

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. SAJIAN DATA**

Sosialisasi menurut Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo diartikan sebagai pengenalan program konservasi penyu kepada masyarakat, sehingga pengukuran efektivitas sosialisasi dapat dilihat dari tingkat pemahaman masyarakat yang dituju mengenai program konservasi penyu. Sosialisasi program konservasi penyu sangatlah penting mengingat pengetahuan masyarakat yang masih sangat minim mengenai penyu di bumi ini. Dengan adanya sosialisasi diharapkan masyarakat dapat memahami serta mendukung adanya program konservasi penyu ini. Untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam sosialisasi, diperlukannya strategi komunikasi yang tepat. Menurut Effendy (2007:32) Strategi komunikasi merupakan rancangan yang dibuat secara mendetail tentang rencana-rencana teknis dan langkah-langkah komunikasi yang dijalankan oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang atau jangka pendek untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **A.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Kelompok Pemuda Peduli**

### **Penyu Pandansimo**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, KP4 (Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo) melakukan perencanaan strategi komunikasi untuk mensosialisasikan program konservasi penyu. Untuk lebih rinci mengenai perencanaan strategi komunikasi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi yang digunakan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) yaitu analisis situasi, penetapan tujuan, menentukan khalayak, menentukan media atau saluran komunikasi, anggaran dana. Dari informan yang diperoleh sejumlah 3 (tiga) anggota KP4, yang di antaranya pembina KP4, ketua KP4, dan sie publikasi KP4.

#### **a) Memilih dan Menetapkan Komunikator**

Komunikator adalah sumber yang memiliki wewenang untuk memberikan informasi kepada pihak lain (komunikan). Dalam hal ini, pembicaranya yaitu Ketua Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4). Hal ini dimaksudkan supaya masyarakat dan wisatawan memahami tujuan yang dimaksud oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo mengenai program konservasi penyu.

Seperti yang telah dipaparkan pada wawancara kepada Ketua KP4 berikut ini :

“Kalo untuk pembicara waktu sosialisasi ini, kebetulan biasanya saya sendiri mbak. Biasanya nanti yang lain bantu-bantu. Ada yang dokumentasi, ada yang mengondisikan *audience*, ya gitu. Kalo untuk sejauh ini pembicara kita hanya satu, yaitu saya, Ketua KP4. (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).”

Dari data tersebut mengatakan bahwasanya anggota dari KP4 adalah komunikator dalam sosialisasi program konservasi penyu ini. Namun, yang menjadi pembicara saat melakukan sosialisasi hanyalah Ketua dari KP4. Ketua KP4 menyampaikan bahwa mereka harus menyiapkan anggota yang lain untuk siap menjadi pembicara.

Ketua KP4 mampu mempertimbangkan dan mengenali siapa yang menjadi penerima pesan. Pesan yang disampaikan adalah jelas. Komunikator juga paham alasan mengapa ia menyampaikan pesan tersebut. Sehingga hasil yang diharapkan dari proses komunikasi ini terlihat.

Melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) ini, diharapkan masyarakat dan wisatawan memahami Strategi Komunikasi Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam Mensosialisasikan Program Konservasi Penyu ini. Dengan begitu, diharapkan tidak adanya permasalahan yang terjadi.

#### b) Menetapkan Target Sasaran

Khalayak dalam komunikasi dapat meliputi: kelompok, masyarakat atau individu. Penentuan khalayak yang jelas akan mempermudah dalam

pemilihan media sebagai sarana penyampaian pesan dan menentukan teknik-teknik yang sesuai dengan khalayak sasaran. Dalam proses ini khalayak dapat di bedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, gaya hidup, pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi.

Dalam sebuah sosialisasi tentunya ada khalayak yang ingin dituju. Penerima pesan merupakan khalayak dari sasaran kegiatan yang dilakukan. Di mana khalayak dari sosialisasi konservasi penyu ini adalah masyarakat sekitar Pantai Baru Pandansimo dan wisatawan Pantai Baru Pandansimo. Segmentasi khalayak ini ditentukan berdasarkan tujuan awal serta konsep dari program kegiatan.

Satwa penyu banyak diburu oleh masyarakat untuk dikonsumsi, dijual dan lain-lain. Sehingga penyu sulit untuk berkembang biak. Hambatan lain dalam perkembang biakan yaitu, ketika wisatawan berkunjung ke pantai terkadang membuang sampah sembarangan. Sampah tersebut akan ke bawa angin ke laut. Ketika sudah masuk ke laut, penyu susah untuk membedakan ubur-ubur dengan sampah plastik. Di mana makanan penyu adalah ubur-ubur. Sehingga ketika penyu mencari makan, penyu salah memakan sampah plastik yang dikiranya adalah ubur-ubur. Ketika penyu tersebut sudah memakannya, nantinya akan keracunan. Setelah itu penyu akan mati.

Ketua KP4 yang menyampaikan seperti berikut ini:

“sasaran kita ya masyarakat sama wisatawan. Kenapa wisatawan? Kenapa masyarakat? Itu jelas ada udah ada jawabannya sendiri sendiri. Masyarakat sekitar yaitu masyarakat dusun Ngentak, di mana mereka inilah yang

mengelola wisata di Pantai Baru dan wisatawan yaitu wisatawan Pantai Baru. Masyarakat ini supaya mereka tidak memburu lagi. Selama ini kan mereka sering kalo dapet telur, ada penyu mendarat gitu. Kan mereka masak, mereka jual. Soalnya emang daging penyu ini enak katanya. Jadi kalo mereka ada musim penyu mendarat ini pasti mereka cari lagi. Sama yang kedua wisatawan di pantai ini juga penting karna sampah yang mereka buang sembarangan itu nanti kena angin laut. Jadi di laut banyak sampah sampah gitu, nah kadang dimakan sama penyu. Jadi kaya keracunan gitu kan, mati penyunya.” (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).

Dari pernyataan di atas dikatakan bahwa dalam menentukan khalayak, Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) melihat dari sisi penyebab musnahnya satwa penyu. Dalam hal menentukan khalayak ini telah ditentukannya sejak awal adanya kegiatan. Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam langkahnya untuk menyadarkan pemburu untuk berhenti memburu satwa penyu. Di mana pemburu yang dimaksud tersebut adalah masyarakat sekitar Pantai Baru sendiri. Adanya kesadaran yang sangat kurang dari mereka, menyebabkan penyu menjadi hal yang sangat lazim dikonsumsi pada saat itu. Jika memasuki bulan-bulan penyu bertelur yaitu antara Mei-Agustus masyarakat akan mencari telur penyu. jika penyu ditemukan mereka akan segera menjualnya ataupun untuk dikonsumsi. Hal tersebut jelaslah salah. Dengan adanya KP4, mereka diminta untuk melakukan kerja sama. Apabila masyarakat menemukan telur penyu, KP4 meminta untuk segera dilaporkannya ke KP4 untuk dibuatkannya sangkar untuk bertelur hingga tukik (anak penyu) (anak penyu) tersebut akan dilepaskannya kembali ke laut lagi sebagai habitatnya.

Sebagai bentuk terima kasih atas kerja sama dari masyarakat tersebut, KP4 memberikan rupiah sebagai ucapan terima kasih sebesar Rp. 1000,00 per butir telur. Hal itu dimaksudkan supaya menjadi pengganti uang telur penyu yang biasanya dijual. Langkah yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) tersebut berjalan hingga saat ini. Masyarakat sudah terbiasa untuk memberikan telur penyu yang ditemukannya kepada KP4. Untuk berikutnya, ketika di laut makanan penyu adalah ubur-ubur. Wisatawan yang berkunjung ke pantai terkadang kurang sadar akan kebersihan pantai. Terkadang mereka membuang sampah tidak pada tempatnya. Hal itu sudah termasuk langkah awal atas punahnya penyu karena, sampah yang ada di pinggiran pantai akan terbawa angin ke laut. Di laut, sampah-sampah plastik akan banyak ditemukan. Di mana bentuk dan warna dari ubur-ubur dan sampah plastik putih adalah hampir sama. Sehingga penyu terkadang salah mengira bahwa ubur-ubur tersebut ternyata adalah sampah plastik. Ketika dimakan, penyu akan merasa keracunan hingga mati. Itulah sebabnya wisatawan juga menjadi khalayak dari sosialisasi konservasi dari Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) ini.

Adapun hal-hal yang menjadi bagian dari target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak adalah ditujukan kepada :

1. Masyarakat sekitar Pantai Baru. Masyarakat sekitar pantai sering melakukan jual beli ataupun konsumsi penyu dan telurnya.

2. Wisatawan Pantai Baru. Wisatawan Pantai Baru sering kali membuang sampah sembarangan, sehingga sampah tersebut terbawa angin hingga ke laut.

c) Teknik Penyusunan Pesan

Bahasa ialah seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. Bahasa dapat membantu kita menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah dimengerti oleh orang lain. Bagaimanapun bagusny sebuah ide, kalau tidak disusun menurut struktur bahasa yang benar maka ide yang baik akan menjadi kacau. Bahasa bukan hanya membagi pengalaman, tetapi juga membentuk pengalaman itu sendiri. Tanpa bahasa, manusia tidak bisa berpikir, bahasalah yang memengaruhi persepsi dan pola-pola berpikir seseorang.

Pesan sangat bergantung pada program yang akan disampaikan. Jika program komersial mengajak orang lain, maka pesannya provokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk penyuluhan untuk kesadaran masyarakat, maka pesan bersifat persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat, maka pesan bersifat informatif.

Menurut Ketua Divisi Publikasi KP4, pesan yang disampaikan oleh KP4 seperti berikut ini :

“kalau untuk teknik khusus dalam menyusun pesan sih kita nggak ada ya. Kita ya hanya langsung menyampaikan materi kita aja. Bahasanya juga yang gak formal-formal banget gitu. Jadi kita bikin biar gak resmi sepaneng gitu. Nanti juga kan

ada Tanya jawabnya. Yang penting itu pesan kita mengandung informative edukatif, gitu. (hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 27 Juni 2018)

Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) memberikan materi yang isinya informatif, edukatif dan persuasif. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesadaran untuk masyarakat dan wisatawan. Karena target sasaran dari kegiatan ini yaitu masyarakat dan wisatawan. Informatif artinya bersifat memberi informasi atau menerangkan. Edukatif artinya bersifat mendidik. Persuasif artinya mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Karena sebuah penyelamatan satwa adalah tanggung jawab kepada semua manusia di bumi ini. Pesan yang disampaikan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo yaitu melalui beberapa media seperti leaflet, stiker, sosial media dan blog. Meskipun menggunakan beberapa media dalam penyampaian pesan, namun inti dan tujuannya sama, yaitu mengenai program konservasi penyu.

#### d) Memilih media atau saluran komunikasi

Pada tahapan ini dimulai dengan menyeleksi dan menentukan fakta, keterangan yang akan disampaikan dalam kegiatan komunikasi. Berdasarkan materi dan fakta yang ada maka akan dapat di tentukan penggunaan media yang sesuai dalam kegiatan komunikasi. Media merupakan alat penyampaian pesan atau informasi dan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu kegiatan sosialisasi.



