

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pembangunan karakter pemuda merupakan kebutuhan penting dalam menjaga keberlanjutan sosial di tingkat desa. Kegiatan kepemudaan yang dijalankan oleh Karang Taruna Desa Cijolang masih belum optimal dalam membentuk karakter dan partisipasi sosial pemuda. Sebagian besar kegiatan bersifat seremonial dan belum terarah pada pembinaan nilai-nilai seperti tanggung jawab sosial, kepedulian, disiplin, dan kolaborasi. Dari wawancara awal dengan beberapa pengurus, teridentifikasi bahwa program kerja belum memiliki perencanaan komunikasi yang kuat dan cenderung berfokus pada pelaksanaan kegiatan rutin seperti lomba, kerja bakti, dan peringatan hari besar tanpa evaluasi dampak terhadap karakter pemuda.

Kemudian dalam praktik di banyak desa, tantangan pembinaan karakter pemuda masih muncul dalam bentuk minimnya perencanaan komunikasi yang bernilai, konsisten, dan berorientasi perubahan sosial, serta pengaruh lingkungan (media digital, budaya populer, dinamika ekonomi) yang kerap menarik pemuda menjauh dari aktivitas produktif komunitas. Kesenjangan ini menuntut pendekatan komunikasi yang tidak sekadar “menginformasikan kegiatan,” melainkan membangun relasi, kepercayaan, dan nilai yang mendorong transformasi perilaku. Di sinilah konsep Public Relations (PR) profetik menjadi relevan sebagai kerangka etik dan praksis komunikasi yang menempatkan misi kemanusiaan dan transendensi sebagai pengarah perubahan sosial.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa tantangan utama bukan hanya pada aspek kegiatan, tetapi juga pada pola komunikasi antara pengurus dan anggota yang belum membangun hubungan dialogis dan kepercayaan. Sebagian anggota muda mengaku belum merasa benar-benar dilibatkan dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih partisipatif, berorientasi pada nilai, dan mampu mendorong transformasi perilaku pemuda. Di sisi lain, pengaruh media sosial, gaya hidup digital, serta beragam latar belakang sosial dan religius di kalangan pemuda turut menambah kompleksitas tantangan dalam membangun karakter dan solidaritas di tingkat komunitas.

Dari hasil pra-penelitian, sekitar 70% anggota aktif Karang Taruna berusia antara 17–25 tahun, yang sebagian besar merupakan pelajar dan pekerja informal. Meskipun mereka antusias terhadap kegiatan sosial, namun tingkat keterlibatan dalam perencanaan program masih rendah. Kondisi ini memperlihatkan bahwa upaya pembinaan pemuda di desa membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih strategis dan bernilai, bukan sekadar menyampaikan informasi kegiatan. Dibutuhkan model komunikasi yang dapat membangun kepercayaan, mengelola partisipasi, dan memperkuat nilai-nilai moral serta spiritual yang menjadi dasar kehidupan masyarakat desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis memandang konsep Public Relations (PR) profetik sebagai pendekatan yang relevan untuk diteliti. PR profetik menekankan praktik komunikasi yang berpijak pada nilai kemanusiaan (humanisasi), pembebasan (liberasi), dan spiritualitas (transendensi). Dalam

konteks Karang Taruna, pendekatan ini diharapkan mampu mengarahkan pola komunikasi agar tidak sekadar bersifat formal, tetapi berfungsi sebagai sarana pembinaan karakter pemuda melalui dialog, keteladanan, dan kolaborasi yang bernilai.

Penelitian ini diangkat untuk memahami bagaimana pendekatan PR profetik diterapkan oleh Karang Taruna Desa Cijolang dalam membangun karakter pemuda. Judul ini dipilih karena persoalan pembinaan karakter pemuda desa merupakan isu yang nyata dan mendesak, sementara penerapan pendekatan komunikasi berbasis nilai masih jarang dikaji pada tingkat komunitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengurus Karang Taruna dalam merancang strategi komunikasi yang lebih bermakna, serta kontribusi akademik bagi pengembangan literatur komunikasi profetik di Indonesia.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana implementasi PR profetik diterapkan oleh Karang Taruna dengan judul penelitian “Implementasi Public Relations Profetik Dalam Membangun Karakter Pemuda Di Lembaga Karang Taruna Desa Cijolang”. Kajian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga menghasilkan model praktis komunikasi berbasis nilai yang dapat diterapkan di lingkungan kepemudaan lainnya.

B. FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang tersebut, Adapun fokus penelitian akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengurus Karang Taruna Desa Cijolang memahami, menginternalisasi, dan menjadikan nilai profetik (humanisasi, liberasi, transendensi) sebagai landasan dalam merancang program komunikasi?
2. Bagaimana strategi komunikasi profetik diterapkan dalam kegiatan Karang Taruna (hubungan komunitas, kegiatan sosial, pemanfaatan media, dan pendekatan berbasis nilai) untuk membangun karakter pemuda?
3. Bagaimana implementasi PR profetik berpengaruh terhadap sikap, perilaku, dan partisipasi pemuda Desa Cijolang, serta nilai-nilai karakter apa saja yang berkembang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pemahaman dan internalisasi nilai profetik (humanisasi, liberasi, transendensi) oleh pengurus Karang Taruna Desa Cijolang dalam merancang dan menjalankan program komunikasi.
2. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi serta implementasi PR profetik yang dilakukan Karang Taruna, baik melalui kegiatan sosial,

hubungan komunitas, maupun media, dalam rangka membangun karakter pemuda.

3. Menggambarkan dampak implementasi PR profetik terhadap pembentukan karakter pemuda, meliputi perubahan sikap, partisipasi, serta nilai-nilai karakter yang berkembang pada pemuda Desa Cijolang.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian *Public Relations* berbasis nilai profetik. Selama ini, penelitian mengenai PR lebih banyak difokuskan pada institusi pemerintah atau korporasi, sementara penerapannya di tingkat komunitas desa masih jarang dieksplorasi. Dengan mengangkat konsep Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo yang berlandaskan pada nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi, penelitian ini berupaya menghadirkan model konseptual implementasi PR profetik sebagai pendekatan komunikasi transformatif dalam membangun karakter pemuda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis dan menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji integrasi nilai religius-moral dengan praktik PR dalam konteks pembangunan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat langsung dalam pembinaan pemuda di Desa Cijolang. Bagi Karang Taruna, hasil penelitian dapat menjadi rekomendasi strategis dalam

merancang dan melaksanakan program komunikasi berbasis nilai profetik sehingga kegiatan yang dijalankan lebih efektif dalam membentuk karakter pemuda. Bagi pemuda itu sendiri, penelitian ini mendorong kesadaran akan pentingnya nilai profetik dalam kehidupan sosial, sekaligus memotivasi mereka untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan kepemudaan dan pembangunan desa. Bagi pemerintah desa dan masyarakat, penelitian ini dapat memberikan masukan dalam penyusunan program pembinaan pemuda yang lebih humanis dan berlandaskan nilai spiritual, serta menjadi contoh praktik baik yang bisa direplikasi di desa lain. Sementara itu, bagi praktisi PR dan komunikasi sosial, penelitian ini dapat menjadi rujukan praktis mengenai bagaimana nilai-nilai profetik dapat diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi, tidak hanya di lembaga besar, tetapi juga dalam konteks lokal dan komunitas.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Public Relatin Profetik

Secara klasik, Public Relations (PR) dipahami sebagai fungsi manajemen komunikasi yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan publik (Grunig & Hunt, 1984). Barat yang dominan seperti two-way symmetrical communication dianggap ideal karena menekankan komunikasi dua arah yang seimbang, tetapi banyak dikritik karena masih bersifat instrumental dan kurang memperhatikan dimensi nilai serta konteks lokal (Qodir, 2015).

