumsi pasif, media baru menawarkan interaktivitas. Secara umum, istilah ini berarti perasaan yang lebih kuat mengenai keterlibatan pengguna dengan teks media, hubungan yang lebih independent terhadap sumber pengetahuan, penggunaan media secara individual, dan pilihan pengguna yang lebih besar.
- c. Hipertekstual. Hipertekstual atau *Hypertext* adalah karya yang terdiri dari unit-unit terpisah yang terhubung oleh jalur. Pengguna menjelajahi jaringan ini dengan alat navigasi antarmuka, dimana setiap 'node' memiliki link untuk masuk dan keluar.

- d. Maya atau virtual. Dalam pengertian ini, alih-alih mengartikannya sebagai 'bentuk realitas yang tidak lengkap', istilah tersebut kini menyarankan suatu alternatif terhadap yang nyata dan, mungkin, 'lebih baik daripada yang nyata'
- e. Networked. hal ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan orang lain di mana pun mereka berada, menghilangkan batasan geografis dalam interaksi antar pengguna.
- f. Tersimulasikan. Seperti karakteristik virtual, informasi yang diterima pengguna hanyalah simulasi dari kejadian aslinya. Dengan kata lain, kejadian di ranah virtual merupakan kejadian semu.

#### **2.2.6. Pola Komunikasi**

Pemahaman mengenai pola komunikasi sebenarnya banyak istilah nya, seperti misalnya disamakan dengan jaringan komunikasi, proses komunikasi yang pada intinya dilakukan sebagai cara dalam berkomunikasi. Menurut Effendy, pola komunikasi adalah proses yang bertujuan untuk menciptakan realitas yang menunjukkan ketergantungan antara unsur-unsur kepentingan dan kelangsungan pemikiran yang terstruktur dan rasional. Komunikasi merupakan aspek integral dari kehidupan sehari-hari manusia yang memfasilitasi hubungan antar individu maupun kelompok (Effendy, 2007).

Dari definisi tersebut, orang yang terlibat dalam komunikasi dan bahwa individu menyampaikan suatu hal kepada orang lain dari kebutuhan satu sama lain, sehingga dapat dikatakan bahwa manusia/ orang lah yang pada dasarnya terlibat dalam komunikasi. Pola komunikasi adalah proses komunikasi secara keseluruhan. Ini karena pola komunikasi mencakup segala bentuk, model, dan elemen-elemen terperinci yang terkait dengan proses komunikasi. Proses komunikasi, pada dasarnya, adalah serangkaian kegiatan yang melibatkan penyampaian pesan dan menerima umpan balik dari penerima pesan. Dalam proses tersebut, berbagai pola dan model akan muncul, mencerminkan cara pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan oleh para pelaku komunikasi. Dengan demikian, pola komunikasi dan proses komunikasi saling terkait dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain.

Selain itu, pola komunikasi adalah proses dari komunikasi, dan terdapat berbagai model yang bisa digunakan oleh kelompok untuk berkomunikasi dengan anggota kelompok lainnya. Pola komunikasi sama dengan proses komunikasi, yang meliputi serangkaian kegiatan yang menyampaikan pesan sehingga dapat menerima umpan balik dari penerima pesan.

Pola komunikasi menunjukkan bahwa jenis hubungan kelompok dapat terjadi melalui proses membentuk struktur sistem dan bagaimana orang berinteraksi satu sama lain, kelompok pada dasarnya bisa menentukan jenis hubungan yang ingin dimiliki. Dari definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi merupakan sebuah bentuk proses komunikasi dalam bentuk jaringan/ pola antara dua orang atau lebih yang mengirimkan pesan yang dihubungkan oleh dua komponen, gambaran dan rencana yang dikatakan sebagai bagian penting suatu tahapan kegiatan jika kelompok menjalin hubungan antara individu maupun kelompok organisasi.

Pola komunikasi pada suatu komunitas dapat menjelaskan bagaimana bentuk atau rangkaian komunikasi berlangsung antara pengurus maupun anggota dalam melakukan rapat rutin, kegiatan dan sebagainya. Menurut John R. Wenburg dan William W. Wilmot, serta Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, dalam Effendy (2007) terdapat tiga kerangka dasar dalam memahami komunikasi. Kerangka tersebut meliputi komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

#### 1. Komunikasi Satu Arah

Pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah diperkenalkan oleh Michael Burgoon dan disebut "definisi berorientasi sumber" (source oriented definition). Definisi ini menggambarkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang dilakukan secara sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan rangsangan guna memicu respons dari orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap sebagai tindakan yang disengaja untuk mengirim pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuk mereka melakukan sesuatu. Definisi ini

mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja, seperti pesan yang tidak direncanakan yang terkandung dalam nada suara, ekspresi wajah, atau isyarat spontan lainnya. Definisi yang berorientasi pada sumber ini juga mengabaikan sifat proses interaksi yang melibatkan pemberian dan penerimaan yang menyebabkan pengaruh timbal balik antara pembicara dan pendengar. Singkatnya, konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menekankan penyampaian pesan yang efektif dan menunjukkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Berdasarkan penjelasan tersebut, ciri-ciri komunikasi sebagai proses satu arah adalah sebagai berikut:

