

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemiskinan merupakan salah satu permasalahan yang masih belum dapat teratasi oleh Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik periode Maret 2015 yang dirilis oleh <http://bisnis.liputan6.com> (diakses pada tanggal 22 Desember 2015 pukul 19.23 WIB), tercatat bahwa Indonesia mengalami kenaikan angka jumlah kemiskinan sebesar 11,22% dari tahun 2014. Dengan tingginya angka kemiskinan yang dialami Indonesia, peran pemerintah saja dirasa tidak cukup untuk menanggulangnya.

Dengan demikian, masyarakat juga memiliki peran penting dalam membantu pemerintah untuk mengurangi tingginya angka kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Salah satunya adalah dengan melahirkan sebuah gerakan nyata untuk membawa suatu perubahan. Gerakan tersebut biasa disebut dengan gerakan sosial. Gerakan sosial dibentuk oleh sekelompok individu yang memiliki tujuan yang sama, demi suatu perubahan.

Banyak berbagai gerakan sosial lahir di Indonesia, seperti gerakan Sedekah Rombongan, *Coin a Chance*, dan masih banyak lagi. Salah satu gerakan sosial yang menarik untuk peneliti teliti adalah gerakan Berbagi Nasi. Gerakan Berbagi Nasi ini adalah sebuah gerakan kepedulian yang membantu orang-orang yang tidak mampu melalui sebungkus nasi. Gerakan ini dibentuk oleh Danang Nugroho dan Azhar Pangesti pada November 2012 di Bandung. Terinspirasi dari kegiatan sahur *on the road*, Danang membuat bagaimana kegiatan sahur *on the road* bisa dilakukan bukan hanya di bulan Ramadhan saja sehingga ia mencetuskan membentuk sebuah gerakan yang diberi nama Gerakan Berbagi Nasi. Pada awalnya Gerakan Berbagi Nasi ini hanya sebuah gerakan yang dilakukan oleh Danang dan Azhar, kemudian Danang dan Azhar mulai memperkenalkan Gerakan Berbagi Nasi ini kepada teman-temannya. Sampai pada akhirnya, Danang memutuskan memanfaatkan sebuah media yaitu media

sosial yang sebagai wadah atau tempat bagi Berbagi Nasi untuk memberikan informasi mengenai informasi tentang Berbagi Nasi sampai kegiatan dari gerakan Berbagi Nasi ini. Adapun untuk logo dari Gerakan Berbagi Nasi sendiri adalah sebagai berikut :



**Gambar 1.1 Logo Berbagi Nasi**

**Sumber : <https://twitter.com/@berbaginasiid> diakses pada tanggal 10 November 2015 pukul 09.25 WIB**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Danang pada tanggal 10 November 2015 pukul 16.25 WIB di Chatime Dago, ia mengatakan bahwa nasi adalah simbol kehidupan, karena tanpa nasi seseorang tidak mungkin mempunyai energi yang cukup untuk melakukan segala aktivitasnya, seseorang tidak akan mungkin dapat berkonsentrasi mengerjakan pekerjaannya. Sehingga berdasarkan alasan itulah Danang dan Azhar ingin membantu orang-orang yang masih kekurangan makan melalui Gerakan Berbagi Nasi ini.

Gerakan Berbagi Nasi sendiri telah mengalami berbagai perubahan jadwal. Awalnya Berbagi Nasi melakukan kegiatan berbagi 3 kali dalam seminggu pada tahun 2012, lalu beberapa tahun kemudian, yaitu awal tahun 2015 kegiatan berbagi nasi dilakukan seminggu dua kali. Kemudian sejak Oktober 2015, gerakan Berbagi Nasi melakukan kegiatan berbagi nasi setiap satu minggu sekali, yaitu setiap hari sabtu dimana kegiatan ini bergerak pada malam hari pukul 9 malam dan siang harinya para *volunteer* yang disebut sebagai pejuang nasi melakukan berbagi makan siang ke Rumah Sakit Hasan Sadikin Bandung.

Gerakan Berbagi Nasi ini hadir dari niat untuk melakukan kebaikan, dari Bandung untuk Indonesia hanya dengan sebungkus nasi dan memberikannya kepada yang membutuhkan. Gerakan Berbagi Nasi yang memiliki *tagline* “Sanguan Bray” ini tetap konsisten selama tiga tahun melakukan kegiatan berbagi tanpa pernah tidak melakukan berbagi nasi sekalipun. Pada siang hari, para pejuang nasi membagikan makan siang kepada para pasien serta keluarga pasien di rumah sakit Hassan Sadikin Bandung. Target Berbagi Nasi sendiri dalam kegiatannya memberi makan siang adalah para pasien yang menggunakan BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) kelas tiga. Malam harinya, para pejuang nasi memberikan nasi bungkus pada pukul 21.00 WIB di mana para pejuang nasi biasa berkumpul di Bank Danamon, jalan Merdeka tepat didepan Balaikota Bandung. Dengan amunisi atau nasi bungkus yang tersedia, para pejuang nasi mulai membagikan nasi bungkus tersebut kepada target, adapun targetnya adalah para pekerja malam, orang-orang yang tidak memiliki tempat tinggal, dan orang-orang yang dirasa oleh para pejuang nasi adalah orang yang layak menerima sebungkus nasi.

