

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang. Predikat negara berkembang, menunjukkan adanya pembangunan di dalam segala bidang. Pembangunan tersebut mencakup dalam bidang sosial, ekonomi, kesehatan dan juga pendidikan. Oleh karena itu, Indonesia membutuhkan SDM yang siap untuk menghadapi tantangan di masa yang akan datang. Upaya memperoleh SDM yang berkualitas, maka memerlukan pendidikan yang baik. Indikator peringkat kualitas pendidikan di Indonesia tercermin dalam jumlah kasus buta huruf.

Tergugah untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, Anies Baswedan mendirikan gerakan pendidikan baru yaitu Indonesia Mengajar saat dirinya masih menjabat sebagai rektor Universitas Paramadina. Indonesia Mengajar (IM) memiliki visi untuk memberikan akses pengetahuan ke seluruh anak di Indonesia. Tujuannya adalah mengisi kekurangan tenaga pengajar berkualitas di daerah di Indonesia hari ini, dan menyiapkan calon-calon pemimpin muda Indonesia yang memiliki pengetahuan *grass-root* tentang daerah di Indonesia. Indonesia Mengajar memberi kesempatan kepada lulusan terbaik dari berbagai universitas untuk menjadi jendela kemajuan di daerah melalui wahana bekerja sebagai guru selama satu tahun. Sebagai lembaga nirlaba, Indonesia Mengajar berhasil berkembang sehingga membentuk sebuah komunitas sosial yang didalamnya terdapat anggota yang memiliki visi dan misi yang sama.

Mempelajari komunitas sosial tentunya tak lepas dari perkembangan komunitas sosial yang ada. Salah satu komunitas sosial tersebut adalah 1000 Guru. Komunitas 1000 Guru merupakan sebuah komunitas yang bergerak di bidang pendidikan. Komunitas ini membuka kesempatan kepada volunteer (relawan) yang ingin bergabung dalam kegiatan *Travelling & Teaching*. Kegiatan ini berupa mengajar di daerah pedalaman dan melakukan jalan-jalan untuk mengenal budaya di suatu daerah. 1000 Guru merupakan suatu komunitas

dengan kegiatan social enterprise (bisnis sosial) yang bergerak dalam bidang pemberdayaan generasi muda dalam aksi sosial. 1000 Guru berdiri sejak tahun 2008.

Melalui program media *Travelling and Teaching*, komunitas 1000 guru menjembatani hubungan antar tiap daerah yang memiliki kualitas pendidikan rendah dengan para donatur. Hingga saat ini 1000 Guru telah berhasil menggelorakan program *Travelling and Teaching* ke lebih dari 50 daerah di Indonesia, setiap daerah tersebut mendapatkan bantuan dari para donatur tetap, dampak langsung yang diharapkan dengan adanya kegiatan ini adalah meratanya sistem pendidikan di Indonesia hingga ke berbagai kawasan terpencil karena sesuai dengan Sila ke lima pada Pancasila bahwa semua warga negara berhak mendapatkan hak yang sama.

Komunitas 1000 Guru berusaha memberdayakan generasi muda Indonesia untuk aktif dalam kegiatan sosial. Program *Teaching and Travelling* yang dibuat oleh komunitas 1000 guru juga bertujuan untuk menciptakan respon inovatif terkait masalah pembiayaan pada organisasi nonprofit, yang mana pengumpulan donasi yang dilakukan oleh perorangan, pemerintah, dan yayasan kian bertambah sulit. Kegiatan komunitas 1000 Guru ini tidak semata mencari '*profit*' tetapi fokus pada kegiatan sosial yang mampu memberikan manfaat pada masyarakat. Hal ini erat kaitannya dengan kegiatan pembangunan, karena program sosial komunitas 1000 Guru ini bertujuan untuk meningkatkan daya dan nilai guna masyarakat serta memajukan kualitas dari Sumber Daya Masyarakat (SDM) melalui sektor pendidikan.