- a. Berorientasi Sumber. Komunikasi berfokus pada pengirim pesan yang secara sengaja mengirimkan rangsangan untuk memicu respons dari penerima.
- b. Tindakan yang Disengaja. Komunikasi dipandang sebagai tindakan yang direncanakan untuk menyampaikan pesan guna memenuhi kebutuhan komunikator.
- c. Instrumen untuk Memenuhi Kebutuhan Komunikator. Pesan disampaikan dengan tujuan tertentu, seperti menjelaskan sesuatu atau membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu.
- d. Mengabaikan Komunikasi yang Tidak Disengaja. Definisi ini tidak memperhitungkan pesan yang tidak direncanakan, seperti nada suara, ekspresi wajah, atau isyarat spontan.
- e. Tidak Melibatkan Interaksi Timbal Balik (*feedback*). Proses komunikasi tidak dianggap sebagai interaksi dua arah yang melibatkan pemberian dan penerimaan pesan secara timbal balik antara pembicara dan pendengar.
- f. Fokus pada Efektivitas Penyampaian Pesan. Penekanan pada bagaimana pesan disampaikan secara efektif dari pengirim ke penerima.
- g. Sifat Instrumental dan Persuasif. Semua kegiatan komunikasi dianggap sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk membujuk penerima pesan.

## 2. Komunikasi Dua Arah

Model Komunikasi Schramm diperkenalkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954. Model ini menggambarkan proses komunikasi sebagai dua arah, di mana pengirim dan penerima pesan dapat bergantian peran dalam mengirim dan menerima pesan. Pesan dikirimkan setelah melalui proses encoding, sehingga pengirim pesan juga disebut sebagai *Encoder*. Sementara itu, penerima pesan disebut sebagai *Decoder*, karena pesan yang telah di-encode oleh pengirim kemudian mengalami proses decoding oleh penerima pesan. Menurut model komunikasi Osgood dan Schramm, terdapat 9 (sembilan) komponen dalam proses komunikasi, yaitu *sender (transmitter), encoder, decoder, interpreter, receiver, message, feedback, medium, dan noise*.

Model komunikasi Osgood dan Schramm memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

- Fokus pada *encode* (Komunikator) dan *decode* (Komunikan).
- Komunikasi berlangsung dua arah.
- Adanya konsep *field of experience* yang merupakan efek psikologis dapat membantu untuk memahami proses komunikasi.
- Umpan balik bersifat tidak langsung dan lambat.
- Terdapat konsep umpan balik sehingga memudahkan bagi pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan diinterpretasi dengan baik oleh penerima pesan.
- Tidak diabaikannya konsep gangguan atau *noise*.
- Penerima pesan dan pengirim pesan dapat bertukar peran dalam menyampaikan dan menerima pesan.
- Bersifat dinamis dan berguna secara praktis.
- Gangguan semantik atau *semantic noise* merupakan konsep yang dapat membantu memahami permasalahan yang dapat terjadi selama pesan diinterpretasi.
- Konsep interpretatif membuat komunikasi menjadi efektif.
- Konsep konteks membuat faktor lingkungan dapat dimasukkan ke dalam interpretasi pesan dan membuat perubahan dalam nilai pesan.

- Tidak sesuai atau tidak cocok untuk diterapkan dalam proses komunikasi yang sangat kompleks.
- Hanya terdapat dua sumber utama yang berkomunikasi. Banyaknya sumber justru akan membuat proses komunikasi mengalami komplikasi dan model komunikasi tidak dapat diimplementasikan dengan baik.
- Dimungkinkan terjadinya perbedaan interpretasi terhadap pesan yang dikirimkan dan pesan yang diterima.
- Digunakan untuk media baru Dapat menjadi model komunikasi linear jika penerima pesan tidak memberikan tanggapan.

Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyamakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang terjadi secara bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal, dan penerima merespons dengan jawaban verbal atau gerakan seperti menganggukkan kepala. Salah satu elemen yang dapat ditambahkan dalam konsep ini adalah umpan balik (*feedback*), yaitu respons yang diberikan penerima kepada pengirim pesan. Umpan balik ini digunakan oleh pengirim pesan sebagai petunjuk untuk menilai efektivitas pesan yang disampaikan, apakah dapat dimengerti, diterima, atau menghadapi kendala. Berdasarkan umpan balik tersebut, pengirim dapat menyesuaikan pesan selanjutnya agar lebih sesuai dengan tujuannya. Namun, tidak semua respons penerima dianggap sebagai umpan balik. Sebuah pesan disebut umpan balik jika merupakan respons terhadap pesan pengirim dan mempengaruhi perilaku selanjutnya dari pengirim. Berdasarkan definisi diatas, komunikasi sebagai interaksi memiliki ciri ciri sebagai berikut :

- a. Proses sebab akibat.
- b. Adanya pertukaran pesan.
- c. Adanya *feedback*.
- d. Adanya perubahan fungsi antara pengirim dan penerima pesan.
- e. Adanya penilaian efektivitas pesan.
- f. Pesan dapat menyesuaikan dengan respon yang diterima pengirim pesan.