Kegiatan berbagi nasi dilakukan pada malam hari dikarenakan ketika malam hari kita dapat mengetahui secara langsung mana orang yang benar-benar membutuhkan. Para pejuang memilih orang-orang tertentu yang lebih berhak mendapatkan haknya tanpa meminta sehingga para pejuang nasi turun langsung pada malam hari untuk memberikan sebungkus nasi. Untuk menjadi pejuang di gerakan Berbagi Nasi ini juga tidak sulit, karena cukup dengan datang dan membawa sebungkus nasi atau lebih, pada saat kegiatan, orang yang terlibat merupakan pejuang nasi atau jika tidak bisa datang, dapat memberikan sedikit rezekinya untuk gerakan Berbagi Nasi ini. Karena bagi Danang, berbuat baik itu tidak harus sulit, yang terpenting bagaimana niat untuk membuat keadaan menjadi lebih baik.

Gerakan Berbagi Nasi yang bergerak dalam kegiatan sosial ini mampu menarik masyarakat secara luas. Terbukti, diusianya yang baru tiga tahun, gerakan ini sudah menjadi *global*, di mana gerakan Berbagi Nasi mampu membentuk gerakan sosial yang sama di 90 kota di Indonesia. Dari 90 kota yang

terdaftar dalam gerakan Berbagi Nasi, saat ini hanya ada sekitar 34 kota yang masih aktif dalam melakukan kegiatan berbagi. Secara tidak sengaja gerakan yang berawal dari kegiatan individu yang dilakukan oleh Danang ini menjadi gerakan yang besar. Masing-masing kota yang membentuk Gerakan Berbagi Nasi memiliki jadwal tersendiri dalam melakukan kegiatan berbagi, seperti di Jakarta melakukan kegiatan berbagi setiap hari Sabtu malam, di Cikarang setiap hari Jumat malam, di Bekasi setiap Sabtu malam.

Dalam berbagi informasi mengenai Berbagi Nasi, apa saja kegiatan yang mereka lakukan, Berbagi Nasi menggunakan media sosial sebagai media informasi dan media interaksi antara Berbagi Nasi Nusantara (Bandung) dengan Berbagi Nasi di kota lainnya. Adapun media sosial yang digunakan yaitu Facebook dan Twitter. Untuk penggunaan Twitter, gerakan Berbagi Nasi ini sudah mempunyai lebih dari 6.000 *followers* (<https://twitter.com/@berbaginasiid> diakses pada tanggal 10 November 2015 pukul 09.25 WIB).

Gerakan Berbagi Nasi ini tidak memiliki aturan yang sulit bagi siapa saja yang ingin bergabung. Pertama, para *volunteer* atau yang disebut pejuang nasi datang ke kegiatan berbagi dengan membawa nasi bungkus dengan jumlah yang tidak dibatasi. Jika tidak bisa datang, pejuang nasi bisa menitipkan nasi bungkus yang akan dibagikan kepada pejuang nasi yang akan datang pada kegiatan berbagi. Gerakan Berbagi Nasi ini memiliki sumpah atau niat yang dinamakan sumpah Berbagi Nasi, dimana sumpah Berbagi Nasi ini terinspirasi dari teks Sumpah Pemuda. Adapun sumpah Berbagi Nasi, yaitu :

1. Kami putra-putri #berbaginasi berjanji mempersatukan Indonesia dengan perantara sebungkus nasi.
2. Kami putra-putri #berbaginasi mengaku berbangsa satu, bangsa yang mau berbagi.
3. Kami putra-putri #berbaginasi menjunjung bahasa persatuan, bahasa lapar.

Banyak berbagai gerakan sosial di Indonesia, namun diwaktu yang singkat dan dapat menjadi sebuah gerakan yang *maasive* tidaklah mudah bagi sebuah gerakan sosial. Adapun perbedaan gerakan Berbagi Nasi dengan gerakan sosial lainnya dilihat dari penyebarannya di berbagai kota, yaitu :

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Gerakan Berbagi Nasi dengan Gerakan Lainnya**

