

KOMUNIKASI KELOMPOK DISABILITAS DALAM KAMPANYE PEMENUHAN QUOTA 1% TENAGA KERJA PENYANDANG DISABILITAS DI PERUSAHAAN SWASTA

Gufroni Sakaril, Drs, MM

Universitas Mercu Buana

gufroni_sakaril@mercubuana.ac.id

Abstrak

Komunikasi memiliki peran yang sangat vital dalam pemberdayaan sebuah kelompok komunitas. Kelompok memiliki satu persatuan sosial yang menjalankan sebuah interaksi secara intensif dan memiliki tujuan bersama. Dalam suatu kelompok memiliki tujuan yang merupakan suatu gambaran yang diharapkan anggota yang akan dicapai oleh suatu kelompok. Namun dalam kenyataannya tidak jarang anggota kelompok mempunyai tujuan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi yang berlangsung dalam kelompok masyarakat sebagai bagian dari proses penggalian ide atau gagasan khususnya dalam kegiatan kampanye pemenuhan quota 1 % tenaga kerja penyandang disabilitas.. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sementara teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, FGD, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang setara antar anggota komunitas disabilitas. Proses dialog yang dilakukan secara terus menerus dalam waktu yang panjang dan melibatkan berbagai ragam disabilitas dan beragam organisasi dapat menjadi kekuatan dalam merumuskan langkah dan strategi kampanye yang efektif. Setelah komunitas berhasil menemukan isu prioritas maka isu tersebut dikampanyekan melalui media sosial.

Kata Kunci: Komunikasi Kelompok; Partisipasi; Dialog; Kampanye Sosial

Abstract

Community is a group of people who have a social union that carries out an intensive interaction and has a common goal. In a group has a goal which is a picture that is expected by members to be achieved by a group. Communication has a very vital role in community empowerment. This study aims to find out how the communication process takes place in community groups as part of the process of generating ideas. This research is a qualitative research with a case study approach, while data collection techniques use in-depth interviews, FGDs, and observation. The results of the study show that there is equal communication among members of the Person with disability community. The dialogue process that is carried out continuously for a long time and involves various types of disabilities can be a force in formulating effective campaign steps and strategies.

Keywords: Group Communication; Participation; Dialogue; Community

Received: 13-01-2025
Revision: 13-02-2025
Acceptance: 18-02-2025
Published online: 04-03-2025

Empowerment	
-------------	--

PENDAHULUAN

Menjadi seorang penyandang disabilitas tentu membutuhkan dukungan dari lingkungan sekitar. Beberapa penyandang disabilitas memilih bergabung dalam komunitas untuk mendapatkan dukungan mental dan mengetahui tindakan yang harus diambil. Komunitas Perkumpulan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) merupakan sebuah kelompok yang intens melakukan dialog dalam membuat prioritas isu hak disabilitas di Indonesia. Salah satu isu prioritas yang diangkat oleh komunitas penyandang disabilitas adalah pemenuhan kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas. Mereka dapat menunjukkan dirinya sebagai komunitas yang mengandalkan keterlibatan seluruh anggotanya dalam kegiatan kampanye pemenuhan hak kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas. Dialog yang dilaksanakan secara terbuka dan setara untuk menjaga orisinalitas idea atau gagasan. Sering penyandang disabilitas menuntut semua haknya dipenuhi seketika tapi tidak didasarkan skala prioritas dan kebutuhan mendesak bagi para anggotanya. Dengan demikian isu yang dikampanyekan tidak focus dan cenderung dangkal tidak disertai dengan argument yang kuat dan tidak didasarkan pada data yang mendukung. Karena itu, dialog yang bersifat deliberatif dapat menjadi alternative dalam membangun hubungan dan mencari solusi terhadap permasalahan yang dialami masyarakat atau komunitas (Harriger, 2014; McCoy & Scully, 2002; Raelin, 2012). Dalam melakukan dialog pun mereka sering terlibat ketegangan untuk menentukan isu mana yang menjadi prioritas. Masing-masing ragam disabilitas atau organisasi disabilitas mempunyai prioritas yang berbeda-beda. Ada yang prioritas hak pendidikan, kesehatan, politik, olahraga, kesetaraan hukum dan ketenagakerjaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan proses deliberative dialogue yang dilakukan Komunitas penyandang Disabilitas (PPDI) dalam kampanye kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas berkelanjutan di Jakarta. Deliberative dialogue adalah interaksi dua arah di mana masing-masing pihak mampu menegosiasikan pendapat serta keputusan dengan posisi setara (Ife, 2006). Dialog antarindividu dan antarpihak seharusnya dapat didasari pada kepekaan terhadap kemampuan-kemampuan bawaan yang dimiliki setiap individu untuk menemukan diri sendiri. Dialog juga harus berdasarkan pada kemauan untuk belajar dari orang lain, tidak menganggap pihak lain lebih rendah, dan tidak kalah pentingnya adalah memperlakukan orang lain secara sederajat (Syarah & Rahmawati, 2017).