### 3. Pola Komunikasi Multiarah

Pola komunikasi multiarah adalah kombinasi dari model alir satu tahap dan dua tahap. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh sosiolog Paul Lazarsfeld pada tahun 1944, dan kemudian diperjelas oleh Elihu Katz dan Lazarsfeld pada tahun 1955. Model ini menyatakan bahwa pesan dari media massa mencapai khalayak melalui interaksi yang sangat kompleks. Media dapat mencapai khalayak secara langsung atau melalui berbagai bentuk penerusan, baik melalui pemuka pendapat maupun melalui interaksi antar anggota khalayak. Beberapa anggota khalayak menerima pesan secara langsung dari media massa, sementara yang lain menerimanya dari sumber atau saluran lain, atau secara tidak langsung. Dua tahap penyampaian pesan dalam model ini adalah dari media ke pemuka pendapat, dan dari pemuka pendapat ke khalayak. Model ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik dari media ke khalayak (yang juga berinteraksi satu sama lain), kembali ke media, dan seterusnya. Model alir banyak tahap ini tampaknya lebih tepat dalam menjelaskan proses pembentukan opini dan sikap. Setidaknya, model ini penting untuk menunjukkan bahwa setiap individu dipengaruhi oleh media maupun komunikasi antarpribadi, dan bahkan dapat mempengaruhi media serta orang lain. (Nuruddin, 2004:134).

Berdasarkan penjelasan tersebut, ciri-ciri dari komunikasi multi arah adalah:

- a. Komunikasi multi arah adalah kombinasi dari model satu arah dan model dua tahap
- b. Pesan media massa sampai kepada khalayak melalui interaksi yang sangat kompleks.
- c. Pesan dapat mencapai khalayak baik secara langsung maupun melalui berbagai macam penerusan secara berantai.
- d. Pesan dapat diteruskan melalui pemuka pendapat (opinion leaders) atau melalui interaksi antar anggota khalayak.

- e. Beberapa anggota khalayak menerima pesan secara langsung dari media massa, sementara yang lain menerimanya dari sumber atau saluran lain, termasuk dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya.
- f. Proses penyampaian pesan melibatkan dua tahap utama - dari media ke pemuka pendapat, dan dari pemuka pendapat ke khalayak.
- g. Terjadi hubungan timbal balik yang dinamis antara media dan khalayak, dengan khalayak juga berinteraksi satu sama lain, kemudian kembali lagi ke media, dan seterusnya.

Dalam proses komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok terdapat berbagai macam jenis gangguan diantaranya

1. Gangguan teknis Gangguan teknis terjadi ketika salah satu media yang digunakan dalam komunikasi mengalami masalah, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran tersebut mengalami kerusakan (channel noise). Contohnya adalah gangguan pada stasiun radio atau TV, gangguan jaringan telepon, atau kerusakan pada perangkat radio, yang menyebabkan suara bising dan sejenisnya.
2. Gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan oleh kesalahan dalam penggunaan bahasa (Blake, 1979). Gangguan ini sering terjadi ketika kata-kata yang digunakan terlalu banyak mengandung jargon atau bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh audiens tertentu. Selain itu, gangguan semantik juga bisa terjadi jika bahasa yang digunakan oleh pembicara berbeda dengan bahasa penerima, struktur bahasa yang digunakan tidak sesuai, sehingga membingungkan penerima, atau adanya perbedaan latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol yang digunakan.
3. Rintangan fisik adalah hambatan yang disebabkan oleh kondisi geografis. Contohnya adalah jarak yang jauh sehingga sulit dijangkau, serta kurangnya sarana seperti kantor pos, kantor telepon, dan jalur transportasi. Dalam komunikasi antar manusia, rintangan fisik juga bisa merujuk pada gangguan organik, yaitu tidak berfungsinya salah satu pancaindra pada penerima.
4. Rintangan status adalah hambatan yang disebabkan oleh jarak sosial antara peserta komunikasi, seperti perbedaan status antara senior dan junior atau

atasan dan bawahan. Perbedaan ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, misalnya bawahan yang cenderung menghormati atasannya, atau rakyat yang menghormati rajanya.

5. Rintangan kerangka berpikir adalah hambatan yang muncul akibat perbedaan persepsi antara komunikator dan audiens terhadap pesan yang digunakan dalam komunikasi. Hambatan ini terjadi karena perbedaan latar belakang pengalaman dan pendidikan.
6. Rintangan budaya adalah hambatan yang muncul akibat perbedaan norma, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Di negara-negara berkembang, masyarakat cenderung menerima informasi dari sumber yang memiliki banyak kesamaan dengan mereka, seperti bahasa, agama, dan kebiasaan lainnya.

Terdapat tiga jenis pola komunikasi yang relevan dengan proses pemberdayaan yang dilakukan oleh Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi, yaitu pola komunikasi satu arah, dua arah, dan multiarah. Pola komunikasi satu arah menggambarkan proses pemberian informasi dari Penggerak Payungi kepada Pedagang Payungi atau sebaliknya, tanpa adanya umpan balik yang signifikan dari penerima pesan. Dalam konteks pemberdayaan, pola komunikasi ini biasa dilakukan dalam bentuk pemberian intruksi dan ceramah. Pola komunikasi dua arah menekankan pentingnya interaksi timbal balik antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Dalam pola ini terjadi proses pengiriman dan penerimaan informasi serta umpan balik dari kedua belah pihak. Hal ini memungkinkan terjadinya dialog, pembahasan, dan kolaborasi yang lebih efektif dalam proses pemberdayaan, karena masing-masing pihak dapat saling memahami dan merespons informasi yang disampaikan. Pola komunikasi multiarah melibatkan interaksi dan pertukaran informasi yang kompleks antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses pemberdayaan. Dalam hal ini, Penggerak Payungi, Pedagang Payungi, dan mungkin pihak lain dapat saling bertukar pikiran dan menghasilkan solusi bersama untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

### 2.2.7. Penggerak Payungi

Menurut KBBI penggerak diambil dari kata dasar yaitu gerak. Gerak dalam KBBI memiliki arti peralihan tempat atau kedudukan, baik hanya sekali maupun berkali-kali. Penggerak memiliki arti dalam KBBI yaitu orang yang menggerakkan atau alat untuk menggerakkan.