Pemilihan media harus di sesuaikan dengan masyarakat yang telah diidentifikasi berdasarkan kelompok tertentu, karena jenis media bermacam-macam dan menarik sehingga dalam pemilihannya harus dilakukan dengan cara yang hati-hati. Dengan mengetahui khalayak yang menjadi target sasaran kegiatan komunikasi maka akan mempermudah dalam hal pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan khalayak. Dalam penyebaran informasi dalam proses komunikasi tidak akan berjalan dengan baik jika hanya menggunakan satu media saja. Karena penyebaran informasi dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh berbagai macam media yang ada akan mencapai hasil yang maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi mensosialisasikan program konservasi penyu dari Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) yaitu menggunakan media cetak berupa leaflet, stiker, serta media sosial. Dari informan yang diperoleh sejumlah 2 (dua) anggota, keduanya mengungkapkan bahwa media yang digunakan dalam komunikasi mensosialisasikan program konservasi penyu ini yaitu menggunakan media lisan, cetak, dan media sosial.

Seperti yang diungkapkan Ketua Divisi Publikasi KP4 dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2018, beliau mengatakan bahwa:

“Media yang digunakan ya banyak ya... ada media cetak, media lisan, media tatap muka, sama media sosial. Kalo di media cetaknya kita ada beberapa lagi, kita pakai leaflet, pakai stiker. O iya sama pakai kaos juga, kaos tulisan

konservasi gitu. Media social kita ada instagram, ada facebook, ada blog. Yang paling aktif di instagram, kalo facebook sama blog udah gak aktif lagi.” (hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 27 Juni 2018).

Dari pendapat tersebut, bahwa Kelompok Pemuda Peduli Penyu (KP4) dalam pelaksanaan sosialisasi konservasi penyu menggunakan media komunikasi untuk mensosialisasikan program konservasi penyu yaitu dengan menggunakan media lisan, cetak dan media sosial. Adapun penggunaan media tersebut sebagian besar informan mengatakan bahwa media tersebut ditentukan berdasarkan sesuai situasi dan kondisi pada saat ini. Untuk masa seperti sekarang ini, media sosial sangat digandrungi oleh masyarakat, dari anak kecil, remaja, dewasa hingga orang tua. Hampir semua orang memiliki media sosial. Oleh karena itu dalam kondisi seperti ini dimanfaatkan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) untuk melakukan sosialisasi. Dengan harapan supaya hal tersebut memberikan peran positif bagi pengguna media sosial, baik KP4 sebagai komunikator dan warga net sebagai komunikannya.

Seperti yang telah disampaikan oleh divisi publikasi dari KP4 yang menyatakan bahwa untuk saat ini komunikasi yang paling efektif untuk mensosialisasikan program konservasi penyu yaitu melalui tatap muka, akan tetapi media sosial instagram sebagai media pendukungnya. Seperti contoh, ketika KP4 akan melakukan pelepasan tukik (anak penyu), dimana pelepasan tukik (anak penyu) ini mengandung kegiatan sosialisasi konservasi penyu sebelum kegiatan pelepasan tukik (anak penyu) dilakukan. Publikasi ini dilakukan melalui media sosial, dan dapat terlihat

respon yang banyak dari warga net. Untuk selanjutnya, mereka mendaftar untuk mengikuti kegiatan konservasi ini yaitu pelepasan tukik (anak penyu) di Pantai Baru. Sosialisasi ini dilakukan dengan media lisan yaitu tatap muka secara langsung. Komunikasi lisan ini disertai dengan kegiatan komunikasi tanya jawab antara komunikan dan komunikator mengenai sosialisasi tentang penyu.

Pada kegiatan ini dan yang lainnya KP4 juga sembari memanfaatkan media cetak yaitu seperti leaflet, dan stiker. Media cetak ini juga berisikan mengenai edukasi tentang penyu. Peserta pelepasan tukik (anak penyu) nantinya akan diberikan stiker sebagai kenangan sekaligus untuk terus mengingat adanya konservasi.

#### e) Produksi media

Setelah menetapkan media mana yang akan digunakan, maka tiba saatnya memproduksi media. Memproduksi media sangat bergantung tipe atau bentuk media mana yang akan dibuat, sebab memproduksi media cetak sangat berbeda dengan memproduksi media elektronik.

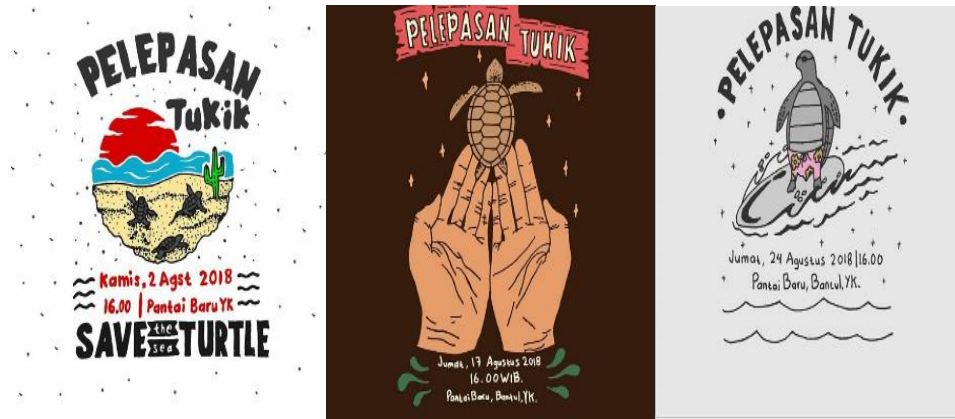
Pada saat peneliti melakukan wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 yang menyampaikan terkait produksi media, seperti berikut ini:

“untuk produksi media, kebetulan saya sendiri yang mendesain. Mulai dari leaflet, stiker, kaos dan apapun itu yang dibutuhkan desain. Oiya sama poster buat yang di upload tiap ada pelepasan tukik (anak penyu) itu. Untuk waktu produksinya gak nentu ya. Kalo untuk desainnya sendiri kadang cepet, gak nyampe sehari aja jadi. Kalo untuk nyetaknya tergantung antrian disana juga, paling sehari. Jadi ya paling dua hari itu udah beres. Kalo untuk jumlahnya, kita

paling cetak itu 100an. Nantipun kalau masih sisa bisa buat besoknya lagi.” (hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 27 Juni 2018).

Berdasarkan pernyataan di atas sudah jelas bahwa dalam produksi media, KP4 memiliki tim sendiri yaitu divisi publikasi KP4. Dalam proses pengerjaan produksi ini, divisi publikasi KP4 memproduksi beberapa yang digunakan untuk mendukung dalam proses mensosialisasikan program konservasi penyu ini. Di antaranya yaitu membuat desain kaos, leaflet, stiker, poster, dan mengelola akun instagram KP4. Dalam produksi media cetak, tim publikasi KP4 dengan anggota yang bernama Bondan Setyawan yang juga menempuh kuliah pada jurusan desain komunikasi visual. Sehingga dalam urusan mendesain sudah menjadi hal yang sangat mudah. Tim publikasi selalu mengupgrade desain yang dibuatnya. Sebagai contoh, setiap ada pelepasan tukik (anak penyu), poster yang dibikin selalu berbeda dan selalu inovatif.

Hal itu ditujukan supaya masyarakat di luar sana tertarik dengan gambar yang ada diposter tersebut.



Gambar 3.1 Beberapa poster yang dibuat oleh tim publikasi



Gambar 3.2 Stiker dan leaflet Konservasi Penyu

Dari beberapa media tersebut di atas, dijadikan sebagai media KP4 dalam menarik dan mengajak untuk mengikuti program konservasi penyu yaitu pelepasan tukik (anak penyu) yang mana pada kegiatan tersebut akan diadakannya sosialisasi konservasi penyu. Gambar tersebut adalah beberapa poster terakhir yang peneliti ambil dari akun instagram kp4\_pantaibaru.

Selain poster, KP4 juga memproduksi kaos donasi, seperti di bawah ini:



Gambar 3.2 Produksi kaos

KP4 memproduksi kaos yang bertemakan konservasi penyu. Dan kaos ini juga diproduksi dari tim publikasi KP4 sendiri dengan desain yang dibuat oleh Bondan Setyawan. Dalam memproduksi kaos ini, KP4 bekerja sama dengan yourlabs\_sablon, di mana kerja sama ini telah dilakukan sejak dulu. Keuntungan yang didapat dari kaos ini, akan didonasikan untuk kegiatan konservasi penyu di Pantai Baru dan sekitarnya.

f) Uji awal materi komunikasi

Setelah dilakukan pemilihan media dan produksi media, materi sosialisasi perlu diuji sebelum informasi tersebut diberikan langsung kepada masyarakat. Uji awal materi komunikasi dilakukan bertujuan agar materi komunikasi yang sudah dibuat apakah cocok disampaikan kepada khalayak. Kegiatan menilai atau menguji awal materi komunikasi dapat dilakukan dengan meminta bantuan ahli atau pakar dibidangnya. KP4 tidak dilakukan dengan rinci seperti menggunakan jasa ahli atau pakar bidang komunikasi, psikologi massa, atau ahli seni. Uji awal materi komunikasi dilakukan hanya sekedar *acc* materi kepada Pembina KP4.

Saat ditanya mengenai uji awal materi komunikasi Ketua Divisi Publikasi KP4 memberikan penjelasan bahwa:

“jadi gini, paling kalo kita itu sebelum sosialisasi ini berjalan, kita rembukan dulu semua anggota. Gimana apa yang kurang, bagusya gimana dan lain-lain. Nah setelah itu, nanti kita diskusikan lagi sama Pembina kita. Jadi di KP4 ini kita gak punya pakar-pakar komunikasi gitu ya hehe, jadi kita kalo butuh saran atau pendapat itu kita tanyanya ke Pembina KP4. Nah disitu nanti kita banyak masukan. Iya gitu aja kita.... Pembina KP4 itu orang-orang yang dulunya membentuk KP4 ini, sekarang kita anggap sebagai Pembina KP4. Pembinaanya itu ada mas Zanu, mas Zami, mas Marlin,

sama mas Iwan” (hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi 27 Juni 2018).

Seperti yang telah dijelaskan pada wawancara tersebut di atas, bahwasanya dalam perihal uji awal materi komunikasi, KP4 meminta bantuan pada Pembina KP4. Sebelum dilaksanakannya sosialisasi konservasi penyu, KP4 berdiskusi terdahulu dengan Pembina KP4. Disitulah Pembina KP4 memberikan masukan dan kritik atas materi yang akan disampaikan oleh KP4 untuk sosialisasi konservasi penyu ini.

g) Penyebarluasan media komunikasi

Penyebarluasan media sangat menentukan keberhasilan suatu program. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik dan jangkauan media itu sendiri. Untuk media luar ruang seperti spanduk, baliho reklame, harus pada lokasi yang bisa menarik perhatian orang lalu lalang. Mengenai distribusi media format kecil seperti stiker dan leaflet diperlukan orang terlatih. Penyebaran media format kecil dilakukan dengan cuma-cuma, dan tidak memaksakan kehendak orang mau menerima atau tidak. Pada saat peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada anggota KP4, mereka memberikan penjelasan seperti di bawah ini:

Penjelasan dari Ketua Publikasi KP4, yang menyampaikan bahwa:

“Kalo untuk media cetak sendiri kan harus tatap muka langsung ya, jadi kita pendistribusiannya ketika ada kegiatan konservasi penyu. Sebagai contoh, ketika ada pelepasan anak penyu, sembari kita memberikan edukasi tentang konservasi, kita juga membagiakan leaflet dan stiker. Nah selain itu, seperti kita di stand bantu expo, kita disana juga bagi-bagi leaflet untuk orang-orang yang lewat lewat



gitu. kita kalo kaya pasang-pasang baliho gitu belum. Belum sampai kesana. Oh pernah ding itu dulu, tapi gak lama. Soalnya sering lepas kalo yang dulu itu. Jadi kita itu dulu pasanganya cuma di pantai baru aja. Tapi kita pasanganya juga di tempat strategis. Tapi kalo sampai ke luar-luar pantai, gitu belum. Paling ya suatu saat kita lakukan itu. Kalo di media sosial sendiri, kita penyebarannya dimulai dari anggota sendiri. Eh bukan... sebelumnya, kita posting di akun kp4 nya. Nah setelah itu, nanti dari anggotanya diminta bantuannya untuk share juga. Biar teman-temannya juga banyak yang tau, dan semakin banyak juga yang membaca info ini. Nah kadang, kita juga minta bantuan pada akun-akun hits jogja untuk merepost kegiatan kami, jadi di media sosial ini banyak sekali membantu karena media nya dapat mudah untuk menyebarluaskannya gitu...”

(hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 29 Juni 2018).

Berdasarkan pernyataan tersebut, usaha yang dilakukan KP4 untuk menyebarkan sudah terlihat. Dimulai dari menyebarkan leaflet sampai penyebaran di media sosial. Untuk penyebaran di media cetak, mereka melakukan dengan tatap muka secara langsung kepada komunikan. Sebagai contoh, saat adanya kegiatan konservasi yaitu pelepasan tukik (anak penyu), sosialisasi di Bantul Expo dan juga pawai tentang konservasi penyu. Penyebaran media cetak tersebut juga didukung dengan penyebaran media komunikasi berupa media sosial, yaitu instgram. Karena saat ini KP4 hanya aktif di media sosial instgram, maka mereka fokus dan gencar untuk menyebarkan informasi mengenai konservasi penyu melalui media instgram ini. Tidak tanggung-tanggung KP4 pun bekerja sama dengan akun hits jogja seperti @berandajogja dan @event\_hitz\_jogja diminta bantuan untuk repost postingan dari KP4 ini. Hal ini dilakukan dengan tujuan, kegiatan konservasi ini akan tersebar luas. Di mana akun

@berandajogja memiliki pengikut sejumlah 84,5K dan @event\_hitz\_jogja memiliki pengikut sejumlah 685. Dengan begitu, KP4 mengharapkan kegiatan konservasi penyu akan mudah tersebar luas. Pada unggahan beranda joga didapat sebanyak 550-600 akun menyukai dan sebanyak 15-20 memberikan komentar pada unggahan tersebut. Angka tersebut didapatkan berdasarkan wawancara peneliti dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 yang menyatakan bahwa unggahan tersebut telah dihapus setelah satu bulan di unggah. Dan berdasarkan pengamatan terakhir sebelum dihapus oleh Ketua Divisi Publikasi KP4 menunjukkan jumlah angka tersebut. Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa KP4 belum menyebarluaskan melalui baliho dengan dipasang di beberapa tempat yang strategis. KP4 hanya melakukan sekali pemasangan baliho yaitu di Pantai Baru. Berdasarkan penjelasan tersebut juga dijelaskan bahwa nantinya, suatu saat mereka juga akan melakukan pemasangan baliho di beberapa tempat di Pantai Baru dan luar pantai baru yang dirasa tempat tersebut strategis untuk dilakukan pemasangan baliho mengenai konservasi penyu. Itulah beberapa penjelasan KP4 mengenai penyebaran media komunikasi yang selama ini telah dilakukan, dan sedikit rencana ke depan untuk melakukan penyebaran media komunikasi. Untuk saat ini, KP4 telah memiliki beberapa rencana ke depan untuk kemajuan KP4 sendiri.

#### h) Menganalisis efek komunikasi

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat

pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*). Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap ialah, adanya perubahan internal pada diri seorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu obyek.

Mengenai analisis efek komunikasi, peneliti telah melakukan wawancara dengan Ketua KP4 yang menyatakan bahwa:

“efeknya ini sekarang udah terlihat sekali ya. Kalo yang masyarakat ini kan jelas jelas kebanyakan dari mereka udah merubah tindakannya. Soalnya mereka udah gak lagi melakukan jual beli penyu dan telurnya. Jadi kan apa yang diedukasikan itu berarti masuk. Sudah tidak hanya ditingkat pengetahuan aja kalo ini, mereka udah sampai ke merubah perilakunya kan ya...” (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa efek yang diberikan memang sudah terlihat. Terbukti dari apa yang telah disampaikan oleh divisi publikasi KP4 tersebut bahwa, saat ini masyarakat sudah merubah perilakunya. Dari yang dulu gemar mengonsumsi penyu serta melakukan jual beli. Namun sekarang hal itu sudah tidak terjadi lagi. Terbukti bahwasanya apa yang disosialisasikan kepada masyarakat telah berhasil. Mereka memahami dan menerima apa yang telah diedukasi kepada mereka. *Feedback* yang sangat bagus yang diberikan masyarakat kepada KP4 terutama kepada konservasi penyu ini. Dengan sampai ke tahap ini, KP4 juga telah mempunyai langkah awal untuk pada titik keberhasilan dari sosialisasi konservasi penyu pada masyarakat di sekitar Pantai Baru.

Efek yang diberikan masyarakat terhadap konservasi penyu yaitu. Ketika dahulu sebelum adanya KP4, mereka sering melakukan jual beli penyu dan telurnya. Bahkan mereka gemar mengonsumsi penyu dan telur. Nah untuk saat ini, dengan adanya KP4 mereka telah diberikan sosialisasi dan didukasi mengenai pentingnya melindungi penyu dan telurnya. Ternyata dengan edukasi yang diberikan KP4 kepada masyarakat telah terlihat efek yang nyata. Masyarakat tidak lagi mengonsumsi dan melakukan jual beli penyu. Bahkan, mereka telah turut melakukan konservasi penyu yaitu dengan melaporkan ke KP4 jika mereka menemukan penyu yang mendarat ataupun menemukan telur penyu. Dengan begitu, sudah terlihat sekali efek yang diberikan masyarakat dari adanya sosialisasi konservasi yang telah dilakukan oleh KP4 ini kepada masyarakat di sekitar Pantai Baru Bantul.

i) Memobilisasi kelompok berpengaruh

Memobilisasi kelompok berpengaruh dilakukan agar kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Memobilisasi kelompok berpengaruh juga dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam melaksanakan sosialisasi langsung yang dilakukan.

Peneliti mendapatkan data ketika wawancara dengan Ketua KP4 yang menyatakan bahwa:

“iya jadi kalo di dusun kita kan ada pokgiat namanya, disitu kita kerjasama dengan pokgiat. Pokgiat itu kalo di dusun kita dihormati banget gitu, kaya masyarakat itu patuh dengan peraturan-peraturan yang ada dari pokgiat. Nah ini karna kita

di sini anggota KP4 ini mayoritas masih muda semua, nah kita minta bantuan dari pokgiat untuk melakukan sosialisasi dari pokgiat untuk masyarakat. Karena kami tahu bahwa nantinya masyarakat pasti akan mematuhi peraturan yang dibuat oleh pokgiat, demikian juga tentang konservasi penyu ini. Dan jelas kan, sekarang udah terlihat, memang benar dan berhasil.” (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).

Dari penjelasan tersebut, peneliti melihat bahwa untuk sosialisasi kepada masyarakat diperlukan untuk pendekatan. Yaitu pendekatan dari tokoh masyarakat, Di mana keberadaan tokoh masyarakat di dusun tersebut sangat disegani. Jadi keberadaan kelompok tokoh masyarakat di sini sangat berpengaruh dalam keberhasilan sosialisasi konservasi penyu di Pantai Baru dan sekitarnya. Dengan menggerakkan tokoh masyarakat ini untuk masyarakat bisa memahami, mengerti, dan menerima edukasi-edukasi, program-program, serta kegiatan dari KP4. Hal ini dilakukan KP4 karena, anggota KP4 di sini mayoritas pemuda, sehingga KP4 merasa segan apabila memberikan edukasi kepada masyarakat. Untuk itu, KP4 meminta bantuan dan bekerja sama kepada pokgiat Di mana keberadaan pokgiat di sini sangat disegani oleh masyarakat. Di mana anggota pokgiat adalah bapak-bapak yang sangat berbeda posisi dan keberadaannya dengan pemuda-pemuda dan sangat berbeda pengaruhnya atas peraturan untuk masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan pada wawancara tersebut, bahwa dengan kerja sama dengan pokgiat tersebut bisa berhasil. Dengan melakukan pendekatan dari tokoh masyarakat kepada mereka tersebut sangat berpengaruh. Karena untuk memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai konservasi penyu pada

masyarakat di sekitar Pantai Baru dibutuhkan pendekatan personal antara tokoh masyarakat dan masyarakat.

j) Penetapan Rencana Anggaran

Penentuan biaya atau anggaran dapat mengetahui berapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai program komunikasi yang akan di jalankan dan sebagai batas agar tidak terjadi pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan. Penyusunan anggaran sangat diperlukan, guna untuk mengetahui seberapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai program tersebut, sebagai suatu pedoman atau daftar kerja harus dipenuhi, anggaran di sini dibuat agar disiplin dalam pengeluaran tidak terjadi pembengkakan biaya.

Penetapan rencana anggaran dilakukan untuk memberi porsi pada tiap-tiap media sosialisasi baik dengan media, pelaksanaan *event* sosialisasi, dan lain sebagainya.

Penentuan anggaran dana menjadi hal yang harus dipertimbangkan. Dengan mengetahui seberapa banyak anggaran yang dimiliki oleh organisasi, dapat menjadikan tolok ukur kegiatan seperti apa yang akan dilaksanakan. Dengan menentukan anggaran dana dapat mengetahui dana yang dibutuhkan dalam melaksanakan program kegiatan. Penyusunan anggaran dana ini, diperlukan supaya penyelenggara kegiatan mengerti seberapa banyak alokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai suatu program kegiatan. Pada wawancara yang dilakukan pada 27 Juni 2018

Ketua KP4 menjelaskan mengenai anggaran dana yang digunakan dan sumber dana yang diperoleh seperti berikut ini:

“Suatu organisasi itu akan sukses jika bisa mengatur keuangan. Tidak bisa dipungkiri bahwa suatu organisasi itu tanpa adanya sumber dana. Sumber dana kita dari donasi yang diberikan para peserta pelepasan tukik (anak penyu) itu. Saat pelepasan tukik (anak penyu) itu kan kita buka donasi seikhlasnya. Jadi untuk kebutuhan apapun untuk konservasi kita pakai dana dari itu. Nah dari hasil donasi yang diberikan oleh peserta pelepasan tukik (anak penyu) tersebut, kita gunakan untuk seluruh kebutuhan KP4. Jadi sumber dana satu-satunya KP4 ini ya dari donasi tersebut. Kalo dulu, kan kita ada tarifnya sendiri yaitu 15.000 per orang untuk melepas tukik (anak penyu), nah kalo sekarang kita kan udah gak kaya gitu lagi. Jadi sistem pembayarannya udah kita rubah menjadi donasi seikhlasnya. Soalnya kenapa kita rubah seperti itu, karna ini kan kegiatan sosial nah sebisa mungkin kegiatan konservasi ini tidak memberatkan peserta gitu lo. Jadi kita rubah menjadi donasi seikhlasnya saja, biar tidak ada paksaan untuk membayar gitu. Tapi Alhamdulillah, berapa pun yang kita dapat, insyallah kita tidak pernah kekurangan dana untuk memenuhi keperluan KP4. Tinggal bagaimana kita *manage* anggaran, kita harus punya strategi disini.” (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).