Dalam berbagai kegiatannya, 1000 Guru memanfaatkan Instagram sebagai media sosial untuk melakukan persuasi kepada masyarakat luas. Tujuan utama pemanfaatan media sosial instagram dari 1000 Guru adalah mengajak pemuda dan pemudi untuk ikut bergabung dalam kegiatan mengajar, mengingat Instagram adalah media sosial yang hingga saat ini masih terbelang populer dan digunakan oleh kaum muda untuk sekedar mencari informasi, update status, atau melakukan kegiatan narsisme.

Implikasi positif dari keberadaan media baru yang dalam penelitian ini adalah Instagram mampu digunakan sebagai media yang memprasarani tercetusnya gerakan perubahan sehubungan dengan informasi faktual yang bisa didapatkan melalui media baru. Perkembangan media baru sebagai media yang tengah populer ikut andil dalam gerakan perubahan yang dilakukan oleh generasi muda. Instagram sebagai media baru dengan karakteristik komunikasi interaktif dimana pelaku komunikasi dalam media ini dapat menjadi prosumer yaitu para generasi muda pengguna media bisa menjadi produsen sekaligus konsumen dalam kegiatan penyampaian informasi.

Instagram digunakan oleh generasi muda sebagai partner dalam melakukan gerakan perubahan. Berbagai konten dari instagram mempermudah proses penyampaian dan distribusi informasi. 1000 Guru sebagai suatu komunitas sosial yang mengusung konsep gerakan perubahan pada sektor pendidikan tentunya juga memanfaatkan instagram sebagai wadah komunitas untuk memudahkan persuasi dan menyebarkan informasi. Untuk memperluas jaringannya, 1000 Guru memiliki website yang dapat diakses melalui [www.1000gurufoundation.org](http://www.1000gurufoundation.org).

**Gambar 1.1**

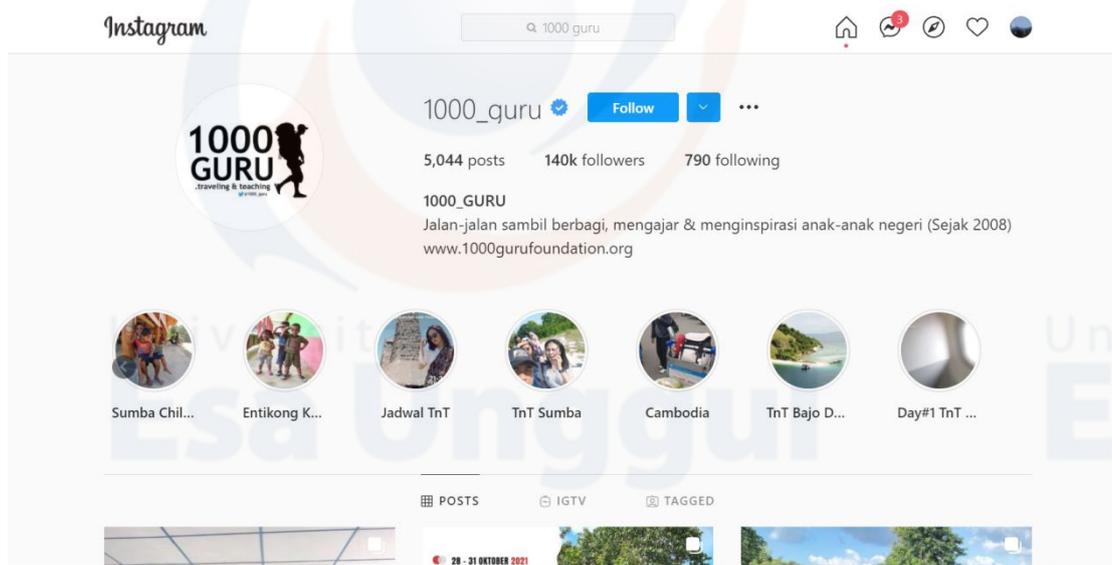
**Website 1000 Guru**



Sumber : [www.1000foundation.org](http://www.1000foundation.org)