Secara umum *actuating* berarti penggerakan, hal ini diartikan sebagai menggerakkan orang lain. Penggerakan pada hakekatnya merupakan suatu usaha dan dapat bekerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Husein, 2003: 78). Menurut Prof. Dr. Sondang, M. P. A., penggerakan merujuk pada keseluruhan proses memberikan dorongan kepada para bawahan untuk bekerja dengan penuh kesungguhan demi mencapai tujuan organisasi secara efisien dan ekonomis. Ini mencakup upaya untuk memotivasi dan menginspirasi para bawahan agar mau bekerja secara produktif dan berdedikasi untuk mencapai tujuan bersama. Dengan penggerakan yang efektif, diharapkan anggota organisasi akan bekerja dengan semangat dan komitmen tinggi, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan mencapai hasil yang diinginkan (Sondang, 2004: 120).

Menurut Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2019, Penggerakan Swadaya Masyarakat merupakan kegiatan yang mencakup penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan komitmen terhadap perubahan, mengembangkan kapasitas masyarakat, serta memperkuat kemandirian mereka demi terciptanya masyarakat yang mandiri, produktif, sejahtera, dan berdaya saing. Penggerak Swadaya Masyarakat adalah jabatan yang memiliki kewajiban, tanggung jawab, wewenang, dan hak untuk mengelola upaya pemberdayaan masyarakat desa melalui kegiatan penggerakan keswadayaan masyarakat guna mencapai tingkat kemandirian yang berkelanjutan.

Dalam konteks Penggerak Payungi. Penggerak Swadaya Masyarakat memiliki peran yang penting dalam pemberdayaan pedagang Payungi serta masyarakat sekitarnya. Dalam konteks ini, penggerak bertindak sebagai agen perubahan yang membantu pedagang Payungi untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam

mengelola usaha dan mencapai kemandirian ekonomi. Melalui kegiatan seperti Gelaran Pasar dan Pesantren Wirausaha, penggerak menyuluh, melatih, dan mendampingi pedagang Payungi dalam pengembangan keterampilan bisnis, pemasaran, manajemen keuangan, serta inovasi produk.

Penggerak Swadaya Masyarakat juga berperan dalam membangun komunitas yang kuat dan saling mendukung di sekitar pedagang Payungi. Dengan memberdayakan pedagang Payungi dan melibatkan mereka dalam kegiatan-kegiatan komunitas, penggerak membantu memperkuat ikatan sosial antara pedagang dan masyarakat sekitarnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedagang Payungi, tetapi juga memperkuat jaringan sosial yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Selain itu, melalui pendekatan penggerakan swadaya masyarakat, pedagang Payungi didorong untuk aktif berpartisipasi dalam proses pembangunan komunitas dan menciptakan perubahan positif dalam lingkungan mereka. Dengan demikian, penggerak swadaya masyarakat tidak hanya memberikan bantuan praktis kepada pedagang Payungi, tetapi juga membantu mereka memainkan peran yang lebih aktif dalam mencapai kemandirian ekonomi dan pembangunan berkelanjutan dalam konteks lokal mereka.

#### **2.2.8. Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan masyarakat desa adalah usaha untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan memperluas pengetahuan, mengubah sikap, meningkatkan keterampilan, mengarahkan perilaku, meningkatkan kemampuan, meningkatkan kesadaran, serta menggunakan sumber daya yang tersedia melalui pembuatan kebijakan, pelaksanaan program dan kegiatan, serta pembinaan yang sesuai dengan inti permasalahan dan prioritas kebutuhan masyarakat pedesaan (Untung, 2014:63).

Pemberdayaan masyarakat adalah rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan harta dan potensi masyarakat yang kurang mampu agar mau dan mampu mengakses berbagai sumber daya, modal, teknologi, dan pasar dengan

menggunakan pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pelayanan, serta proses pembelajaran yang mengarah pada kemandirian.