KAJIAN TEORI

Proses Komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dikutip dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi proses komunikasi terbagi dalam dua sisi, yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. (Effendy, 2018) proses komunikasi secara primer (primary process) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa bahasa tubuh (gesture), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Effendy, 2003: 33-38).

Sedangkan, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang

sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi (Effendy, 2003:33-38). Komunikasi dilakukan secara verbal dan non-verbal. Komunikasi verbal dan nonverbal merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, dalam arti kedua bahasa tersebut bekerja bersama-sama untuk menciptakan suatu makna.

Komunikasi Kelompok. Burhan Bungin (2018) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai komunikasi di mana anggota kelompok mampu melihat dan mendengar anggota lainnya dan mengatur umpan balik baik itu secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Pengertian kelompok di sini adalah kelompok kecil, dan tidak ada batasan yang jelas mengenai jumlah orang di dalam kelompok kecil. Umumnya, kelompok kecil terdiri dari 2 sampai 15 orang. Kelompok punya tujuan yang diperjuangkan bersama sehingga kehadiran setiap orang dalam kelompok diikuti dengan kepentingan pribadi masing-masing anggotanya. Kelompok juga punya serangkaian aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi di antara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik khas dan melekat pada kelompok tersebut. Kelompok yang dapat mengatur sirkulasi tatap muka secara intensif adalah kelompok yang baik. Tatap muka mengatur sirkulasi komunikasi makna dalam kelompok agar nantinya dapat melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduan di antara anggota kelompok. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Oleh sebab itulah, kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok mengacu pada komunikasi antara komunikator dan kelompok yang lebih dari dua orang. Komunikasi kelompok merupakan studi tentang segala sesuatu yang terjadi ketika orang berinteraksi dalam kelompok-kelompok kecil; itu tidak menguraikan bagaimana komunikasi harus dilakukan atau memberikan saran tentang bagaimana melakukannya (Goldberg, 2016). Komunikasi kelompok, di sisi lain, didefinisikan oleh Sasa Djuarsa sebagai interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan, seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat secara akurat mengembangkan sifat-sifat pribadi anggota lain (Sendjaja, 2018).

yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan: “Komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.” (Burgoon dan Ruffner dalam Rismawaty, 2014).

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi itu mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan suatu masalah, pembuatan keputusan, dan fungsi terapi (dalam Bungin, 2018). Pertama, fungsi hubungan sosial yaitu bagaimana komunitas bisa memelihara serta memantapkan hubungan sosial antaranggotanya, misalnya melakukan aktivitas informal, santai, dan menghibur. Kedua, fungsi pendidikan, yaitu bagaimana sebuah kelompok baik itu secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Ketiga, fungsi persuasi, yaitu di mana anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya agar melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Keempat, fungsi

pemecahan masalah yang berkaitan dengan penemuan solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sementara pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan bagi pembuatan keputusan.

Dipilihnya komunitas sebagai unit kajian didasarkan pada pertimbangan bahwa pada sebuah komunitas masih dimungkinkan adanya keterlibatan sosial secara langsung karena lingkungannya yang terbatas. Dalam lingkup komunitas diasumsikan bahwa masyarakat dapat mengekspresikan dirinya secara bebas dengan mengutamakan inisiatif, kreativitas, potensi dan terbuka. Pengembangan komunitas diarahkan pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengidentifikasi kebutuhan, sumberdaya, peluang, dan peningkatan kapasitas dalam hal pengelolaan pembangunan. Dengan kata lain, peningkatan kapasitas masyarakat diarahkan pada kemampuan individu memproses keseluruhan pengalaman sosialnya, termasuk pemahamannya pada realitas di sekelilingnya dalam merealisasikan ide, gagasan, dan targetnya (Ndraha, 1987).