Sumber dana yang didapatkan oleh KP4 yaitu KP4 membuka donasi ketika salah satu kegiatan konservasi penyu berlangsung yaitu pelepasan tukik (anak penyu). Pada Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) ini sumber dana tersebut masih menjadi sumber dana utama untuk KP4. Donasi ini digunakan untuk keberlangsungan hidup organisasi. Dalam maksud, donasi itu dimanfaatkan ketika KP4 menyelenggarakan kegiatan, seperti untuk membeli perlengkapan ATK dan lain-lain. Selain itu, KP4 menggunakan dana juga dalam melakukan sosialisasi seperti ke sekolah-sekolah. Untuk mengemas sosialisasi yang menarik tentunya

membutuhkan anggaran dana yang cukup. Dan yang tidak dapat dipungkiri juga yaitu ketika sosialisasi melalui media, baik media cetak dan media sosial dibutuhkannya dana. Serta yang paling penting yaitu dana tersebut untuk digunakan sebagai uang lelah masyarakat yang telah menemukan telur penyu dan bersedia untuk melaporkannya ke KP4.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, sumber dana Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) ini dari donasi yang diberikan oleh peserta pelepasan tukik (anak penyu). Awalnya, KP4 memberikan tarif sebesar Rp. 15.000,00 untuk satu peserta dengan satu tukik (anak penyu) yang akan dilepas ke laut. Harga itu diberikan dengan fasilitas satu tukik (anak penyu), souvenir, dan sertifikat pelepasan tukik (anak penyu) yang diterbitkan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4). Alokasi dana tersebut masih sama, yaitu untuk keberlangsungan kebutuhan Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4). Seperti untuk kebutuhan dalam menyiapkan kegiatan-kegiatan konservasi penyu yang diadakan oleh KP4. Namun, seiring berjalannya waktu, KP4 merasa bahwa adanya tarif tersebut menjadikan sedikit kejanggalan. KP4 tidak menginginkan sebuah konservasi diberikan tarif harga. Konservasi itu harus ikhlas dari diri sendiri. Maka dari itu, KP4 menghapuskan tarif harga dalam mengikuti kegiatan pelepasan tukik (anak penyu) yang diganti dengan memberikan donasi seikhlasnya.

k) Penyusunan Jadwal Kegiatan



Menetapkan jadwal kegiatan (*time schedule*) untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan kampanye atau sosialisasi harus dilakukan dengan memperhitungkan waktu yang kondusif, sehingga sasaran kampanye atau sosialisasi mengena.

Berikut ini penjelasan dari Ketua KP4 mengenai penyusunan jadwal kegiatan yang dilaksanakan KP4:

“Kalo masalah jadwal kegiatan kita udah ditentukan dulu ya. Jelas kegiatan kami tidak bisa dadakan gitu aja. Yang jelas kita berembug dulu kapan anggotanya bisa *full team*. Ya gak *full team* juga sih sebenarnya, tapi setidaknya mayoritas bisa gitu. Nah kalo kita mau bikin acara di pantai biasanya kita pilih hari hari libur, kalo gak pas *weekend* gitu, soalnya kan pasti rame ya pantai. Jadi ya mempermudah kita buat cari massa nya gitu. (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti tersebut, didapatkan data bahwa untuk perencanaan pelaksanaan kegiatan, jadwal ditentukan dengan diskusi dengan anggota KP4. Untuk kegiatan sosialisasi di pantai, KP4 mengambil hari *weekend* dengan alasan, banyak orang yang mengunjungi Pantai Baru jika akhir pekan. Dengan begitu, KP4 dapat dengan mudah mencari tambahan massa dari pengunjung Pantai Baru tersebut. Selain itu, untuk jadwal pelepasan tukik (anak penyu) tersebut disesuaikan dengan perhitungan kapan tukik (anak penyu) dapat dilepas ke laut. Untuk waktu, KP4 juga memperhatikan kapan waktu yang kondusif untuk dilakukannya sosialisasi.

## 1) Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertolak titik dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya tinggi atau rendah. Efektivitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi.

Mengenai evaluasi Ketua Divisi Publikasi KP4 memberikan penjelasan bahwasanya:

“Kalo untuk evaluasi tiap kegiatan itu.. paling kita cuma habis kegiatannya itu, nanti malamnya kita makan malam dimana gitu. Nah, jadi evaluasinya kita ya pas makan malam itu nanti kita sambil membahas evaluasi. Jadi.. evaluasi kita itu bersifat informal dengan rapat koordinasi gini.. (hasil wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 27 Juni 2018).

Seperti yang telah dijelaskan tersebut, bahwa evaluasi hanya dilakukan dengan rapat koordinasi yang bersifat informal. Biasanya pertemuan ini dilakukan ketika kegiatan telah selesai dilaksanakan. Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang dihasilkan sosialisasi. Kemudian berdasarkan wawancara dengan Ketua Divisi KP4 tersebut, beliau mengatakan bahwasanya untuk proses evaluasi sosialisasi konservasi penyu secara menyeluruh dilakukan per 1 tahun sekali, hal ini berkaitan dengan penyusunan strategi sosialisasi konservasi

penyu yang memang telah disusun 1 tahun sekali. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Ketua KP4.

“untuk evaluasi secara keseluruhan dalam sosialisasi ini, kita biasanya tiap setaun sekali aja. Karna kan musim penyu ini setahunnya Cuma ada di bulan Mei-Agustus, na jadi setelah bulan tersebut setiap tahunnya kita melakukan evaluasi. Dan evaluasi kita juga masih dalam bentuk musyawarah gitu. Jadi biasanya nanti disitu kita banyak masukan, banyak inovasi-inovasi yang kita kembangkan gitu.” (hasil wawancara dengan Ketua KP4 27 Juni 2018)

## **A.2 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4)**

Pelaksanaan sosialisasi konservasi penyu selama tahun 2017 dilakukan melalui tatap muka dan melalui media. Kegiatan tersebut dilaksanakan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) bekerja sama dengan beberapa pihak lainnya. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan di antaranya adalah sebagai berikut:

### **a. Wawancara dengan Media**

Wawancara dilakukan oleh media dan narasumbernya adalah dari pihak KP4, sebagai narasumber biasa diwakili oleh Ketua KP4. Pesan yang disampaikan dalam wawancara dengan wartawan seperti yang disampaikan oleh saudara Bondan Setyawan sebagai berikut:

“untuk pelaksanaan wawancara dengan media ini ya disesuaikan dengan pertanyaan yang diajukan oleh wartawan. Biasanya kita diwawancarainya pas edukasi sama pelepasan tukik (anak penyu) di pantai gitu. Kadang wartawan tau kita dari instagram, kalo postingan kita di *repost* sama akun-akun hits jogja gitu. Sejauh ini ada yang dari wartawan media cetak ada juga yang dari televisi. Dan sejauh ini kegiatan yang sering diliput kegiatan pelepasan tukik (anak penyu) sama edukasinya di pantai. (Wawancara Ketua Divisi Publikasi KP4, 1 Juli 2018).

Wawancara dengan media bisa dijadikan sebagai media untuk sosialisasi kepada masyarakat sesuai dengan peristiwa apa yang terjadi yang bisa menjadi pemberitaan di media. Kegiatan ini sifatnya menyesuaikan tidak menggunakan rancangan apapun.

Seperti yang diungkapkan oleh Sekretaris KP4 sebagai berikut:

Dengan adanya wawancara dengan media ini kan bisa menambah menyebarluaskan kegiatan kami ya. Konservasi penyu ini. Selain memberikan informasi berita kegiatan kita kana da sosialisasinya juga lewat wawancara ini. Tujuannya supaya masyarakat semakin jelas dan ngerti gitu konservasi penyu itu seperti apa dan bagaimana. (Wawancara Ketua KP4, 1 Juli 2018).

#### b. Sosialisasi di Sekolah

Sosialisasi konservasi penyu juga dilakukan di sekolah-sekolah. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada anak-anak usia sekolah khususnya seumur Taman Kanak-Kanak. Seperti yang telah dilakukan KP4 dalam melakukan sosialisasi di TK ABA KKN. Sekolah tersebut dipilih karena sekolah tersebut adalah sekolah yang paling dekat dengan Pantai Baru dan banyak anak-anak yang sepulang sekolah beraktivitas di sekitar pantai. Selain itu anak-anak usia tersebut juga sedang dalam masa-masa pengenalan hewan-hewan di sekitar lingkungannya. (Wawancara Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018).

Tujuannya sosialisasi ini supaya anak-anak sekolah mendapatkan edukasi mengenai konservasi penyu.

Setidaknya kita edukasi tentang penyu dulu deh. Gimana proses penyu bertelur, berapa hari menetas dan lain-lain. Ini kan masih anak TK juga jadi kita juga sambil main-main gitu acaranya. Biar mereka tertarik gitu. Sosialisasi juga kita libatkan guru sekolahnya untuk sama-sama menjadi agen sosialisasi kepada anak-anak didiknya. (Wawancara Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018).

Pesan yang disampaikan saat sosialisasi di TK ABA KKN adalah tentang “Pengenalan Satwa Penyu”. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi konservasi penyu kepada anak-anak dengan menanamkan rasa cinta dan peduli terhadap penyu sejak dini. Hal ini berkaitan dengan konservasi penyu. Beberapa hal yang disampaikan saat sosialisasi seperti yang dijelaskan oleh Bondan Setyawan pada wawancara 5 Juli 2018 adalah sebagai berikut:

1. Larangan untuk bermain di bibir pantai
2. Larangan untuk membuang sampah sembarangan
3. Pengenalan penyu dan habitatnya
4. Tata cara pelepasan tukik (anak penyu) (anak penyu)



Gambar 3.3 Sosialisasi Konservasi Penyu di Sekolah

Sosialisasi mengenai konservasi penyu di TK ABA KKN ini diharapkan tidak hanya berhenti saat selesai acara tersebut saja. Namun pihak sekolah termasuk guru dapat meneruskan sosialisasi tersebut kepada anak didik. Seperti yang diungkapkan oleh Bondan Setyawan sebagai berikut:

Partisipasi anak-anak cukup baik. Acara saat itu juga berjalan lancar. Ada sesi pembagian susu dan kenangan juga. Dari pihak sekolah juga sangat positif menerima kita. Dan kita juga sampaikan setelah kita sosialisasi, pihak sekolah juga bisa terus sosialisasikan ke anak-anak kedepannya. Jadi nggak hanya berhenti di sini saja sosialisasinya. Karena yang namanya bermain di sekitar rel atau melempar batu ini sangat berbahaya. (Wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018)

#### c. Sosialisasi di Bantul Expo Fair

Melalui *event* Bantul Expo Fair ini, KP4 mendirikan *stand* yang mana stand tersebut berisikan tentang foto-foto kegiatan konservasi penyu, penayangan video tentang penyu bertelur, simulasi bertelurnya penyu, menyediakan leaflet tentang konservasi penyu dan masih banyak lagi.