Zubaedi (2013:75-79) Pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan individu dan memanfaatkan sumber daya manusia yang tersedia dengan memperluas institusi, infrastruktur, dan fasilitas, serta dengan melakukan pendampingan, penyuluhan, dan pelayanan. Pendampingan membantu mendorong partisipasi aktif masyarakat secara menyeluruh, penyuluhan memberikan respons dan pemantauan terhadap perubahan-perubahan dalam masyarakat, sementara pelayanan berperan dalam mengatur distribusi sumber daya fisik dan non-fisik yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Menurut Adisasmita dalam Karimah (2014) Pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk menggunakan dan mengelola sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat pedesaan dengan lebih efektif dan efisien. Ini mencakup berbagai aspek, termasuk sumber daya manusia, dana, peralatan, data, rencana, dan teknologi sebagai input, serta pelaksanaan, pemantauan, dan pengawasan proses pemberdayaan. Tujuan akhirnya adalah mencapai pencapaian sasaran yang efektif dan efisien dalam meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat meliputi pemahaman terhadap konsep pembangunan masyarakat dan pembangunan yang berfokus pada masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami arti dan signifikansi dari pemberdayaan dan keberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat mengacu pada kemampuan individu yang hidup dalam suatu komunitas. Komunitas sebagai sumber keberdayaan memiliki nilai yang tinggi, yang memungkinkan kelangsungan hidup dan perkembangan dinamis serta kemajuan. Sementara itu, memberdayakan masyarakat merupakan usaha untuk meningkatkan martabat dan kualitas hidup lapisan masyarakat yang terjebak dalam kemiskinan dan keterbelakangan. Meskipun pemberdayaan masyarakat tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, namun secara tersirat juga menegaskan prinsip demokrasi ekonomi. Hal ini mencakup kontrol atas teknologi, kepemilikan modal, akses ke pasar dan informasi, serta keterampilan manajemen, yang

seharusnya berada di tangan rakyat dan untuk kepentingan rakyat (Mardikanto 2017:40-42).

Menurut Sulistyani, tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah terwujudnya individu dan masyarakat yang mandiri. Kemandirian ini mencakup kemampuan untuk berpikir secara mandiri, bertindak, dan mengendalikan langkah-langkah yang diambil. Kemandirian masyarakat merupakan kondisi di mana masyarakat memiliki kemampuan untuk memikirkan, membuat keputusan, dan melakukan tindakan yang dianggap tepat untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dengan menggunakan potensi dan kapasitas yang dimiliki.

Proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Penggerak Payungi melibatkan kegiatan melatih, dan mendampingi masyarakat untuk mencapai komitmen perubahan, pengembangan kapasitas, dan kemandirian. Salah satu cara yang dilakukan oleh Penggerak Payungi adalah program Gelaran Pasar. Dalam konteks ini Penggerak Payungi membantu Pedagang Payungi untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan keterampilan bisnis mereka. Melalui kegiatan ini, Pedagang Payungi diberikan pelatihan tentang pemasaran, manajemen keuangan, dan pengembangan produk, sehingga mereka dapat menjadi lebih mandiri dalam mengelola usaha mereka sendiri. Selain itu, program Pesantren Wirausaha juga merupakan bagian yang berkesinambungan dari upaya pemberdayaan. Penggerak Payungi memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Pedagang Payungi untuk mengembangkan keterampilan wirausaha mereka sendiri. Dengan adanya Pesantren Wirausaha, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan peluang usaha baru dan meningkatkan pendapatan mereka secara berkelanjutan. Selanjutnya, gotong royong menjadi aspek penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat ini, di mana Penggerak Payungi bersama dengan Pedagang Payungi bekerja sama dalam proyek-proyek pembangunan dan pemeliharaan lingkungan, infrastruktur, dan sarana publik Payungi. Melalui kerjasama ini, masyarakat belajar untuk bekerja sama, saling mendukung, dan memunculkan rasa kekeluargaan antar Pedagang Payungi dan Penggerak Payungi

### **2.2.9. Kelurahan**

Kelurahan adalah sebuah wilayah yang dihuni oleh sejumlah penduduk yang memiliki struktur pemerintahan terendah di bawah kecamatan, namun tidak memiliki kewenangan untuk mengelola rumah tangganya sendiri (Kansil 1988:20)

Kelurahan merupakan wilayah kerja Lurah sebagai Perangkat Daerah Kabupaten atau Kota. Kelurahan dipimpin oleh seorang Lurah yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil. Kelurahan merupakan unit pemerintahan terkecil, kelurahan memiliki hak mengatur wilayahnya lebih terbatas. Dalam perkembangannya sebuah Desa dapat diubah statusnya menjadi Kelurahan. (Widjaja HAW 2002:7).

Berdasarkan UU Nomor 73 Tahun 2005 Pasal 3 Kelurahan merupakan perangkat daerah Kabupaten/Kota yang berkedudukan di wilayah kecamatan. Kelurahan dipimpin oleh Lurah yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati/Walikota melalui Camat. Lurah diangkat oleh Bupati/Walikota atas usul Camat dari Pegawai Negeri Sipil.

Berdasarkan UU Nomor 73 Tahun 2005 Pasal 2 Kelurahan dibentuk di wilayah kecamatan. Pembentukan kelurahan dapat berupa penggabungan beberapa kelurahan atau bagian kelurahan yang bersandingan, atau pemekaran dari satu kelurahan menjadi dua kelurahan atau lebih. Dalam pembentukan kelurahan juga harus memiliki syarat berupa jumlah penduduk, luas wilayah, bagian wilayah kerja, dan sarana dan prasarana pemerintahan.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Menurut Moleong dalam (Herdiansyah 2012) Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya pada perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dalam bentuk kata-kata maupun bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode. Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah (natural setting) (Sugiyono, 2013).

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai penelitian kualitatif di atas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara seorang peneliti dengan fenomena maupun objek yang diteliti. Metode penelitian deskriptif kualitatif berguna untuk menguraikan informasi kualitatif dan sekaligus untuk menggambarkan dengan jelas masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini sering dipakai untuk menganalisis aktivitas dan fenomena sosial yang terjadi pada komunitas.

