

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian tentang strategi komunikasi NGO dalam membangun *engagement* dan menggerakkan partisipasi relawan Gen Z, disini peneliti telah memiliki tinjauan pustaka dari beberapa penelitian sebelumnya yang dirasa relevan untuk memahami bagaimana organisasi *nonprofit*/NGO dalam merancang strategi komunikasi untuk membangun keterlibatan dan menggerakkan para relawannya. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memetakan antara kesamaan, perbedaan, dan celah penelitian (*research gap*) yang dapat dilengkapi melalui studi ini. Melalui tinjauan ini, peneliti berupaya untuk memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunikasi strategis dapat berperan dalam meningkatkan *engagement* dan partisipasi relawan muda yang berkelanjutan khususnya dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan.

Penelitian terdahulu pertama berjudul “*Towards a better understanding of volunteer engagement: self-determined motivations, self-expression needs and co-creation outcomes*” disusun oleh Teresa Fernandes dan Manuel Aires de Matos (2023). Dimana penelitian ini dilakukan karena meskipun *non-profit organizations* (NPO) berkontribusi besar terhadap kesejahteraan sosial masyarakat, namun literatur mengenai *volunteer engageability* (VE) masih sangat terbatas. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi keterlibatan relawan dan bagaimana keterlibatan tersebut dapat berkembang menjadi proses *co-creation* yang bernilai bagi NGO dan para pemangku kepentingannya (Fernandes & Matos, 2023).

Penelitian terdahulu kedua berjudul “*The Role of Engagement in Retaining Volunteers*” disusun oleh J. M. Lorente, I. Küster, dan N. Vila (2024). Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana keterlibatan (*engagement*) relawan berperan dalam memoderasi hubungan antara motivasi dan retensi relawan di berbagai NGO. Berdasarkan Teori *Self-Determination*, penelitian ini menekankan pentingnya kebutuhan psikologis dasar seperti rasa kompeten dan otonomi dalam meningkatkan motivasi intrinsik dan niat relawan untuk terus berpartisipasi (Lorente et al., 2024).

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “*Volunteer Engageability: A Conceptual Framework*” oleh Arnon, Almog-Bar, dan Cnaan (2023). Penelitian ini dilakukan untuk memahami peran dari lima dimensi *volunteer engagement* yaitu kognitif, afektif, perilaku, sosial, dan spiritual terhadap persepsi nilai dalam konteks relawan serta dampaknya terhadap retensi relawan. Dengan pendekatan konseptual teoretis, penelitian ini memperkenalkan kerangka baru untuk menjelaskan bagaimana berbagai bentuk *engagement* dalam menciptakan nilai yang berbeda bagi relawan dan organisasi (Arnon et al., 2023).

Penelitian terdahulu keempat berjudul “*Nonfinancial Resource Management: A Qualitative Study of Retention and Engagement in Not-for-Profit Community Fund Management Organisation*” disusun oleh Jude Edeigba dan Deepica Singh (2022). Studi ini dilakukan karena terdapat peningkatan jumlah

organisasi nirlaba di dunia tetapi tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah relawan yang tetap bertahan. Melalui pendekatan studi kasus kualitatif dan analisis tematik, studi ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi retensi dan keterlibatan sukarelawan, yaitu komunikasi, dukungan manajemen, keterampilan sukarelawan, dan partisipasi sukarelawan dalam pengambilan keputusan organisasi. Dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif sukarelawan dalam proses manajemen meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen mereka terhadap organisasi (Edeigba & Singh, 2022).

Selanjutnya, penelitian terdahulu kelima dengan judul “*Effect of Communication Practices on Volunteer Organization Identification and Retention*” disusun oleh Steven Bauer dan Dongkuk Lim (2019). Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana praktik komunikasi memengaruhi identifikasi organisasi dan retensi sukarelawan dalam konteks organisasi sosial di Los Angeles. Dengan menggunakan pendekatan survei kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor komunikasi seperti hubungan dengan atasan, komunikasi internal, dan aktivitas media sosial eksternal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat identifikasi organisasi dan niat sukarelawan untuk terus berkontribusi (Bauer & Lim, 2019).

Penelitian terdahulu keenam dengan judul “*A Qualitative Study Exploring Motivation and Engagement Among Millennial Volunteers in Nonprofit Organizations*” disusun oleh Joanne Quiñones (2019). Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pengalaman relawan milenial di organisasi non-profit, khususnya terkait motivasi dan keterlibatan mereka dalam kegiatan sosial. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan 10 peserta berusia 22–37 tahun, penelitian ini didasarkan pada empat teori utama, yaitu *Functionalist Theory*, *Self-Determination Theory*, *Social Identity Theory*, and *Role Identity Theory*. Hasil penelitian ini menemukan delapan kategori utama yang membentuk motivasi dan keterlibatan sukarelawan, seperti membangun hubungan, kepuasan peran, panggilan untuk melayani, tanggung jawab moral, membantu orang lain, rasa memiliki, pengembangan karakter, dan pengaruh sosial (Quinones, 2019).