Sebagai koreksi atas kekosongan nilai tersebut, Kuntowijoyo (1991) memperkenalkan paradigma Ilmu Sosial Profetik (ISP). ISP menegaskan bahwa ilmu tidak hanya berfungsi menjelaskan realitas, melainkan juga mengubahnya ke arah yang berkeadaban. Tiga pilar utama ISP adalah humanisasi (*amar ma'ruf*), liberasi (*nahi munkar*), dan transendensi (*tu'minu billah*) (Zulheri, 2012).

Penerapan ISP dalam dunia komunikasi menghasilkan konsep PR profetik, yakni praktik PR yang mengintegrasikan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi ke dalam strategi komunikasi. Dalam konteks ini: Pertama, Humanisasi menuntut PR menghormati martabat publik dengan komunikasi partisipatif, bukan manipulatif. Kedua, Liberasi mengarahkan PR untuk membebaskan publik dari struktur dan perilaku yang merugikan. Terakhir, Transendensi memberi arah moral dan spiritual pada praktik komunikasi.

Penelitian Jamaluddin (2023) menegaskan bahwa komunikasi profetik mampu memperkuat transformasi sosial karena sarat dengan nilai etis dan spiritual. Oleh sebab itu, PR profetik relevan menjadi kerangka dalam penelitian ini, karena tidak sekadar menyoroti aktivitas komunikasi, tetapi juga nilai dan dampaknya pada perubahan sosial pemuda.

2. Karang Taruna Sebagai Organisasi Kepemudaan

Karang Taruna adalah organisasi sosial kemasyarakatan yang beranggotakan generasi muda, berfungsi sebagai wadah pengembangan diri, kepemimpinan, dan partisipasi sosial. Secara hukum, keberadaan Karang Taruna diatur dalam Permensos No. 77 Tahun 2010 tentang Pedoman Dasar

Karang Taruna. Organisasi ini bertujuan meningkatkan tanggung jawab sosial pemuda terhadap pembangunan masyarakat sekitarnya.

Sejak berdiri pada 1960-an, Karang Taruna dirancang sebagai wadah pembinaan kepemudaan berbasis desa. Karang Taruna efektif menanamkan nilai kepedulian sosial dan gotong royong melalui program pengabdian masyarakat (Risti, 2024). Karang Taruna berperan penting membentuk kepemimpinan pemuda karena memberi ruang bagi mereka mengelola kegiatan sosial (Faizah et al., 2025).

Selain itu, penelitian (Widiatmaka et al., 2023) menunjukkan bahwa Karang Taruna berfungsi sebagai laboratorium sosial yang membentuk karakter generasi muda digital native melalui keterlibatan dalam kegiatan sosial di desa. Dengan demikian, Karang Taruna bukan hanya organisasi formal, tetapi wadah strategis untuk menanamkan nilai profetik melalui praktik PR yang berbasis pada komunitas.

3. Karakter Pemuda

Karakter diartikan sebagai integrasi nilai moral yang membimbing cara berpikir, bersikap, dan bertindak seseorang. Menurut Lickona (1991), karakter terdiri atas tiga dimensi: moral knowing (pengetahuan moral), moral feeling (perasaan moral), dan moral action (tindakan moral). Dalam konteks kepemudaan Indonesia, pembentukan karakter menjadi isu penting karena banyaknya tantangan globalisasi, degradasi moral, dan pengaruh media digital. Penelitian Faizah (2024) menegaskan bahwa penanaman nilai gotong royong dan tanggung jawab sosial melalui kegiatan Karang Taruna mampu

memperkuat karakter pemuda. Pentingnya penguatan karakter tangguh pemuda Karang Taruna sebagai modal sosial dalam menghadapi krisis global (Karyatun et al., 2024). Dengan demikian, karakter pemuda yang diharapkan dari penelitian ini adalah pemuda yang memiliki integritas, tanggung jawab sosial, kepedulian, serta disiplin. Hal tersebut dapat ditumbuhkan melalui kegiatan organisasi Karang Taruna yang terarah dengan strategi PR profetik.