<b>Nama Gerakan</b>	<b>Tahun Berdiri</b>	<b>Tentang Gerakan</b>	<b>Cabang</b>
Gerakan Berbagi Nasi	Novermber 2012	Gerakan sosial yang dibentuk untuk membantu orang-orang yang membutuhkan melalui sebungkus nasi.	Tahun 2013 ada di 90 Kota di Indonesia, namun saat ini (2016) hanya ada 34 Kota yang aktif.
Sedekah Rombongan	Juni 2011	Gerakan dengan konsep sedekah jalanan di mana tujuannya untuk membantu orang-orang yang membutuhkan dari segi kesehatan.	Sampai saat ini terbentuk di 9 Kota. Sumber : <a href="http://www.sedekahrombongan.com/">http://www.sedekahrombongan.com/</a>
Indonesia Menyala	Februari 2011	Gerakan sosial yang dibentuk untuk meningkatkan minat baca di daerah-daerah di Indonesia. Gerakan ini merupakan program perpustakaan Indonesia Mengajar.	Ada di 9 Kota di Indonesia. Sumber : <a href="http://indonesia-menyala.org">http://indonesia-menyala.org</a>

Dalam membentuk sebuah gerakan sosial tidaklah mudah, apa lagi untuk menjadi gerakan sosial yang *global*, di mana banyak masyarakat tertarik untuk bergabung dan membentuk gerakan yang sama. Gerakan Berbagi Nasi ini terbilang masih baru dengan usianya yaitu tiga tahun, namun gerakan ini mampu membuat kota-kota lain turut ikut membentuk gerakan yang sama. Hal ini bisa saja terjadi karena gerakan Berbagi Nasi ini memiliki sebuah strategi komunikasi.

Strategi adalah perencanaan yang dibuat untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan strategi komunikasi adalah gabungan dari perencanaan komunikasi dilihat dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran atau media, sampai pengaruh, yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal. Dengan memiliki sebuah strategi, sebuah kegiatan, aktivitas, maupun sebuah kelompok dapat mencapai tujuannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “**Strategi Komunikasi Gerakan Berbagi Nasi (Studi Kasus Pada Terbentuknya Gerakan Berbagi Nasi di Kota Jakarta, Cikarang, dan Bekasi)**”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti menetapkan fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi Gerakan Berbagi Nasi pada terbentuknya gerakan di kota Jakarta, Cikarang, dan Bekasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Gerakan Berbagi Nasi pada terbentuknya gerakan di kota Jakarta, Cikarang, dan Bekasi.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini kelak diharapkan dapat menjadi masukan dan dapat dijadikan sumber informasi bagi penelitian dibidang kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi komunikasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Berikut ini adalah manfaat yang diharapkan dapat dirasakan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini diharapkan menjadi sarana pembelajaran dan acuan literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait strategi komunikasi.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan berpikir secara sistematis untuk menghadapi jenjang pendidikan yang lebih tinggi untuk kedepannya.
3. Penelitian ini dapat membantu memperkenalkan gerakan Berbagi Nasi kepada masyarakat yang belum mengetahui tentang gerakan ini serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi gerakan Berbagi Nasi untuk melihat sejauh mana strategi yang dilakukan Berbagi Nasi dalam membentuk gerakan sosial baru.

## **1.5 Tahapan Penelitian**

Untuk melaksanakan sebuah penelitian kualitatif diperlukan adanya tahapan penelitian. Dalam penelitian kualitatif terdapat 3 tahapan yang berguna untuk pelaksanaannya agar lebih terarah dan sistematis. Adapun tahapan penelitian dalam penelitian kualitatif yang terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu :



**Gambar 1.1 Tahapan Penelitian**  
**Sumber : Moleong (2007: 127-148)**

#### 1. Tahapan Pra Penelitian

Pada tahapan ini yang dilakukan adalah mencari suatu permasalahan yang sedang terjadi dan dapat diamati secara nyata kemudian melakukan survey dengan mencari subjek dan objek penelitian.

#### 2. Tahap Pekerja Lapangan

Dalam tahapan ini peneliti harus memahami latar belakang penelitian dan kemudian melakukan pengumpulan data primer dan sekunder.

#### 3. Tahap Analisis Data

Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis data kualitatif yang telah diperoleh. Kemudian menyimpulkan dan melakukan verifikasi data dan terakhir pelaporan hasil penelitian sampai kesimpulan dan saran.

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Bandung, Jawa Barat. Berbagi Nasi merupakan sebuah gerakan sosial yang berdiri di Bandung pada November 2012. Peneliti memilih Bandung sebagai lokasi penelitian karena gerakan Berbagi Nasi ini pertama kali hadir di Bandung, dari Bandung untuk Indonesia. sampai pada akhirnya, Gerakan Berbagi Nasi ini ada di 90 Kota di Indonesia, salah satunya di kota Jakarta, Cikarang, dan Bekasi.

#### 1.6.2 Waktu Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu berlangsung selama 6 bulan, yaitu bulan November 2015 – April 2016. Berikut tabel mengenai waktu penelitian :



**Tabel 1.2**  
**Rancangan Tahapan Waktu Penelitian**

No	Tahapan	Bulan					
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Persiapan tahapan pra-lapangan.						
2.	Pengerjaan tahap pekerjaan lapangan yaitu pengumpulan data primer dan sekunder berupa wawancara mendalam kepada informan.						
3.	Tahapan analisis data.						

**Sumber : Olahan Penulis (2015)**