Metode Penelitian deskriptif kualitatif adalah ilmu-ilmu penelitian sosial yang mengumpulkan dan menganalisis berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung dan mengkuantifikasi data kuantitatif yang diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Bisa dikatakan dalam penelitian ini menggambarkan fenomena secara detail.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif, dengan demikian penelitian ini menggambarkan suatu keadaan dengan kata-kata. Deskriptif adalah metode yang digunakan sifat atau keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis dalam menyusun skripsi ini hanya berupa keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi lisan. Penelitian kualitatif membuka lebih besar terjadi hubungan langsung antara peneliti dan sumber data. dengan demikian akan menjadi lebih mudah bagi peneliti dan memahami fenomena yang dideskripsikan dibanding atas pandangan peneliti sendiri.

Penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber, sehingga dapat ditemukan gambaran bagaimana Pola Komunikasi Penggerak Payungi dalam proses Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat.

### **3.2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan pedoman untuk mengambil data apa saja yang relevan dengan permasalahan penelitian Moleong, 2006 (dalam Herdiansyah, 2009). Fokus penelitian harus konsisten dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang diterapkan terlebih dahulu, untuk mempermudah peneliti, maka penelitian ini memfokuskan pada pola komunikasi Penggerak Payungi dalam proses pemberdayaan masyarakat di Desa Yosomulyo Metro Pusat. Sehingga dapat diketahui bagaimana pola komunikasi antara penggerak dan masyarakat Desa Yosomulyo Pelangi terhadap keberhasilan tujuan, yakni pemberdayaan

masyarakat Desa Yosomulyo Metro Pusat. Fokus dari penelitian ini adalah penggerak aktif Payungi pada tahun 2023 dan Pedagang Payungi yang aktif berdagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Pedagang PAYUNGI) pada tahun 2023.

### **3.3. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Pasar Yosomulyo Pelangi yang berlokasi di Jl. Kedondong, Yosomulyo, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34111. Lokasi ini adalah tempat proses pemberdayaan antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Lokasi ini menjadi pusat kegiatan Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Setiap kegiatan dilakukan di lokasi ini seperti gotong royong, pesantren wirausaha, berdagang, dan proses pemberdayaan.

### **3.4. Sumber Informan**

Informan adalah subjek dari sebuah penelitian. Dalam penelitian kualitatif, menurut Sugiyono, penentuan informan sering dilakukan dengan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah metode pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya memilih seseorang yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang diharapkan, sehingga memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2016). Hal ini bertujuan agar informasi yang diperoleh bersifat akurat dan autentik, karena didapatkan dari sumber yang terpercaya. Adapun kriteria penentuan informan sebagai berikut :

1. Penggerak Payungi yang sudah aktif sebagai Penggerak Payungi minimal sejak tahun 2023.
2. Pedagang Payungi yang sudah aktif sebagai Pedagang Payungi minimal sejak tahun 2023.
3. Pedagang Payungi yang sudah aktif sejak awal didirikannya Payungi.
4. Pedagang Payungi yang berusia minimal 40 tahun
5. Pedagang Payungi yang masih dalam kategori Gen Z

**Tabel 2 Informan Penelitian**

1	Penggerak Payungi	3 Orang
2	Pedagang Payungi	3 Orang
Jumlah		6 Orang

### 3.5. Identitas Informan

Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, diharapkan dapat diperoleh beragam jawaban dari narasumber yang mampu mewakili atau menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Berikut adalah deskripsi identitas dari empat narasumber yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh penulis. Informasi lebih lanjut tentang identitas narasumber dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3 Identitas Informan**

No	Nama	Kode	Jabatan	Umur
1	Dharma Setiawan	DS	Founder Payungi	36
2	Alvin Fathur Rozi	AL	Penggerak Payungi	25
3	Deri Fitra Ramdani	DR	Penggerak Payungi	24
4	Muhammad Asabillah Effendi	AB	Pedagang Payungi	18
5	Hendi	HN	Pedagang Payungi	44
6	Iqbal Baihaqi	IQ	Pedagang Payungi	28

Penelitian ini ini berfokus untuk mengetahui pola komunikasi penggerak Payungi dalam proses pemberdayaan masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat. Wawancara dilakukan kepada 6 informan yang diantaranya adalah 3 Penggerak Payungi dan 3 Pedagang Payungi. Wawancara dilakukan pada tanggal 20-21 Juni 2024 di Payungi :

1. Pada informan pertama “Dharma Setiawan”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Rabu 19 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang

digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.

2. Pada informan kedua “Alvin Fathur Rozi”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Rabu 19 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.
3. Pada informan pertama “Hendi”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Rabu 19 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.
4. Pada informan pertama “Muhammad Asabillah Effendi”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Rabu 19 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.
5. Pada informan pertama “Iqbal Baihaqi”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Rabu 19 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.
6. Pada informan Ketiga “Deri”, wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Kamis 20 Juni 2024 di Payungi, Metro. Adapun media yang digunakan peneliti pada saat wawancara berupa handphone untuk merekam hasil wawancara, buku catatan, pena, draft pertanyaan yang disiapkan peneliti.

Berdasarkan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui pola komunikasi Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di di Desa Yosomulyo Metro Pusat dan untuk Mengetahui Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di di Desa Yosomulyo Metro Pusat, peneliti

melakukan wawancara secara langsung kepada informan sebagai triangulator data yang akan disajikan.