Penelitian ketujuh yang berjudul “*Communicating Our Way to Engaged Volunteers: A Mediated Process Model of Volunteer Communication, Engagement, and Commitment*” disusun oleh Sheridan B. Trent, Joseph A. Allen, dan Kelly A. Prange (2020). Penelitian ini memiliki berfokus pada peran komunikasi dalam menciptakan *engagement* dan komitmen relawan pada NGO. Penelitian ini mengkaji dua bentuk komunikasi, yaitu *upward communication* (suara atau masukan relawan terhadap organisasi) dan *downward communication* (informasi dan arahan dari organisasi kepada relawan). Berdasarkan kerangka *Psychological Contract Theory* dan *Social Exchange Theory*, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua bentuk komunikasi memiliki hubungan tidak langsung dengan komitmen organisasi melalui keterlibatan relawannya, dan bahwa praktik pelatihan sukarelawan juga terbukti memperkuat hubungan (Trent et al., 2020).

Penelitian terdahulu kedelapan dengan judul “*Empowering Health Volunteers Through Participatory Action Research in a Comprehensive Healthcare Center*” disusun oleh Fatemeh Vizeshfah, Marzieh Momennasab, Shahrzad

Yektatalab, dan Mohamad Taghi Iman (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan *participatory action research* yang berlangsung selama 20 bulan di sebuah pusat kesehatan komprehensif di Fars, Iran, dengan melibatkan 25 relawan kesehatan, dua instruktur, dan seorang peneliti akademik sebagai fasilitator. Tujuannya adalah untuk memberdayakan para relawan kesehatan melalui refleksi dan tindakan berkelanjutan. Hasil analisis kualitatif menunjukkan adanya empat tantangan utama, yaitu kebingungan peran, pelatihan yang tidak memadai, kesulitan menarik dan mempertahankan relawan, serta kurangnya pengenalan kepada masyarakat. Setelah tindakan perbaikan dilakukan, ditemukan peningkatan pengetahuan, kompetensi, dan kepuasan relawan. (Vizeshfar et al., 2021)

Penelitian terdahulu kesembilan berjudul “*Attachment Theory, Organizational Identification, and Communication Engagement Strategies of Successful College Students: A Retention Study*” disusun oleh David E. Schneider dan Natalie M. Schneider (2024). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana teori keterikatan (*attachment theory*), identifikasi organisasi, serta strategi komunikasi berperan dalam membentuk keterikatan dan keberhasilan retensi mahasiswa (David E. Schneider & Natalie M. Schneider, 2024).

Penelitian terdahulu kesepuluh berjudul “*Feelings of Ownership and Volunteering: Examining Psychological Ownership as a Volunteering Motivation for Nonprofit Service Organisations*” disusun oleh Jeremy Ainsworth (2020). Penelitian ini menyoroti peran *psychological ownership* atau rasa memiliki psikologis sebagai faktor motivasi dalam retensi relawan di organisasi non-profit yang berbasis *community*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menganalisis hubungan antara persepsi kepemilikan, perilaku relawan sebelumnya, dan tekanan waktu, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam kegiatan sukarela dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap organisasi, yang kemudian berimplikasi positif pada sikap dan niat relawan untuk tetap berkontribusi. Namun, faktor tekanan waktu disini terbukti menjadi faktor yang dapat melemahkan hubungan tersebut (Ainsworth, 2020).

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>Towards a better understanding of volunteer engagement: self-determined motivations, self-expression needs and co-creation outcomes</i>	<i>The role of engagement in retaining volunteers</i>	<i>Volunteer Engageability: A Conceptual Framework</i>	<i>Nonfinancial resource management: A qualitative study of retention and engagement in not-for-profit community fund management organisation</i>	<i>Effect of Communication Practices on Volunteer Organization Identification and Retention</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Teresa Fernandes, Manuel Aires de Matos <i>Journal of Service Theory and Practice</i> 18 December 2023	J. M. Lorente, I. Küster & N. Vila (2024), Springer (International Review on Public and Nonprofit Marketing).	Arnon, Almog-Bar & Cnaan (2023), Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly (SAGE Journal).	Jude Edeigba & Deepica Singh, 2022, Asia Pacific Management Review	Steven Bauer & Dongkuk Lim, 2019, Sustainability (MDPI)
3.	Fokus Penelitian	Menjelaskan bagaimana motivasi yang bersifat <i>self-determined (autonomy, competence, relatedness)</i> dan kesesuaian nilai individu dengan nilai organisasi (<i>value congruence</i>)	Fokus penelitian ini mengenai bagaimana peran <i>engagement</i> psikologis sebagai moderator antara motivasi (berbasis <i>Self Determination Theory</i>) dan retensi relawan.	Fokusnya dalam memperkenalkan Konsep “ <i>engageability</i> ” yang merujuk pada kemampuan organisasi non-profit untuk meng-engage, memotivasi,	Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi retensi dan <i>engagement</i> relawan di organisasi nirlaba berbasis komunitas yang mengelola dana publik.	Penelitian ini berfokus pada bagaimana praktik komunikasi (hubungan dengan supervisor, komunikasi internal, dan posting media sosial eksternal) memengaruhi identifikasi organisasi relawan