Menurut Ife (2016) komunitas memiliki definisi yang luas. Paling tidak ada lima ciri untuk mengidentifikasi komunitas. Pertama, skala manusia. Komunitas biasanya melibatkan interaksi-interaksi pada skala yang mudah untuk dikendalikan dengan skala terbatas pada orang yang saling mengenal sehingga interaksi mudah diakses oleh semua anggota komunitas. Kedua, ada unsur identitas dan kepemilikan di mana ada perasaan memiliki, perasaan diterima dan dihargai dalam lingkup kelompok. Ketiga, ada berbagai kewajiban dan tanggung jawab yang dipikul oleh komunitas di dalam bentuk partisipasi dan kontribusi. Keempat, ada unsur *gemeinshaf* di mana suatu komunitas memberikan kesempatan pada setiap individu untuk berinteraksi dengan sesama dalam keberagaman peran yang lebih besar, yang didasari pada tanggung jawab setiap bagian kerja. Kelima, ada budaya lokal yang diilhami dan ditaati secara bersama-sama oleh komunitas.

Pola Hubungan (Relationship) Komunitas. Komunikasi dilakukan secara face to face dengan beradu argumentasi dan gagasan yang diutarakan setiap anggota komunitas (PPDI) terkait pelaksanaan kampanye quota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas. Mahretha maha, salah satu pengurus PPDI dan bertindak sebagai program manajer program Scansia menyampaikan pentingnya penghormatan dan pemenuhan hak penyandang disabilitas khususnya pemenuhan quota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas. Mahretha juga sebagai fasilitator menyampaikan pengantar dengan cara memantik dengan beberapa pertanyaan misalnya apa tantangan penyandang disabilitas dalam memperoleh pekerjaan yang layak. Dengan cara demikian masing masing anggota PPDI berapi menyampaikan pendapatnya khususnya mereka yang punya pengalaman dalam melamar pekerjaan. Setelah semua anggota menyampaikan pendapatnya. Partisipasi para anggota untuk menyampaikan pesan yang disebarluarkan kepada masyarakat sampai media apa saja yang akan digunakan dalam mengkampanyekan pesan yang sudah disepakati.

Partisipasi ini penting untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan sesuai dengan kebutuhan para penyandang disabilitas. Konsep partisipasi mengacu kepada United Nations Economic and Social Council Resolution 1929 (LVIII) yang menjelaskan bahwa salah satu bentuk partisipasi ialah adanya keikutsertaan masyarakat secara demokratis dalam mengambil keputusan dan memformulasikan perencanaan baik secara ekonomi maupun sosial pada program pembangunan (Deviyanti, 2013; Djoeffan, 2002; Gani, 2015; Laily, 2014; Sigalingging, 2014; Jastam, 2015; Mohamad, Sutra & Kusnawati, 2012).

Kampanye Sosial. Kampanye sosial menurut Antar Venus dalam buku “Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi” (2012:9-10) adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga. Penyelenggara kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Lembaga tersebut dapat berasal dari lingkungan pemerintah, kalangan swasta atau lembaga swadaya. Kampanye sosial juga merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan perseorangan atau organisasi dengan terencana dan memiliki tujuan untuk masyarakat. Kampanye sosial dibagi menjadi tiga kategori, yaitu Product-oriented Campaigns, Candidate-oriented campaign, dan Ideologically or cause oriented Campaigns. Yang pertama adalah jenis Product Oriented Campaigns yaitu kegiatan dalam kampanye yang berorientasi pada produk dan biasanya dilakukan dalam kegiatan komersial kampanye promosi pemasaran suatu peluncuran produk yang baru. Jenis kampanye kedua adalah, Candidate- Oriented Campaigns, yang merupakan kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik. Jenis kampanye yang ketiga adalah, Ideological or Cause – Oriented Campaigns. Jenis kampanye dalam penelitian ini berorientasi yang bertujuan dan bersifat khusus dengan tujuan.