Display ini dilakukan dengan tujuan mensosialisasikan konservasi penyu, yang mana pengunjung Bantul Expo Fair diajak untuk “melek konservasi penyu”. KP4 membagikan leaflet kepada pengunjung serta mempersilakan pengunjung untuk melakukan tanya jawab seputar penyu. Selain itu, KP4 juga menyediakan tempat untuk simulasi bertelurnya penyu. Dalam kegiatan ini KP4 menggunakan beberapa properti, salah satunya yaitu bola pingpong yang dijadikannya sebagai telur penyu, karena bentuk dan warna keduanya hampir sama. (Wawancara Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli Juni 2018).

Untuk event di bantul expo ini, kita mendirikan satu stand. Nah dengan stand itu, kami bikin jadwal untuk yang jaga, biar gentian juga. Terus di stand itu kami menyediakan beberapa seperti simulasi penyu bertelur, video penyu, foto kegiatan KP4, menyediakan leaflet dan lain lain. Nah nanti sosialisasi kita ya di stand ini, nanti kan ada yang masuk stand beberapa orang gitu, nah disitu kami sosialisasikan kepada mereka sama tanya jawab juga. Nanti kalo ada yang masuk stand lagi baru sosialisasikan lagi gitu. Jadi kita gak nunggu banyak orang. Tiap ada yang masuk nanti kita beri edukasi gitu. (Wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018)

Selama tahun 2017, *event* ini diadakan hanya sekali dalam setahun. Pada *event* ini, dimanfaatkan oleh KP4 untuk mengenalkan dan mensosialisasikan konservasi penyu. Respon yang diberikan pengunjung pun sangat baik. Mereka tertarik dengan adanya konservasi penyu ini. Tidak sedikit juga dari pengunjung yang memberikan apresiasinya terhadap KP4 di *event* Karnaval HUT RI di Kabupaten Bantul

Pada HUT RI yang ke-70 KP4 mengikuti sebuah acara peringatan hari kemerdekaan yang diadakan oleh Kabupaten Bantul. KP4 menampilkan tarian dari gerakan-gerakan yang telah di atur sebelumnya. Penampilan tersebut dengan memakai tempurung penyu yang dibuat dari kardus. Seiring dengan KP4 menari dan berjalan, terdengar suara seseorang yang menceritakan tentang penyu dan KP4. Sebelumnya banyak masyarakat yang belum tahu keberadaan KP4 dan konservasi penyu, namun dengan mengikuti *event* ini banyak masyarakat di luar sana yang mengetahui keberadaan KP4 dan konservasi penyu. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Divisi Publikasi KP4 berikut ini:

Kita mengikuti karnaval ini dengan banyak persiapan ya sebelumnya, salah satunya kita bikin tempurung-tempurungan itu nanti digendong perorangan, jadi kayak penyu gitu. Alhamdulillah kita dapat juara 1 disitu. Kita juga merasa benar-benar memanfaatkan acara itu ya, soalnya pas kita jalan itu saya ada sering denger dari masyarakat yang nonton itu kaya lagi ngerti pertama disitu gitu. Dan lucu juga kita kan pake tempurung sambil joget-joget gitu. (Wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018)

Pesan yang disampaikan pada *event* ini yaitu:

1. Pengenalan KP4
2. Pengenalan penyu dan habitatnya
3. Ajakan untuk mencintai penyu
4. Ajakan untuk melindungi penyu



#### e. Sosialisasi di Pantai Baru

Sosialisasi yang diadakan KP4 ini *audience* nya tidak hanya pengunjung wisata Pantai Baru, namun ada beberapa masyarakat yang mengajak anaknya untuk mengikuti sosialisasi ini. Karena saat sosialisasi di sini, KP4 juga menyediakan penyu yang bias dilihat langsung oleh peserta sosialisasi. Dan ketika sosialisasi berakhir, akan ditutup dengan pelepasan tukik (anak penyu) ke laut. Di sini, peserta harus mendaftarkan diri terlebih dahulu untuk mengikuti pelepasan tukik (anak penyu) ini mengingat jumlah tukik (anak penyu) yang terbatas sesuai jumlah telur penyu yang ditemukan sebelumnya. Pada sosialisasi disini, peserta juga dibagikan leaflet dan stiker mengenai konservasi penyu. Selain itu, untuk mempermudah akses menuju sangkar semi alami, KP4 memberikan plang ditempat yang cukup strategis dan bertuliskan KP4 berwarna putih di kayu berwarna biru, dengan tujuan untuk mempermudah akses menuju lokasi tersebut.



Gambar 3.4 Sosialisasi Konservasi Penyu di Pantai Baru



Gambar 3.5 Sosialisasi Konservasi Penyu di Pantai Baru

f. Sosialisasi dengan Masyarakat

Untuk mensosialisasikan program konservasi penyu kepada masyarakat di dusun Ngentak, KP4 bekerja sama dengan POKGIAT, yang mana keberadaan POKGIAT yaitu mengatur segala peraturan di Pantai Baru. Maksud dari KP4 melakukan kerja sama dengan POKGIAT ini, supaya POKGIAT memberikan pendekatan personal kepada masyarakat tertentu. Sehingga dengan harapan masyarakat dengan mudah dapat mematuhi larangan dari POKGIAT. Seperti yang disampaikan oleh Danang salah satu masyarakat berikut ini :

Ya awal-awal saya kan sering menemukan penyu di pantai, biasanya sih kalo gak dijual ya di masak aja. Tapi sejak kapan ya itu, saya diberitahu POKGIAT kalo ternyata gak boleh lagi. Soalnya penyu itu udah ada Undang-Undangnya gitu mbak, ya gimana lagi kalo udah dilarang ya saya gak berani melawan. Jadi kalo sekarang saya menemukan telur apa penyunya itu saya laporkan ke Mas Zami, soalnya saya dekatnya dengan Mas Zami. Nanti Mas Zami yang menyampaikan ke teman-temannya. (Wawancara dengan Masyarakat KP4, 6 Juli 2018)

Dari wawancara tersebut didapat bahwa, dengan pendekatan personal dari POKGIAT ke masyarakat berhasil. Masyarakat mematuhi peraturan jika yang menyampaikan adalah POKGIAT. Pesan yang disampaikan diterima oleh masyarakat. Sehingga masyarakat sudah tidak lagi jual beli dan konsumsi penyu. Masyarakat segera melaporkan ke KP4 apabila menemukan penyu di pantai. Selain melakukan pendekatan personal, POKGIAT juga menyampaikan konservasi penyu melalui forum-forum yang diselenggarakan di dusun Ngentak, forum tersebut dilaksanakan sebulan sekali di awal bulan, dengan jumlah peserta kurang lebih 100 orang. Angka tersebut hanya berdasarkan perkiraan, mengingat tidak disediakannya presensi pada kegiatan tersebut. Angka tersebut didapat dari jumlah nelayan, pendorong, tukang parkir, pedagang dan profesi lain yang bekerja di Pantai Baru.

### **A.3 Evaluasi Strategi Komunikasi Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo**

Pada pelaksanaan strategi komunikasi dalam sosialisasi konservasi penyu oleh KP4, dilakukan setelah selesai kegiatan dilakukan, akan tetapi evaluasi masih dilakukan dalam bentuk rapat koordinasi yang bersifat informal. Kemudian untuk evaluasi menyeluruh dilakukan setiap setahun sekali, pada evaluasi tersebut juga membahas rencana sosialisasi yang akan dilaksanakan di tahun berikutnya. Seperti yang dijelaskan pada wawancara dibawah ini :

Kalo untuk evaluasi tiap kegiatan itu.. paling kita cuma habis kegiatannya itu, nanti malamnya kita makan malam dimana gitu. Nah, jadi evaluasinya kita ya pas makan malam itu nanti kita sambil membahas evaluasi. Jadi.. evaluasi kita itu bersifat informal dengan rapat koordinasi gini.. (Wawancara dengan Ketua Divisi Publikasi KP4, 5 Juli 2018)

Untuk evaluasi secara keseluruhan, KP4 juga telah melakukannya sesuai dengan yang dijelaskan oleh Iwan Fahmi Harja berikut ini :

untuk evaluasi secara keseluruhan dalam sosialisasi ini, kita biasanya tiap setaun sekali aja. Karna kan musim penyu ini setahunnya Cuma ada di bulan Mei-Agustus, na jadi setelah bulan tersebut setiap tahunnya kita melakukan evaluasi. Dan evaluasi kita juga masih dalam bentuk musyawarah gitu. Jadi biasanya nanti disitu kita banyak masukan, banyak inovasi-inovasi yang kita kembangkan gitu. (Wawancara dengan Ketua KP4, 5 Juli 2018)

Keseluruhan strategi komunikasi dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam sosialisasi konservasi penyu tentu ada faktor penghambat dan faktor pendukung yang dialami oleh KP4 sebagai pelaksana kegiatan.

Adapun faktor penghambat dalam strategi komunikasi sosialisasi konservasi penyu menurut Iwan Fahmi adalah sebagai berikut:

Penghambatnya itu kesulitan kita ada di biaya. Secara dana yang kita peroleh hanya dari donasi pas pelepasan tukik (anak penyu) itu. Kalo kita dananya banyak, besar kita bisa bikin acara atau sosialisasi yang banyak dan besar. Kalo sekarang ini kita terbatas pada dana. Jadi kegiatan untuk sosialisasi gak bisa banyak. Kesulitan yang lain yaitu kita butuh regenerasi juga yang pemuda dibawah kita biar ikut jadi anggota KP4, tapi itu ternyata tidak mudah. (Wawancara dengan Ketua KP4, 27 Juni 2018)

Selain faktor penghambat, tentu ada faktor pendukung suksesnya strategi komunikasi sosialisasi konservasi penyu. Adapun faktor pendukungnya seperti yang dijelaskan oleh Iwan Fahmi adalah sebagai berikut:

Kalau faktor pendukung kita dari eksternal ya ada POKGIAT, Guru TK, DKP Kabupaten Bantul, KAGAMA, sama percetakan Yourlabs Sablon, yang udah bekerjasama dengan kita selama ini. Kalo untuk faktor internal kita ya tentunya anggota kita sendiri. Seberapapun usaha mereka, itu saya hargai sekali. Kita bersama-sama untuk sosialisasi konservasi penyu. Kita jaga hubungan kita anatar anggota. Kita jalin komunikasi. (Wawancara dengan Ketua KP4, 5 Juli 2018)

### **Audiensi Sosialisasi Konservasi Penyu di Pantai Baru**

Dari penjelasan diatas mengenai sosialisasi konservasi penyu di Pantai Baru peneliti ingin memaparkan pengaruh akan sosialisasi konservasi penyu terhadap audiens atau masyarakat yang mengikuti agenda sosialisasi konservasi penyu oleh KP4 . Data responden didapatkan melalui wawancara yang telah peneliti buat sebelumnya. Setiap agenda sosialisasi yang dilakukan oleh KP4 pada awal pelaksanaan sosialisasi pembicara terlebih dahulu

memperkenalkan KP4 secara umum kepada audiens. Setelah pembicara selesai memaparkan, selanjutnya agenda sosialisasi konservasi penyu. Peneliti telah mengambil empat responden terkait sosialisasi konservasi penyu di Pantai Baru.

a. Pemahaman Audiens

Pemahaman audiens sosialisasi konservasi penyu oleh KP4 muncul ketika pihak pertama memberikan edukasi kepada pihak kedua mengenai konservasi penyu.