### **3.6. Sumber data**

#### **1. Data Primer**

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh melalui sumber pertama, yang disebut sebagai informan. Data atau informasi didapatkan melalui wawancara langsung. Penelitian dilakukan secara langsung melalui observasi dengan menanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian. Sumber informasi utama penelitian ini adalah penggerak dan anggota Pasar Yosomulyo Pelangi yang mengetahui fenomena dan permasalahan yang ingin diteliti.

#### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan informasi yang didapatkan melalui bahan bacaan peneliti, dengan cara mempelajari dan memahami dari literatur, buku, dokumen maupun media lainnya (Sugiyono, 2012). Dikarenakan data sekunder diperoleh dari melalui kepustakaan yang sudah tersedia, peneliti hanya perlu mencari dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan problem dan masalah penelitian.

### **3.7. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara Mendalam**

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi, pendapat, data maupun keterangan terkait permasalahan yang akan diteliti Moleong, 2005 (dalam Herdiansyah, 2012). Wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan para informan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan berdasarkan pedoman wawancara yang akan dibuat.

## 2. Observasi

Observasi merupakan proses melihat, mencermati, mengamati, dan merekam karakter individu maupun kelompok secara terstruktur untuk suatu harapan tertentu yang tentunya berkaitan dengan fenomena yang akan diteliti Cartwright (dalam Herdiansyah, 2012). Observasi merupakan kegiatan yang mencari data secara langsung di suatu lokasi penelitian dan pada hakikatnya observasi adalah tingkah laku yang diamati secara langsung oleh peneliti.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses sistematis menemukan dan mengedit data yang diperoleh dari wawancara, dokumen, dan catatan-catatan yang ditemukan di lapangan. Dengan mengklasifikasikan data, menguraikannya dalam kategori yang sama, sehingga dari kesimpulan tersebut nantinya peneliti dan orang yang membaca akan mudah memahami apa yang telah ditulis (Sugiyono, 2013). Adapun proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih dan mendasarkan pada pokok bahasan dengan pola yang sesuai dengan penelitian. Reduksi data menentukan pada teknik pemilihan yang memfokuskan pada penyederhanaan, abstraksi, dan perubahan data “kasar” catatan tertulis di lapangan. Diperlukan teknik ini untuk menemukan data yang sama untuk memudahkan penelitian. Data yang didapatkan melalui proses wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi tersebut akan diolah sehingga menemukan situasi yang berkaitan dengan fenomena penelitian.

#### 2. Penyajian Data

Pada tahap ini berbagai data dikumpulkan dan memungkinkan untuk mengambil kesimpulan. Penyajian data berupa teks deskriptif, grafik, matriks dan diagram dengan mengintegrasikan informasi dalam format yang konsisten dan dapat dikelola untuk memudahkan peneliti dan pembaca memahami konteks penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya bersifat deskriptif yang menggambarkan suatu fenomena atau peristiwa.

### 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan tahap untuk mencari atau memahami makna yang terlihat setelah itu informasi tersebut harus diuji keabsahannya. Tahap penarikan kesimpulan adalah deskripsi suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar namun setelah diteliti menjadi nyata, dapat berupa hubungan, asumsi atau konsep.

### 3.9. Teknik Keabsahan Data

Pada teknik keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi. Menurut Sugiyono triangulasi merupakan teknik validasi data yang menggunakan suatu hal selain data yang telah dimiliki peneliti untuk keperluan pembandingan dengan data tersebut (Sugiyono, 2013). Terdapat tiga jenis triangulasi, triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu penjelasannya sebagai berikut:

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data dengan cara mengecek informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan informan yang telah ditentukan. Kemudian peneliti menganalisis data yang diperoleh untuk menarik kesimpulan yang dapat memuat hasil penelitian.

#### 2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun menggunakan teknik yang berbeda. Seperti halnya jika peneliti memperoleh informasi dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Namun, informasi yang didapatkan berbeda maka peneliti akan melakukan interaksi kembali dengan informan yang bersangkutan untuk memastikan bahwa informasi tersebut akurat.

Pengujian keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data temuan serta membandingkannya seperti pengecekan data temuan dengan data narasumber yang berbeda namun dengan data sumber yang sama yaitu pedoman wawancara seperti narasumber pertama, kedua, dan ketiga diberi pertanyaan yang sama.

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat Kelurahan Metro Pusat dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat di kelurahan Yosomulyo Metro Pusat. Dapat diambil kesimpulan bahwasanya Payungi dapat menerapkan model pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, dan pola komunikasi multi arah. Dalam prosesnya Penggerak Payungi menggunakan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi *new media*. Hal tersebut dapat dilihat dalam BAB 4, hasil analisis dari penulis menjelaskan bahwasannya proses komunikasi yang dilakukan oleh penggerak dan pedagang Payungi memenuhi ciri-ciri dari model pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, dan pola komunikasi multi arah. Proses komunikasi yang terjadi di Payungi juga memenuhi ciri ciri dari komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi *new media*. Dalam pelaksanaannya pola komunikasi dua arah dan multi arah lebih dominan dikarenakan Pedagang Payungi sering berinteraksi satu sama lain dan ikut aktif dalam proses penyebaran informasi.