Ramlan secara spesifik mendefinisikan kampanye sosial sebagai sebuah proses untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan dan juga bersifat non-komersil. Tujuan umum dari kampanye sosial sendiri adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala sosial yang sedang terjadi (Ramlan, 2006:19). Kampanye sosial dikatakan sebuah proses dan serangkaian tindakan komunikasi terencana maka diperlukan strategi yang tepat untuk dapat menyampaikan pesan secara efektif terhadap target sasaran. Berdasarkan penjelasan-penjelasan dapat disimpulkan bahwa kampanye sosial adalah serangkaian proses komunikasi terencana bersifat nonkomersil dalam kurun waktu tertentu yang berisi pesan tentang masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

METODE

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Oleh karena itu, desain deskriptif menggunakan data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, observasi dan focus group discussion (FGD) catatan lapangan, dokumen lainnya. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2008). Narasumber dalam penelitian ini ada 5 orang. Mahmud dari Perkumpulan Disabilitas Fisik, Bambang dari Gerakan Tuna rungu Indonesia, Permas dari Perkumpulan Tuna Netra, Rina Prasara dari perkumpulan disabilitas mental dan Lid Ningsyias dari perkumpulan orang tua anak dengan disabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Komunitas Disabilitas. Dalam setiap proses komunikasi setidaknya melibatkan beberapa komponen komunikasi. Proses komunikasi dibedakan menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Proses komunikasi primer merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Dimana lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non-verbal (gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media. Untuk disabilitas netra dan fisik dapat menggunakan bahasa verbal. Namun untuk penyandang tuna rungu wicara, mereka menggunakan bahasa isyarat. Disabilitas tuna rungu dibantu seorang interpreter yang disediakan oleh PPDI untuk akses tuna rungu dalam mengikuti rapat maupun FGD. Penggunaan bahasa verbal dan non verbal ini memungkinkan semua ragam disabilitas dapat mengikuti rapat atau FGD dengan baik. Jika diperlukan pimpinan rapat atau fasilitator dalam FGD memberikan gambar untuk menjelaskan kepar disabilitas rungu dan mendiskripsikan secara detail kepada disabilitas netra.

Pelaksanaan komunikasi kelompok yang dilaksanakan oleh kelompok disabilitas dalam merumuskan bentuk kampanye quota 1 persen pemenuhan hak tenaga kerja penyandang disabilitas diselenggarakan di kantor perkumpulan penyandang disabilitas Indonesia. Kelompok disabilitas ini melakukan rapat dan Focus Group Discussion (FGD). Dalam melakukan rapat dipimpin oleh Ketua Perkumpulan Penyandang Disabilitas dan diikuti beberapa anggota perwakilan dari kelompok ragam disabilitas seperti tuna netra, tuna rungu, disabilitas fisik dan disabilitas mental serta kelompok orang tua disabilitas mental intelektual. Masing-masing kelompok ragam disabilitas dipersilakan untuk menyampaikan pendapatnya secara langsung. Selain itu juga diberikan kesempatan bagi ragam disabilitas tungu untuk menyampaikan dengan bahasa isyarat kemudian diterjemahkan oleh Juru Bahasa Isyarat yang disediakan PPDI.

Dalam penyelenggaraan rapat dan FGD diawali dengan kesepakatan untuk saling menghormati dan menghargai setiap pendapat yang disampaikan oleh masing-masing perwakilan.

Rapat dan FGD diikuti oleh 7 organisasi dimana masing-masing organisasi mengirimkan peserta maksimal 2 orang. Organisasi yang ikut sebagai peserta diantaranya Perkumpulan Penyandang Disabilitas Fisik, Ikatan Tuna Netra Muslim Indonesia, Gerakan Tuna Rungu Indonesia, Yayasan Sehat Sejahtera, Perkumpulan Orang Tua Disabilitas Indonesia dan Yayasan Jiwa Sehat. Terdapat beberapa tata tertib atau aturan yang disepakati secara bersama-sama. Beberapa di antaranya adalah mengenai jumlah perwakilan anggota yang dapat ikut dalam FGD. Selain itu, pada saat FGD dilarang menerima panggilan telepon dan masing-masing peserta diberi waktu untuk menyampaikan pendapatnya selama maksimal 5 menit.

Proses komunikasi dan diskusi dilakukan setiap hari Sabtu pada saat kampanye quota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas dilakukan. Proses diskusi biasanya dilakukan pada saat makan siang bersama-sama. Dari hasil observasi di lapangan, tidak ada batasan jarak, baik dari hal kesukaan maupun tingkat pendidikan. Artinya, tak ada yang mendominasi dalam hal pengetahuan, baik pengetahuan umum

maupun dalam hal kampanye kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas. Oleh sebab itu, proses komunikasi dalam memecahkan masalah atau merencanakan program bisa berlangsung setara dan melalui musyawarah mufakat.