Responden pertama bernama Teresa Vita Wahyu yaitu seorang wisatawan Pantai Baru yang mengatakan bahwa dirinya mengetahui keberadaan konservasi penyu Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) melalui instagram rekan kerjanya.

“KP4 ini yaitu konservasi penyu yang diinisiasi oleh pemuda pemudi sekitar. Saya tahu konservasi penyu KP4 ini dari instagram teman.

Kalo untuk konservasi penyunya langsung sih mungkin gak ada ya mbak... Tapi mungkin lebih kepada berbagi informasi dan edukasi terkait edukasi penyunya ini aja sih ya... Kedepan saya juga ingin terus mendukung pelestarian alam dengan terlibat lagi.”(Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa responden pertama mengetahui keberadaan KP4 berasal dari sosial media instagram. Pada wawancara tersebut juga disebutkan bahwa KP4 merupakan konservasi penyu yang diinisiasi oleh pemuda-pemudi sekitar.

Responden kedua yaitu Yuni Arianta seorang wisatawan Pantai Baru menyampaikan bahwa ia mengetahui KP4 dari instagram.

“Oooo saya dari instagram aja saya taunya ini mbak. Mmmmmmmmm..... Kesadaran tentang pentingnya kepedulian terhadap lingkungan, yang memang saat ini

pencemaran yang terjadi sudah sangat parah. Untuk mulai, buang sampah di tempatnya, mengedukasi keluarga dan teman-teman untuk ikut peduli dengan lingkungan.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Responden ketiga yaitu seorang warga dusun Ngentak yang bermata pencaharian sebagai pedagang di Pantai Baru.

“Sudah lama e.... Dari ketuanya langsung, kebetulan dia kan saudara saya, jadi pernah dikasih tahu sama dia, gitu.. O yaa.. jadi ini mengubah pandangan dan perilaku saya. Bahwasanya ternyata penyu butuh dukungan dari manusia karena banyak terjadinya perburuan liar untuk dikonsumsi oleh manusia. Setidaknya kita membantu untuk tidak membuang sampah sembarangan dan tidak berburu penyu dan telurnya.” (Wawancara pada tanggal 7 Juli 2018)

Responden keempat juga merupakan seorang warga dusun Ngentak yang bermata pencaharian sebagai nelayan di Pantai Baru.

“Setau saya KP4 itu perkumpulan pemuda-pemudi dusun ngentak yang menangani penyu. yang saya dapat ya.. saya jadi tahu kalo ternyata yang saya lakukan selama ini adalah salah. Saya mohon maaf. Dan saya juga sekarang sudah tidak melakukan hal itu lagi mbak. Saya sudah lama berhenti melakukan itu. Kalo saya menemukan telur penyu, saya kasih ke kp4. Nanti saya dikasih uang pengganti mbak.” (Wawancara pada tanggal 8 Juli 2018)

Menurut peneliti berdasarkan wawancara yang didapat tersebut, dari keempat responden semua menyampaikan bahwa mereka memahami siapakah KP4 itu dan tugas apa yang dijalankan oleh KP4.

#### b. Ketertarikan Audiens

Responden Teresa Vita Wahyu menyampaikan ketertarikannya terhadap konservasi penyu.

“Menurut saya, itu sangat positif. Sebagai tanggung jawab kita merawat lingkungan, alam dan membantu kita untuk

lebih peduli lagi pada lingkungan.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Responden Yuni Arianta juga menyampaikan ketertarikannya pada KP4, seperti berikut ini :

“Menurut saya, itu sangat positif. Sebagai tanggung jawab kita merawat lingkungan, alam dan membantu kita untuk lebih peduli lagi pada lingkungan” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Hal yang sama juga disampaikan oleh responden ketiga, Suismawarti, seperti berikut ini:

“Iya tertarik.... karena kan ini sangat membantu dalam pelestarian penyu ya mbak. (Wawancara pada tanggal 7 Juli 2018)

Tidak jauh berbeda, responden keempat juga menyatakan hal yang sama :

“iya jadi karena saya dulu kan pernah ditegur gitu sama pokgiat, jadi pokgiat yang ngasih informasi ke saya pas sedang ada pertemuan apa gitu dulu di rumah pak dukuh.

Berdasarkan data yang didapat tersebut diatas, menyatakan bahwa audiens mengaku tertarik dengan adanya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KP4 ini. Akan tetapi terdapat satu responden yang menyatakan bahwa ia mengaku tertarik karena hal tersebut yang menyampaikan adalah POKGIAT.



c. Pencapaian Pesan/Informasi

Pelaksanaan sosialisasi Konservasi Penyu diawali dengan gambaran umum mengenai penyu dan selanjutnya pemaparan mengenai jenis-jenis, kemudian mengenai konservasi penyu di Pantai Baru.

Responden Pertama, Teresa Vita Wahyu menyampaikan:

“Ya saya paham. Tim konservasi sangat jelas dalam menyampaikan tujuan dan sejarah dalam konservasi tersebut. Jadi yaaa sayaa jadi paham soal penyu dan tukik (anak penyu), jenis-jenisnya, cara pelestariannya gitu mbak.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Selanjutnya, responden kedua juga menyampaikan seperti berikut ini:

“Ya, saya paham. Mmmmmmm..... Pengetahuan tentang berbagai macam jenis penyu dan tentang pelestariannya. O yaa jadi ini mengubah pandangan dan perilaku saya. Bahwasanya ternyata penyu butuh dukungan dari manusia karena banyak terjadinya perburuan liar untuk dikonsumsi oleh manusia. Setidaknya kita membantu untuk tidak membuang sampah sembarangan dan tidak berburu penyu dan telurnya.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2018)

Responden ketiga juga menyampaikan hal yang sama seperti diatas, yaitu:

“Paham mbak... Jadi lebih peduli dengan alam, lingkungan gitu mbak. Misal mengurangi tas plastik, membuang sampah gak asal lempar, di tempat sampah. Karena menurut saya perilaku terhadap sampah ini sangat berdampak pada lingkungan terutama air laut dan penyu itu sendiri.” (Wawancara pada tanggal 7 Juli 2018)

Responden keempat, Danang menyampaikan seperti berikut ini:

“iya paham. Ya intinya, kita jangan memakan daging penyu atau telurnya gitu. yang saya dapat ya.. saya jadi tahu kalo ternyata yang saya lakukan selama ini adalah salah. Saya mohon maaf. Dan saya juga sekarang sudah tidak melakukan hal itu lagi

mbak. Saya sudah lama berhenti melakukan itu. Kalo saya menemukan telur penyu, saya kasih ke kp4. Nanti saya dikasih uang pengganti mbak.” (Wawancara 8 Juli 2018)

Berdasarkan dari keempat pernyataan tersebut, didapatkan bahwa penyampaian pesan yang diberikan oleh KP4 dapat tercapai dan diterima dengan baik oleh audiens.

## **B. ANALISIS DATA**

Berdasarkan sajian deskripsi yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan sosialisasi program konservasi penyu merupakan kegiatan yang dirancang dan dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) itu sendiri, sesuai dengan peraturan perundangan yang telah ditetapkan. Dengan begitu dapat diketahui bahwa program ini berjalan untuk pelestarian alam dan sesuai dengan peraturan perundangan negara.

### **B.1 Analisis Perencanaan Strategi Komunikasi**

Dalam melakukan perencanaan, Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam mensosialisasikan program konservasi penyu ini dapat dikatakan perencanaan strategis. Perencanaan strategis yaitu perencanaan yang dibuat oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dengan menentukan visi, misi dan strategi suatu organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Pada bagian pembahasan ini peneliti akan mendeskripsikan dan menganalisis hasil temuan – temuan yang telah peneliti temukan di lapangan. Hasil temuan yang ada kemudian akan peneliti analisis sesuai dengan kajian teori komunikasi yang telah dipaparkan pada Bab 1.

a. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Sebelum dilaksanakan sosialisasi konservasi penyu, KP4 menyusun strategi dalam menyampaikan sosialisasi tersebut. Perencanaan strategi komunikasi yang baik akan menciptakan komunikasi yang efektif. Strategi yang pertama adalah dilakukannya perencanaan. Perencanaan pertama yang dilakukan KP4 adalah menentukan komunikator. Komunikator menjadi sangat penting karena komunikator adalah ujung tombak pemegang kendali dan pelaku utama dalam menyampaikan pesan. Menurut Hafied Cangara (2017:133), tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator yakni; (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).

James Jokey (1966) dalam Hafied Cangara (2017:134-135) lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator diperoleh dari kompetensi (*competence*), sikap (*attitude*), tujuan (*intention*), kepribadian (*personality*) dan dinamika (*dynamism*). Kompetensi adalah penguasaan yang dimiliki seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya. Sikap menunjukkan pribadi pembicara apakah ia tegas atau toleran dalam prinsip. Tujuan menunjukkan apa yang disampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak. Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi

yang hangat dan bersahabat, sedangkan dinamika menunjukkan apakah materi yang disampaikan itu menarik atau membosankan. Faktor lainnya adalah daya tarik (*attractive*). Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan necis, dan postur tubuh yang gagah. Mengenai penampilan fisik atau postur badan, seorang komunikator sedapat mungkin memiliki postur fisik yang sempurna. Sebab jika fisik yang cacat bisa menimbulkan ejekan dan mengganggu jalannya komunikasi. Misalnya lelaki yang bersuara perempuan, terlalu kurus, dan sejenisnya. Kekuatan (*power*) juga dapat diartikan sebagai kekuasaan. Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan tundukan yang timbul dari interaksi antara komunikator dan *audience*. Kekuasaan menyebabkan seseorang komunikator dapat “memaksakan” kehendaknya kepada orang lain karena komunikator memiliki sumber daya yang sangat penting (*critical resources*).

Raven memodifikasi klasifikasi 5 jenis kekuasaan berdasarkan sumber daya yang dimilikinya di antaranya adalah; (1) Kekuasaan koersif atau *coersive power* Di mana kemampuan komunikator untuk memberikan hukuman kepada *audience* baik bersifat personal (benci dan kasih sayang) atau impersonal (kenaikan pangkat atau pemecatan; (2) Kekuasaan keahlian (*expert power*) Di mana kekuasaan ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator; (3) Kekuasaan informasional (*informational power*) Di mana kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki

oleh komunikator; (4) Kekuasaan rujukan (*referent power*) Di mana komunikator memiliki kekuasaan rujukan bila berhasil menanamkan kekaguman pada *audience* sehingga seluruh perilakunya diteladani; (5) Kekuasaan legal (*legitimate power*) Di mana kekuasaan berasal dari seperangkat peraturan norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Dalam hal ini, pemilihan komunikator yang ditetapkan dari KP4 yaitu Ketua KP4. Hal ini sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dalam menyampaikan pesan sosialisasi konservasi penyu. Penyampaian pesan sosialisasi konservasi penyu oleh komunikator KP4 dinilai mempunyai daya tarik dalam memberikan sosialisasi. Hal ini terbukti dari antusiasme *audience* di beberapa sosialisasi. Menurut beberapa peserta di acara-acara tersebut, pesan sosialisasi yang disampaikan oleh komunikator cukup menarik. Hal ini tentu mempengaruhi dari efektifnya komunikasi yang berjalan pada sosialisasi tersebut.