PR profetik dan Karang Taruna memiliki keterkaitan erat, karena PR profetik memberi arah nilai, sementara Karang Taruna menyediakan wadah aktualisasi. Strategi komunikasi Karang Taruna yang biasanya berupa kegiatan sosial, publikasi kegiatan, atau event tahunan, bisa diarahkan lebih bermakna dengan pendekatan profetik. Sebagai contoh, strategi humanisasi dapat diwujudkan dalam musyawarah pemuda yang demokratis. Liberasi tampak dalam program pelatihan kewirausahaan sosial untuk mengurangi pengangguran. Transendensi muncul dalam kegiatan keagamaan atau bakti sosial yang menanamkan nilai spiritual.

Penelitian Salsabila (2022) tentang PR pemerintah Sleman menunjukkan bahwa strategi PR berbasis kepercayaan mampu meningkatkan partisipasi publik, meski menghadapi tantangan literasi digital. Temuan ini relevan dengan Karang Taruna, yang juga membutuhkan trust dari pemuda agar mereka mau terlibat dalam kegiatan organisasi. Dengan demikian, PR

profetik dapat memperkuat peran Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan berbasis nilai.

F. LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan saya teliti berada di Desa Cijolang, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah seperangkat keyakinan dasar yang menjadi kerangka berpikir dalam memandang realitas, membangun teori, dan menentukan metode penelitian (Nakagawa et al., 1986). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis interpretif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dikonstruksi melalui pengalaman, interaksi, dan makna subjektif para aktor. Paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada implementasi nilai profetik dalam praktik Public Relations Karang Taruna. Proses tersebut tidak bisa diukur secara kuantitatif, melainkan perlu dipahami melalui interpretasi makna yang diberikan oleh pengurus Karang Taruna, pemuda, serta aktor sosial lain di Desa Cijolang. Dalam paradigma konstruktivis, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang berinteraksi langsung dengan subjek penelitian. Kebenaran dipandang relatif, bergantung pada konteks sosial dan interpretasi aktor. Paradigma ini relevan karena nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam PR profetik hanya dapat

dipahami melalui pengalaman dan persepsi aktor sosial, bukan angka-angka statistik semata.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, menggali makna, dan menafsirkan pengalaman mereka. Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini meneliti secara mendalam implementasi PR profetik pada satu kasus khusus, yaitu Karang Taruna Desa Cijolang. Menurut Yin (2018), studi kasus cocok digunakan untuk menelaah fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak jelas. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta dokumentasi. Wawancara ditujukan kepada pengurus Karang Taruna, pemuda anggota, serta tokoh masyarakat yang terlibat dalam kegiatan. Observasi dilakukan untuk melihat langsung praktik komunikasi dalam kegiatan Karang Taruna, sementara dokumentasi meliputi arsip kegiatan, media sosial, dan laporan program.

Pendekatan ini dipandang relevan karena mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana nilai profetik diinternalisasikan, bagaimana strategi komunikasi dijalankan, dan bagaimana karakter pemuda terbentuk melalui program Karang Taruna. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini tidak hanya menghasilkan deskripsi, tetapi juga interpretasi

mendalam tentang makna PR profetik dalam kehidupan sosial pemuda di Desa Cijolang.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, serta pemahaman subjek secara mendalam. Studi kasus dipakai karena penelitian difokuskan pada satu kasus tertentu, yaitu implementasi Public Relations profetik dalam membangun karakter pemuda di Karang Taruna Desa Cijolang. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu mendeskripsikan secara mendalam implementasi PR profetik yang dilakukan Karang Taruna dan dampaknya terhadap pembentukan karakter pemuda di Desa Cijolang.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata, kalimat, narasi, atau dokumen, bukan angka-angka statistik. Data kualitatif dipakai untuk memahami makna, pandangan, dan pengalaman subjek penelitian secara mendalam. Menurut Moleong (2017), data kualitatif diperoleh dari

catatan lapangan, hasil wawancara, observasi, maupun dokumen yang menggambarkan situasi sosial atau perilaku manusia dalam konteks tertentu.

b. Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan. Data ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus Karang Taruna, anggota pemuda, dan tokoh masyarakat; observasi terhadap kegiatan Karang Taruna; serta partisipasi langsung peneliti dalam beberapa aktivitas.