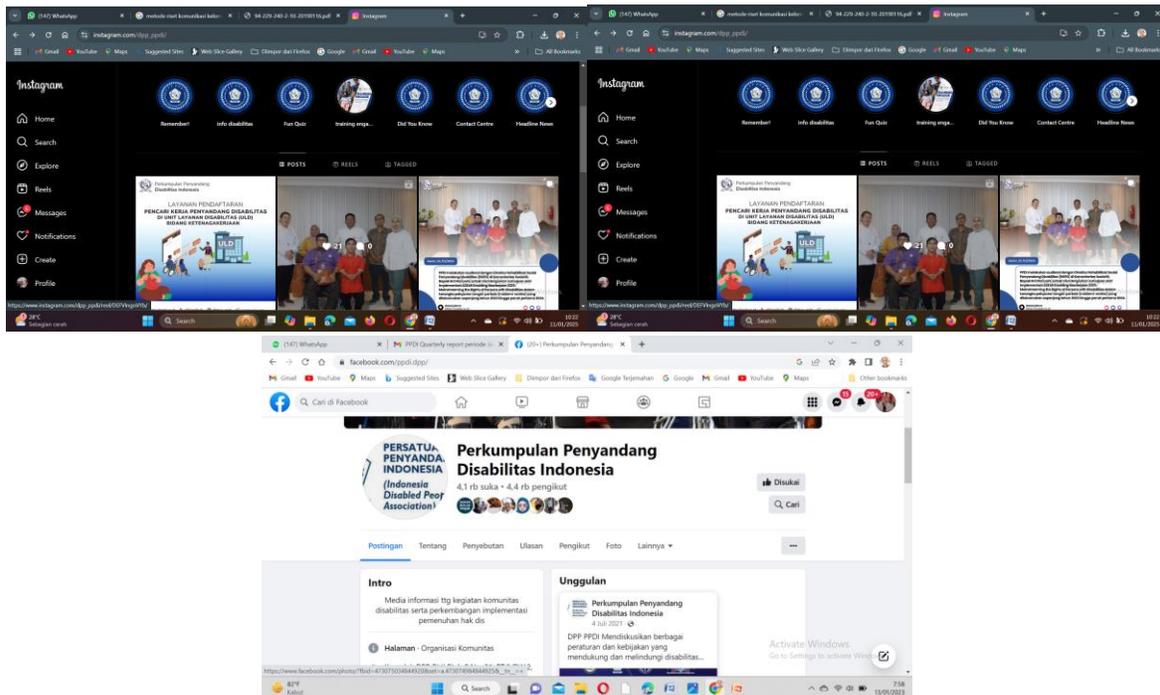
Menurut Permas dari kelompok tuna netra menyampaikan bahwa dalam mengkampanyekan kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas sebaiknya menggunakan media sosial. Selain biayanya murah juga bisa dilakukan oleh masing masing organisasi. Sedangkan Bambang dari komunitas tuna rungu menambahkan tema-tema kampanye selain menyampaikan ketentuan Undang Undang No 8 Tahun 2016 seharusnya konten kampanye juga memuat pentingnya keberadaan Unit Layanan Disabilitas di Provinsi maupun Kabupaten Kota. Hal ini perlu ditekankan karena belum semua provinsi dan Kabupten Kota mempunyai Unit Layanan Disabilitas.

Dari kelompok disabilitas daksa menyarankan dalam membuat materi kampanye sebaiknya juga menyampaikan informasi lowongan kerja untuk disabilitas. Hal ini penting untuk membantu disabilitas dalam memperoleh pekerjaan di perusahaan. Banyak disabilitas fisik yang mengirimkan lamaran kerja ke organisasi dengan tujuan untuk dapat disalurkan ke perusahaan yang membuka lowongan tenaga kerja disabilitas.

Iid yang mewakili orang tua disabilitas intelektual dan mental berpendapat bahwa penerimaan masyarakat dan perusahaan terhadap disabilitas intelektual masih sangat rendah. Mereka sulit sekali mendapatkan pekerjaan yang layak. Oleh sebab itu kampanye tentang kesadaran persamaan hak menjadi mutlak harus terus dilakukan. “Anak-anak yang telah lulus sekolah menengah luar biasa tidak bisa masuk di dunia kerja padahal mereka sudah dididik dan diberikan ketrampilan misalnya membuat kue, mengemas barang, membersihkan ruangan, menata tempat tidur, setelika dan lain-lain. Namun faktanya perusahaan enggan mempekerjakan mereka. Jadi rasanya, sia-sia dia sekolah,” tutur Iid.