#### b. Menetapkan Target Sasaran

Pada tahapan identifikasi dan segmentasi sasaran, jika melihat dari sajian data di atas peneliti menemukan bahwasanya dalam hal ini pelaksanaan sosialisasi menargetkan atau menyasar pada masyarakat sekitar Pantai Baru dan pengunjung wisata Pantai Baru. Menurut KP4, ditujukan kepada masyarakat sekitar Pantai Baru dikarenakan, masyarakat tersebut yang mengelola wisata pantai dan yang sering menemukan penyu di pinggir laut. Selain itu ditujukan kepada pengunjung wisata Pantai Baru

dikarenakan, pengunjung sering berwisata dengan meninggalkan sampah yang dibuang sebarangan. Sehingga sampah tersebut terbawa angin sampai ke laut dan dimakan oleh penyu.

Apa yang telah dilakukan oleh KP4 dalam menetapkan target sasaran dalam pelaksanaan sosialisasi konservasi penyu tersebut telah sangat baik dan relevan dengan tujuan dari pelaksanaan sosialisasi konservasi penyu. Hal tersebut sesuai dengan Hafied Cangara (2017:137) yang menyatakan masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program.

Ada tiga cara yang bisa digunakan untuk memetakan karakteristik masyarakat, yakni:

- a. aspek sosio demografis, mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, agama, ideologi, etnis, termasuk kepemilikan media.
  - b. Aspek profil psikologis, mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat.
  - c. Aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaan-kebiasaan yang dijalani dalam kehidupan suatu masyarakat.
- c. Teknik Menyusun Pesan

Berdasarkan hasil wawancara dan juga observasi yang peneliti lakukan di lapangan, pada tahapan ini peneliti menemukan bahwa proses

penentuan pesan dalam pelaksanaan sosialisasi banyak menonjolkan bahasan yang mengandung ajakan untuk penyelamatan penyu. Dari hasil temuan tersebut peneliti berpendapat bahwa pesan-pesan yang disusun sangat konkrit, dan beralasan. Menurut Bilson Simamora (2003:290) ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain pesan yang efektif, yaitu dengan mencermati apa yang ingin disampaikan (isi pesan), bagaimana menyampaikannya (struktur pesan), dan bagaimana menjabarkan pesan ke dalam simbol-simbol (format pesan).

KP4 dalam mendesain pesan tidak ada teknik khusus dalam penyampaiannya. Semua mengalir begitu saja dengan bahasa yang tidak formal, santai, namun sesuai dengan tema sosialisasi dan *audience* yang dituju. Isi pesan yang disampaikan oleh KP4 dalam sosialisasi memuat beberapa hal di antaranya: (1) memuat unsur informatif, edukatif, dan persuasif; (2) menarik, singkat, dan mudah dipahami; (3) bahasa lebih santai dan mudah dipahami; (4) sosialisasi kepada masyarakat dengan melalui *event*.

Tiga tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Bret D Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku *Techniques for Effective Communication* dikutip dari Onong Uchjana Effendy (2000:32) adalah sebagai berikut: (1) *To secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya; (2) *To establish acceptance*, andaikata ia sudah mengerti dan menerima maka; (3) penerimanya harus dibina; (4) *To motivate action*, pada akhirnya kegiatan dimotivasikan.

Sehingga merujuk pada tujuan sentral strategi komunikasi tersebut maka tujuan dari sosialisasi konservasi penyu adalah memberikan informasi kepada masyarakat dan wisatawan Pantai Baru untuk turut melindungi penyu dengan tidak melakukan jual beli dan konsumsi penyu serta untuk wisatawan untuk tidak membuang sampah sembarangan di area Pantai Baru. Setelah paham tentang informasi tersebut maka masyarakat dibina dan dimotivasi untuk melaksanakan informasi yang sudah didapat sehingga dapat dipraktikkan setelah informasi didapat. Menurut Bilson Simamora (2003:290) ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain pesan yang efektif, yaitu dengan mencermati apa yang ingin disampaikan (isi pesan), bagaimana menyampaikannya (struktur pesan), dan bagaimana menjabarkan pesan ke dalam simbol-simbol (format pesan). Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa KP4 sudah mendesain pesan yang ingin disampaikan dan disesuaikan dengan sosialisasi konservasi penyu tersebut. Penyampaian pesan juga dilakukan dengan informal dan lebih santai dalam penyampaiannya untuk mudah dipahami oleh masyarakat sebagai *audience* penerima pesan. Namun dalam menjabarkan pesan ke dalam simbol-simbol (format pesan) belum maksimal seperti yang sudah dijelaskan di atas sehingga informasi pesan tidak rinci untuk lebih mudah dipahami lebih lanjut.

#### d. Menentukan Media

Banyaknya pilihan media untuk menyampaikan pesan sosialisasi kepada masyarakat perlu diseleksi. Hal ini untuk menyesuaikan dengan



kebutuhan, tujuan, dan sasaran dari KP4 sendiri. Menurut Onong Uchjana Effendy (2011:37) untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan apa yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. KP4 melakukan pemilihan media yang digunakan. Seleksi dilakukan tidak dengan menggunakan indikator rinci atau mengacu pada poin penting seperti menurut UNESCO. Beberapa hal perlu mendapat perhatian dalam melakukan pemilihan media komunikasi menurut UNESCO dikutip dari Hafied Cangara (2017:146) adalah; (1) Sumber daya yang tersedia di suatu tempat dengan cara kumpulkan data tentang sumber daya komunikasi yang ada, analisis status sumber daya komunikasi, dan membuat analisis kritis yang dibutuhkan masyarakat terhadap media; (2) Pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran; (3) Terjangkau tidaknya pesan yang disampaikan.

Sedangkan dalam prakteknya, ada beberapa pemilihan media yang kurang sesuai dengan berdasarkan target sasaran dari sosialisasi konservasi penyu. KP4 dalam memilih media tidak sesuai dengan unsur-unsur di atas. Menurut peneliti, pemilihan media ini juga kurang tepat. Mengingat target dan sasaran dari sosialisasi ini adalah masyarakat sekitar Pantai Baru dan wisatawan Pantai Baru. Namun, media yang digunakan dan justru yang paling aktif adalah instagram. Padahal jangkauan dari instagram adalah

sangat luas. Hal ini menjadi kebingungan karena tidak sinkron antara target sasaran dengan pemilihan media.

e. Uji Awal Materi Komunikasi

Menurut Hafied Cangara (2017:163) pekerjaan untuk menilai atau menguji awal (*pretesting*) materi komunikasi yang ingin disebarluaskan, dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli atau pakar dalam bidang: komunikasi, psikologi masa, agama, bahasa, dan seni (estetika). Namun dalam praktiknya KP4 tidak melakukannya. KP4 hanya sekedar diskusi dengan Pembina KP4 atas materi yang akan disampaikan. Untuk pesan ini sebaiknya dilakukan uji materi komunikasi dengan baik dan benar. Jika dilakukan uji awal materi maka akan lebih tahu apa saja kekurangan dan kelebihan dari pesan sebelum disampaikan.

f. Analisis Efek Komunikasi

Menurut Hafied Cangara (2017:165) pengaruh sangat penting dalam komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan. Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima informasi sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator atau sumber (P=T) atau dengan kata lain Pengaruh (P) yang dihasilkan oleh proses komunikasi sangat ditentukan oleh Sumber, Pesan, Media, dan Penerima atau dengan formula (P=S/Ps/M/Pn). Adapun pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada

tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*).

KP4 telah melakukan analisis efek komunikasi ini, KP4 telah bisa melihat efek dari sosialisasi yang dilakukan. Yang mana pada awal sebelum dilakukannya sosialisasi, perilaku masyarakat jual beli dan konsumsi penyus adalah menjadi hal yang biasa. Namun setelah dilakukannya sosialisasi ini sudah terlihat pengaruhnya sampai ke tahap perubahan perilaku (*behavior*). Di mana masyarakat sudah tidak lagi mengonsumsi penyus, akan tetapi mereka melaporkan kepada KP4 apabila menemukan penyus di pantai.

#### g) Penetapan Rencana Anggaran

Penetapan rencana anggaran adalah salah satu hal yang krusial. Hal ini juga mempengaruhi jalannya proses sosialisasi yang tentunya membutuhkan dana. Besarnya belanja media umumnya tergantung pada target sasaran. Mengeluarkan banyak dana tetapi pesan tidak sampai kepada target sasaran adalah hal yang percuma. Penetapan rencana anggaran sosialisasi konservasi penyus dilakukan oleh KP4. Menurut Hafied Cangara (2017:169) porsi belanja komunikasi untuk suatu program dapat dilakukan dengan formulasi persentase. Misalnya 55 persen untuk televisi, 20 persen untuk saluran komunikasi antarpribadi (*personal*), 10 persen untuk media surat kabar, 10 persen untuk media *outdoor*, dan 5 persen untuk media radio. Namun dalam perencanaan anggaran KP4 untuk kegiatan sosialisasi konservasi penyus tidak dilakukan menggunakan persenan. Namun dirinci poin-poin rencana penggunaan untuk tahun depan digunakan untuk kegiatan

apa saja. Sistem perencanaan anggaran KP4 dilakukan per tahun. Rapat laporan akhir tahun dilakukan setiap tahun. Untuk perencanaan anggaran dari KP4 ini KP4 buat sesuai dengan dana yang ada. Karena dana yang dimiliki KP4 sangat terbatas.

## **B.2 Analisis Pelaksanaan Strategi Komunikasi**

Dalam proses sosialisasi program konservasi penyu, proses pelaksanaan yang telah dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) telah dilaksanakan secara sistematis. Karena sebelumnya, waktu dan jadwal pelaksanaan telah disusun secara detail. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) ini telah dilakukan secara terencana, dimulai dari bentuk sosialisasi, pesan yang disampaikan, narasumber, waktu, hingga tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2004:31) dalam proses komunikasi terdapat dua jenis komunikasi berdasarkan sifatnya yaitu komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan komunikasi bermedia (*public media and mass media*). Pelaksanaan sosialisasi konservasi penyu dilakukan melalui tatap muka dan melalui media. Tatap muka meliputi kegiatan sosialisasi di sekolah, di pantai dan melalui *event*. Sedangkan melalui media yaitu leaflet dan sosial media.

Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi program konservasi penyu, telah memenuhi dua dari tiga tujuan komunikasi:

1. Persuasif, merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi perasaan atau emosi. Komunikasi dengan cara ini bersifat membujuk.

Dalam sosialisasi program konservasi penyu yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam

menyampaikan pesan-pesannya bersifat persuasif, sehingga harapan dari program ini adalah dapat mempengaruhi sikap masyarakat untuk menyukseskan program konservasi penyu.