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber-sumber pendukung seperti arsip, laporan kegiatan, dokumen organisasi, foto, video, hingga unggahan media sosial Karang Taruna Desa Cijolang. Data sekunder juga mencakup literatur akademik seperti jurnal, artikel, buku, serta regulasi resmi terkait Karang Taruna (misalnya Permensos No. 77 Tahun 2010).

5. Informan atau Unit Analisis

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan tidak ditentukan berdasarkan jumlah yang besar, melainkan pada kualitas informasi yang dapat diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang yang dianggap paling tahu, menguasai, atau terlibat langsung dengan fenomena yang diteliti. Dengan demikian, pemilihan informan dalam penelitian ini diarahkan kepada individu yang terlibat aktif

dalam implementasi Public Relations profetik di Karang Taruna Desa Cijolang.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Pengurus Karang Taruna Desa Cijolang, yang berperan merancang dan melaksanakan program kepemudaan. Kedua, Anggota pemuda Karang Taruna, yang menjadi subjek utama penerima dan pelaksana program organisasi. Ketiga, Tokoh masyarakat atau perangkat desa, yang sering berinteraksi dengan Karang Taruna dan mengetahui dampaknya terhadap pembentukan karakter pemuda. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yakni menggali pemahaman dan pengalaman subjek penelitian terkait implementasi PR profetik dan dampaknya terhadap karakter pemuda. Dengan purposive sampling, peneliti dapat memperoleh informan yang benar-benar relevan, sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan mendalam.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan Karang Taruna, seperti rapat, pelatihan, maupun kegiatan sosial. Observasi memungkinkan peneliti menangkap perilaku nyata, interaksi sosial, serta praktik komunikasi dalam konteks alami. Menyebut observasi partisipatif sebagai cara memahami pola perilaku dan budaya dari dalam, melalui kehadiran peneliti di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan pengurus Karang Taruna, anggota pemuda, dan tokoh masyarakat. Tujuannya untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana PR profetik diimplementasikan dalam kegiatan Karang Taruna serta dampaknya terhadap karakter pemuda. Wawancara kualitatif bertujuan mengeksplorasi makna dan pengalaman hidup partisipan dengan pertanyaan terbuka.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi wawancara dan observasi dengan bukti tertulis atau visual. Data diperoleh dari arsip organisasi, laporan kegiatan, foto, video, dan unggahan media sosial Karang Taruna Desa Cijolang. Analisis dokumen dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap serta memperkuat data primer. Dokumentasi adalah metode kualitatif penting yang mendukung triangulasi data dan meningkatkan kredibilitas penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Analisis data adalah proses penting dalam penelitian kualitatif untuk mengorganisasi, menginterpretasi, dan menarik makna dari data yang terkumpul. Menurut Miles, Huberman, & Saldaña (2014), analisis data

kualitatif mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Ini bertujuan agar peneliti hanya fokus pada data yang relevan dengan implementasi PR profetik dan pembentukan karakter pemuda. Menurut Miles & Huberman (1994), reduksi data berlangsung terus-menerus sejak data dikumpulkan hingga laporan akhir.

2) Penyajian Data

Setelah direduksi, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, matriks, atau bagan. Penyajian data memudahkan peneliti untuk melihat pola, hubungan, dan kecenderungan yang muncul. Menurut Sugiyono (2019), penyajian data dalam penelitian kualitatif harus mampu menjawab pertanyaan penelitian melalui uraian naratif yang jelas dan sistematis.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang merupakan hasil interpretasi dari data yang sudah disajikan. Tidak bersifat final sejak awal, melainkan diverifikasi secara terus-menerus melalui pengecekan ulang data dan triangulasi untuk memastikan validitas. Menurut Patton

(1999), validitas dalam penelitian kualitatif dapat ditingkatkan melalui triangulasi dan keterlibatan mendalam peneliti di lapangan.