Menarik dalam penelitian ini adalah proses komunikasi diantara berbagai ragam disabilitas. Dari proses FGD dan rapat yang dilakukan dengan mengajak partisipasi dari semua ragam disabilitas akhirnya disepakati kampanye pemenuhan kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas dengan menggunakan media sosial. Pemilihan media sosial dalam kegiatan kampanye lebih didasarkan pada alasan biaya ringan dan cenderung lebih efektif. Hasil postingan bisa diviralkan melalui media sosial di grup komunitas penyandang disabilitas diantaranya:





Dari media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat adalah Instagram. Bahkan ada beberapa follower menanyakan lowongan pekerjaan ke DPP Perkumpulan Penyandang Disabilitas Indonesia. Melalui kampanye melalui media sosial ini diharapkan kesadaran masyarakat terutama perusahaan dapat meningkat. Dengan kesadaran yang meningkat maka kesempatan para penyandang disabilitas mendapatkan kesempatan untuk bekerja di perusahaan sesuai dengan bakat dan minat serta kemampuan masing-masing.

PENUTUP

Proses komunikasi kelompok disabilitas berjalan secara terbuka dan menerapkan prinsip kesetaraan. Dialog yang terbuka dan setara ini mempunyai peran besar dalam proses kegiatan kampanye sosial pemberdayaan penyandang disabilitas di Jakarta. Proses ini yang kemudian menyebabkan kegiatan komunitas dapat terus berlanjut. Adapun proses keterbukaan dan kesetaraan dalam Komunitas PPOI tidak bisa terlepas dari peran para aktor yang merupakan bagian dari kelompok komunitas itu sendiri. Komunikasi berlangsung baik secara verbal dan non verbal. Meskipun anggota komunitas dengan ragam disabilitas, namun mereka dapat terlibat secara penuh dan saling mendukung.

Anggota komunitas merasa dihargai selama proses komunikasi berlangsung sehingga bisa ikut merasa memiliki program kampanye pemenuhan kuota 1 persen tenaga penyandang disabilitas di masing-masing organisasi. Setelah melakukan proses komunikasi yang panjang akhirnya mereka sepakat untuk menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan konten yang beragam. Konten yang berisi kampanye pemenuhan kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas dapat diposting di media sosial dari masing-masing organisasi penyandang disabilitas. Diharapkan dengan kampanye ini setiap perusahaan mematuhi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, terutama soal pemenuhan kuota kerja 1 persen bagi para disabilitas di perusahaan swasta.

DAFTAR RUJUKAN

- Antar, Venus. 2014. Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.
- Bungin, Burhan. (2018). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group.
- Dale, A. (2005). A Dynamic Balance: Social Capital and Sustainable Development. Vancouver: BC Press.
- Deviyanti, Dea. (2013). "Studi tentang Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan di Kelurahan Karang Jati Kecamatan Balikpapan Tengah". *eJournal Administrasi Negara*, 1(2): 380-394.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahriani, Nisfi, Santoso Tri Raharjo dan Hery Wibowo. (2016). "Pemberdayaan Masyarakat melalui Kampanyekuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas di Desa Wisata Ciburial Kecamatan Cimendan Kabupaten Bandung". *Prosiding Penelitian & Pengabdian Masyarakat*, 3(2): 160-166
- Gani, Ferdi S. (2015). "Tahapan Partisipasi Masyarakat dalam Program Pembangunan Infrastruktur Perdesaan (PPIP) di Desa Dungaliyo Kecamatan Dungaliyo Kabupaten Gorontalo". *Jurnal Administrasi Publik*, 5(1): 9-19.
- Goldberg, A, A, Larson, C, E. (2016). *Group Communication, Processes, Discussions dan Applications*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Mohamad, Fatmawati, Dharma Cakrawartana Sutra dan Endang Kusnawati. (2012). "Pemberdayaan Masyarakat dalam Kampanye kuota 1 persen tenaga kerja penyandang disabilitas di Dukuh Mrican Sleman Yogyakarta". *Jurnal Health & Sport*, 5(3): 695-706.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano P. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rekayasa Sains.