Terdapat faktor pendukung komunikasi yang terjadi antara Penggerak Payungi dan Pedagang Payungi. Faktor pendukung diantaranya yaitu penggunaan media digital untuk menyebarkan informasi kapan saja dan dimana saja, adanya *feedback* yang terjadi saat komunikasi, dan menggunakan komunikasi nonverbal

untuk meningkatkan pesan verbal. Sedangkan faktor penghambat diantaranya gangguan geografis, gangguan teknis, gangguan kerangka pikir, dan budaya.

## **5.2.Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di Payungi, khususnya terhadap pola komunikasi penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat Kelurahan Metro Pusat, peneliti melihat bahwasannya proses komunikasi sudah dilakukan sangat baik, namun terdapat beberapa saran yang penulis temukan dalam pelaksanaannya yaitu :

1. Saran teoritis, untuk penelitian yang akan dilaksanakan selanjutnya diharapkan dapat mengukur pengaruh komunikasi yang dilakukan penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi dalam proses pemberdayaan masyarakat Yosomulyo Pelangi. Sehingga pengaruh komunikasi tersebut dapat diukur keberhasilannya. Selain itu peneliti menyadari bahwasannya teori terkait pola komunikasi sangatlah banyak sehingga dengan adanya batasan tertentu, peneliti tidak dapat menjelaskan lebih banyak teori. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori lain ataupun jenis metode penelitian lainnya.
2. Saran praktis kepada penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi, diharapkan dapat menjaga konsistensi dalam berkomunikasi dengan pedagang Payungi, sehingga kedepannya Payungi dapat lebih maju dan tidak tertinggal di masa yang akan datang.
3. Saran praktis kepada pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi, diharapkan dapat terus mengikuti program yang dilaksanakan oleh penggerak Payungi, sehingga dapat terus berkembang bersama sama dalam masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif. Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajagrafindo Persada.
- Alimuddin Tuwu; Sevilla, Consuelo G.; Alimuddin Tuwu. (1993). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI-Press.
- Anantama, A., Widodo, A., & Puspitasari, A. (2022). Strategi Komunikasi Pengelola Pasar Yosomulyo Pelangi Metro Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 4(1), 55–80.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 256 hlm.
- Belakang, A. L. (2004). Sulistyani (2004), *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 1. 1–74.
- Berotabui, Yopphy K. (2022). Pola Komunikasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan di Kampung Mios Indi Distrik Poom Kabupaten Kepulauan Yapen Papua. *Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa*.
- Chambers, R. 1995. *Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial, Pembangunan Desa Mulai dari Belakang*, Jakarta.
- Damayanti, D., & Asbari, M. (2024). Guru Penggerak: Pengembangan Pendidikan melalui Kepemimpinan Guru. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 3(2), 5-10.
- Devito, Joseph. A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Edisi Kelima Terjemahan oleh Agus Maulana. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Elvinaro Ardianto; Lukiati Komala; Siti Karlinah. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.
- Ginting, Edwardo. 2020. *Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Puskesmas Merdeka, Kecamatan Merdeka Kabupaten Karo*.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Umsida Press, 1-119.
- Hardjana. (2013). Bab II Uraian Teoritis 2.1 Pengertian Komunikasi. Paper Knowledge. *Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika. 254 hlm.
- Indardi. (2016). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*.
- Irsyadania Khaira. (2022). *Penerapan Gaya Komunikasi Steward L.Tubbs*.
- Lestari, A. G. (2019). *Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Alokasi Dana Desa (Kabupaten Simalungun)*.
- Lestari, Gita Adinda. (2019). *Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Alokasi Dana Desa*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Prespektif Kebijakan Publik*.
- Nath, K., & Meena, N. (2019). Learner strategies and communicative acquisition: Learner's autonomy from the Indian perspective. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(6), 1142–1146.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Nurudin. (pengarang). (2016). *Sistem komunikasi Indonesia*. Jakarta: Rajawali.
- Nurudin. (penulis). (2017). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurdiyansyah, I. (2017). *Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pembinaan Generasi Muda (Studi di Desa Air Berudang Kec. Tapakutan Kab. Aceh Selatan)*. 1–2.

- Prastanti, I. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro. 7.
- Puspitania, Y. I., & Vanel, Z. (2021). Strategi Komunikasi Pasar Payungi Dalam Membangun Image Pasar Kreatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 197–210.
- Razali, Geofakta. (2022). *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Rodiyah, O. (2022). Pola Komunikasi Komunitas Jendela Lampung Dalam Meningkatkan Minat Baca Anak-Anak (Studi Pada Pengurus dan Anggota Komunitas Jendela Lampung, Bakung, Teluk Betung, Bandar Lampung).
- Rusdiana. (2019). *Etika Komunikasi Organisasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi.pdf* (p. 316).
- Sasa Djuarsa Sendjaja, et al. (2008). *Modul Teori Komunikasi*. NBER Working Papers, 89.
- Suriati, S., Samsinar, S., & Rusnali, N. A. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Verolyna, D. (2019). Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Konflik Perkawinan. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak*, 1(2).
- Wardhany, Andy Corry. 2009. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wisnu Dwi Prasetyo. (2017). *Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Komunitas Rumah Hebat Indonesia dalam Memberdayakan Anak-anak Rejosari, Gilingan, Surakarta)*. 1–26.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wright, C.R. (1989). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House.