Pada website tersebut dapat dilihat segala hal yang berkaitan dengan 1000 Guru secara lengkap dan detail. Selain website, 1000 Guru juga memiliki account Instagram @1000\_Guru yang memiliki 140.000 pengikut. Masing-masing daerah sebagai representative memiliki akun Instagram masing-masing sesuai dengan nama daerah tersebut. Untuk wilayah Jawa Barat misalnya, komunitas 1000 Guru memiliki akun Instagram dengan nama akun @1000\_guru\_banten, untuk wilayah Jawa tengah, komunitas 1000 Guru menggunakan akun dengan nama @1000\_guru\_smg, begitu pula dengan daerah wilayah lain yang berada di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memudahkan *volunteer* dalam mendapatkan informasi seputar program yang dimiliki oleh komunitas 1000 Guru sesuai dengan domisili *volunteer*.

**Gambar 1.2**  
**Akun Instagram Resmi 1000 Guru**



Sumber : Akun Instagram @1000\_Guru

Sesuai dengan kegunaan Instagram sebagai media untuk berbagi informasi melalui gambar ber-*caption*, 1000 Guru memanfaatkan media sosial ini dengan meng-upload foto-foto hasil kegiatan yang telah dilakukan. Pada akun Instagram, 1000 Guru melakukan beberapa pengemasan pada foto yang mereka upload dengan memberikan *caption* yang dikemas dengan komunikatif dimana biasanya 1000 Guru memberikan sebuah pertanyaan sehingga terjadi

komunikasi yang interaktif antara komunitas dengan seluruh masyarakat internet (*netizen*) melalui kolom komentar pada postingan foto di akun Instagram 1000 Guru.

Melalui instagram, semua kegiatan yang dilakukan oleh komunitas langsung tersebar luas di dunia maya, yang tentunya mempermudah komunitas dalam mempersuasi masyarakat serta menyebarkan informasi yang terkait dengan komunitas 1000 guru. Berdasarkan pada berbagai media yang digunakan serta konten dari media, 1000 Guru adalah suatu organisasi sosial yang aktif dalam media sosial. Sebagai suatu organisasi nonprofit yang tujuan utamanya adalah demi terjadinya inovasi dalam bidang Pendidikan, tentunya dibutuhkan beberapa strategi untuk melakukan persuasi dan pengemasan/branding komunitas. Kemampuan untuk menyebarkan program *teaching and travelling* inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji tentang bagaimana strategi komunikasi komunitas 1000 guru di media sosial instagram dalam menyebarkan program *Teaching and Travelling*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mencoba mengulas strategi komunikasi apa yang digunakan oleh komunitas 1000 Guru khususnya melalui media sosial dalam menyebarkan program *Teaching and Travelling* kepada masyarakat luas.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan kondisi dan latar belakang yang terjadi di atas, maka permasalahan penulis fokuskan pada “Bagaimana analisis strategi komunikasi melalui instagram dalam pendekatan SWOT dilakukan oleh komunitas 1000 Guru dalam menyebarkan program *Teaching and Travelling*?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

### 1.3.1 Tujuan Umum

Sebagai masukan atau sumbangan pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya ilmu humas/*public relation*.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan penelitian ini dibuat adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui bagaimana komunitas 1000 Guru melakukan aktifitas persuasif untuk menyebarluaskan program *Teaching and Travelling*.
2. Untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Instagram yang digunakan oleh komunitas 1000 Guru dalam menyebarluaskan program *Teaching and Travelling*.
3. Untuk mengetahui analisis strategi komunikasi apa yang digunakan oleh komunitas 1000 Guru pada media sosial Instagram dalam menyebarluaskan program *Teaching and Travelling*.