2. Informatif, merupakan komunikasi yang bertujuan untuk memberi informasi atau keterangan. Sesuai dengan teori komunikasi bersifat informatif, sosialisasi yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam mensosialisasikan program konservasi penyu adalah cukup optimal, hal tersebut dapat terlihat dari kegiatan sosialisasi yang telah berjalan, bahwa Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) telah menyampaikan informasi secara runtut dengan menjelaskan tujuan dan manfaat dari adanya konservasi penyu ini. Dengan diadakannya kegiatan sosialisasi ini masyarakat sekitar Pantai Baru dan pengunjung wisata Pantai Baru akan lebih memahami arti dari konservasi penyu ini, sehingga masyarakat mengerti dan merubah perilaku dari kebiasaan yang salah selama ini.

Pada pelaksanaan dalam mensosialisasikan program konservasi penyu yang telah dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) menggunakan dua jenis strategi yaitu tatap muka (*face to face*) dan bermedia (*mediated*).

- a. Komunikasi tatap muka

Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) telah melihat kelebihan dari komunikasi ini, yaitu efek atau tanggapan yang diberikan secara langsung, sehingga dapat diketahui respon dari

masyarakat terhadap program konservasi penyu yang ditawarkan. Apabila kita mengharapkan perubahan tingkah laku yang diberikan, maka di lakukanlah komunikasi tatap muka ini. Komunikasi tatap muka yaitu sebuah komunikasi yang dilakukan secara menyeluruh, di mana informasi yang diberikan kepada khalayak sasaran dengan cara mempertemukan antara komunikator dengan komunikan.

Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam melaksanakan sosialisasi lebih menekankan pada komunikasi media tatap muka, karena media tatap muka dinilai lebih efektif dibandingkan dengan media lainnya. Media tatap muka menghasilkan efek secara langsung. Komunikator dapat mengetahui bagaimana respon dan tanggapan dari komunikan ketika komunikasi sedang berlangsung. Komunikator dapat menilai, bagaimana umpan balik yang diberikan kelebihan dari komunikasi media tatap muka adalah *feedback* dapat dilihat secara langsung sehingga memperkecil terjadinya *misspersepsi*. Apabila umpan balik yang diberikan positif, maka komunikator perlu mempertahankan cara berkomunikasi yang digunakan supaya umpan balik tetap akan menyenangkan bagi komunikator. Namun apabila umpan balik yang diterima adalah negatif, maka komunikator perlu mengubah teknik komunikasi supaya komunikasi yang berlangsung dapat berhasil. Cara tersebut, dilakukan apabila kita mengharapkan efek perubahan perilaku dari komunikan. (Effendy, 2008:8)

## b. Komunikasi Bermedia

Komunikasi bermedia merupakan komunikasi dengan menggunakan saluran untuk meneruskan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan jumlah yang banyak atau area yang luas. Pada umumnya, komunikasi bermedia digunakan dalam penyampaian pesan yang bersifat informatif, karena pesan informatif tidak terlalu berpengaruh pada perubahan perilaku.

Untuk anggaran dana yang dikeluarkan pada kegiatan sosialisasi konservasi penyu yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) sesuai dengan rancangan yang telah disusun sebelumnya. Dana yang digunakan sesuai dengan kebutuhan baik untuk komunikasi media tatap muka ataupun komunikasi bermedia. Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam memilih media dengan mempertimbangkan keefektifan dan keefisiennya.

Pada pandangan penulis, pemilihan media yang digunakan oleh KP4 masih kurang sesuai dengan segmentasi target pada sosialisasi ini. Karena selama ini media yang digunakan sebagai pendukung dalam sosialisasi ini adalah media leaflet, stiker dan instagram. Menurut peneliti, pemilihan media instagram masih kurang sesuai.

## b. Analisis Isi Media

### 1) Isi Pesan Leaflet

Leaflet digunakan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) untuk menyampaikan pesan kepada



masyarakat dan wisatawan. Dalam leaflet, diberikan pemaparan mengenai penyu hingga konservasinya. Leaflet ini dibagikan ketika sosialisasi berlangsung dan/atau ketika diadakannya kegiatan KP4 lainnya.

## 2) Isi Pesan Stiker

Stiker juga digunakan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Isi pesan yang disampaikan cukup jelas dan mudah dimengerti. Cukup singkat, yaitu “senyum penyu senyum kita” di situ mengandung makna bahwa dengan uluran tangan dari manusia untuk menyelamatkan penyu, dalam artian konotasi penyu akan tersenyum. Nah dengan begitu berarti manusia telah turut menyelamatkan satwa yang hampir punah di bumi ini. Stiker ini dipilih KP4 menjadi salah satu media sosialisasi karena sangat praktis dan simpel. Stiker ini dibagikan kepada peserta release tukik (anak penyu), yang dimaksudkan sebagai ucapan terima kasih karena telah turut serta dalam pelepasan tukik (anak penyu).

## 3) Isi Pesan Kaos

Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) berinovasi dengan media baru, yaitu kaos. Kaos ini simpel dan elegan cukup hanya kaos polos berwarna putih dengan bertuliskan “Save the sea turtle” yang artinya selamatkan penyu

laut. KP4 mencoba menggunakan media kaos karena diharapkan, masyarakat yang telah berpartisipasi dalam penyelamatan penyu, dia akan selalu mengingatnya. Karena jika hanya memakai media cetak, dirasa kurang efektif karena bahan yang mudah rusak.

#### 4) Media Instagram

Menurut peneliti, pada pemilihan media yang satu ini masih kurang sesuai. Karena antara segmentasi target dengan media yang digunakan kurang mendukung. Untuk media sosial instagram, akan sesuai jika dimanfaatkan untuk target masyarakat luas. Sedangkan target dari KP4 adalah masyarakat sekitar Pantai Baru dan wisatawan Pantai Baru.

### **Strategi Sosialisasi untuk Masyarakat :**

Dalam melakukan sosialisasi konservasi penyu kepada masyarakat, strategi yang dilakukan oleh KP4 yaitu dengan melakukan mobilisasi kelompok dengan POKGIAT untuk melakukan pendekatan personal kepada masyarakat. Karena dengan melakukan pendekatan personal dapat lebih mudah dalam memberikan pengertian-pengertian kepada masyarakat yang menjadi sasaran. Selain dengan pendekatan personal, POKGIAT juga melakukan pertemuan-pertemuan rutin, disitu dimasukkanlah materi yang mengenai konservasi penyu ini. Alasan dilakukannya mobilisasi kelompok dengan POKGIAT ini karena, POKGIAT mempunyai wewenang dan kekuasaan di Pantai Baru.

### **Strategi Sosialisasi untuk Wisatawan**

Strategi komunikasi yang dilakukan KP4 untuk wisatawan Pantai Baru dalam melakukan sosialisasi yaitu, dengan menggunakan leaflet dan sosial media. Untuk leaflet, dibagikan di Pantai Baru pada weekend, selama musim penyu pada bulan Mei-Agustus, dimana setiap bulannya dilakukan selama dua kali pembagian leaflet. Selain itu, di beberapa tempat menuju tempat sangkar semi alami yang dibangun oleh KP4, diberikan plang jalan menuju ke tempat tersebut. Plang tersebut ditempatkan di tempat yang cukup strategis. Selain itu, KP4 juga melakukan publisitas melalui sosial media instagram. Di instagram, KP4 melakukan kerjasama dengan akun hits jogja untuk *repost* unggahan dari KP4. Dari unggahan tersebut, sebanyak 550-600 akun menyukai unggahan tersebut dan sebanyak 15-20 memberikan komentar pada unggahan tersebut. Angka tersebut didapatkan berdasarkan wawancara peneliti dengan Ketua Divisi Publikasi KP4 yang

menyatakan bahwa unggahan tersebut telah dihapus setelah satu bulan di unggah. Dan berdasarkan pengamatan terakhir sebelum dihapus oleh Ketua Divisi Publikasi KP4 menunjukkan jumlah angka tersebut. Akun @berandajogja memiliki jumlah pengikut sebanyak 89,5K.

**Output Program :**

1. Output yang didapat dari masyarakat, yaitu telah terlihat bahwa masyarakat melakukan perubahan perilaku. Dimana perubahan tersebut didapat dari perilaku masyarakat yang dulunya mengonsumsi dan melakukan jual beli penyu, namun sekarang masyarakat tidak lagi melakukannya. Masyarakat melaporkan ke KP4 apabila menemukan telur penyu, yang kemudian KP4 akan melakukan penetasan telur di sarang semi alami yang telah disiapkan oleh KP4. Perubahan perilaku ini sudah dilakukan setelah KP4 melakukan mobilisasi kelompok dengan POKGIAT untuk melakukan pendekatan personal.
2. Output dari wisatawan adalah tidak melakukan pembuangan sampah dengan sembarangan di sekitar Pantai Baru. Dengan begitu, penyu hanya mempunyai kemungkinan kecil dalam permasalahan salah makan. Karena, selama ini salah satu permasalahan punahnya penyu yaitu penyu memakan sampah plastik, dimana plastik tersebut bentuknya hampir sama dengan ubur-ubur.

### **B.3 Analisis Evaluasi Strategi Komunikasi**

Evaluasi yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) mengenai sosialisasi konservasi penyu ini dilakukan setiap selesai kegiatan berlangsung. Akan tetapi, evaluasi yang dilakukan ini masih dalam bentuk informal belum ada data atau angka konkret yang diambil untuk menguatkan evaluasi.

Pada dasarnya, strategi komunikasi bertujuan untuk menggapai komunikasi yang efektif. Jadi efek yang diberikan yaitu berupa perubahan dari masyarakat dan wisatawan sebagai penerima dari akibat pesan yang telah diterima baik itu secara langsung ataupun melalui media. Jika perubahan tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator, maka komunikasi yang berjalan sudah efektif. Hal yang paling penting dari komunikasi yaitu bagaimana suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima dan menimbulkan efek tertentu kepada komunikan.

#### **A. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Dalam suatu kegiatan tentu akan selalu ada faktor penghambat dan faktor pendukung, namun dengan perencanaan dan persiapan yang baik kendala-kendala yang menjadi faktor penghambat dapat diatasi adanya faktor pendukung yang mampu menutupi kekurangan sehingga tidak berdampak besar kepada keberhasilan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4).

Faktor penghambat yang dihadapi oleh Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4) lebih ke sumber dana. Keterbatasan dana yang dimiliki oleh KP4 menjadikan penghambat dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KP4. Seperti kebutuhan sarana dan prasarana dalam sosialisasi yang masih jauh dari kebutuhan dan anggaran.

Peneliti melihat kurangnya anggaran ini disebabkan karena sumber dana satu-satunya hanyalah dari donasi yang diberikan oleh peserta pelepasan tukik (anak penyu). Sehingga dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan tidak maksimal. Sedangkan untuk fasilitas yang masih jauh dari kebutuhan, bisa dilakukan dengan penambahan sedikit demi sedikit disesuaikan dengan dana dan kebutuhan yang ada di Kelompok Pemuda Peduli Penyu Pandansimo (KP4).

Sedangkan faktor pendukung dalam melakukan kegiatan sosialisasi yaitu keterlibatan pihak lain yang diharapkan dapat membantu dalam melakukan kegiatan sosialisasi serta dan dukungan dari berbagai pihak media yang siap membantu dalam proses sosialisasi baik media cetak ataupun elektronik.

Melihat dari faktor pendukung ini, peneliti melihat ini perlu dijaga dan dimanfaatkan dengan baik dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan organisasi lain yang ada di Kabupaten Bantul juga menjadi salah satu langkah dalam upaya tercapainya tujuan sosialisasi.