	mempengaruhi <i>volunteer engagement</i> serta bagaimana <i>engagement</i> tersebut berkontribusi pada value co-creation dalam organisasi non-profit (NPO).		dan mengelola para <i>volunteer</i>		serta retensi mereka di lembaga non-profit.
4. Teori	<i>Volunteer Engagement, Self-determination theory dan Self-congruity theory</i>	<i>Engagement Theory, Self-determination Theory</i>	<i>Engageability & volunteer management frameworks.</i>	<i>Volunteer Retention & Engagement</i> (dengan pendekatan faktor manajemen non-finansial, komunikasi, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan).	<i>Leader-Member Exchange Theory dan Absorptive Capacity</i>
5. Metode Penelitian	Pendekatan kuantitatif menggunakan survei terhadap 450 relawan dari berbagai organisasi <i>non-profit</i> dan dianalisis menggunakan PLS-SEM (<i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i>).	Kuantitatif (survei besar, SEM)	Konseptual dan literatur review	Studi kasus kualitatif dengan wawancara mendalam dan analisis tematik.	Survei kuantitatif dengan analisis regresi sederhana dan multivariat terhadap relawan di <i>OUR HOUSE Grief Support Center</i> di Los Angeles.
6. Persamaan dengan penelitian	Sama-sama membahas <i>volunteer engagement</i> dan faktor internal yang mendorong keterlibatan	Persamaannya ada pada meneliti relawan dan fokus	Menghadirkan kerangka konseptual modern tentang <i>volunteering</i> yang bisa dipakai untuk memahami faktor-faktor organisasi yang	Sama-sama meneliti tentang relawan pada organisasi nirlaba serta menyoroti <i>engagement</i> dan faktor komunikasi sebagai	Sama-sama menyoroti peran strategi komunikasi organisasi dalam memengaruhi keterikatan

yang dilakukan	relawan dalam organisasi <i>non-profit</i> . Penelitian ini juga menyoroti pentingnya komunikasi organisasi dalam membangun <i>sense of belonging</i> dan kesesuaian nilai antara relawan dan organisasi.	pada retensi/partisipasi jangka panjang.	membuat orang “ <i>engageable</i> ” (bergabung, bertahan)	penentu keterlibatan dan retensi relawan.	(<i>engagement/identification</i>) dan retensi/partisipasi relawan.
7. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini berfokus pada model kuantitatif lintas organisasi dan menggunakan pendekatan psikologis (motivasi dan value congruence), sedangkan penelitian terbaru berfokus secara kualitatif pada satu NGO (Cakra Abhipraya Responsif) dan mendalami strategi komunikasi serta bentuk partisipasi relawan Gen Z secara kontekstual melalui program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam.	Metode yang digunakan berbeda. Pada penelitian ini menggunakan kuantitatif dan sifatnya general.	Perbedaannya karena ini sifatnya konseptual, bukan studi lapangan	Penelitian ini lebih menekankan pada manajemen sumber daya non-finansial (<i>skill</i> , komunikasi, dukungan manajerial), sementara penelitian terbaru difokuskan pada strategi komunikasi NGO dalam membangun <i>engagement</i> dan memobilisasi partisipasi relawan Gen Z pada program sosial tertentu (Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam).	Penelitian ini berbasis survei kuantitatif dengan fokus pada komunikasi supervisor dan media sosial, sedangkan penelitian terbaru menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk melihat strategi komunikasi NGO dan tipologi partisipasi relawan Gen Z pada program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam.
8. Hasil Penelitian	Hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan psikologis seperti <i>autonomy</i> , <i>competence</i> , <i>relatedness</i> memiliki dampak positif terhadap <i>volunteer engagement</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik sangat terkait dengan kebutuhan psikologis. Relawan dengan <i>engagement</i> tinggi menunjukkan niat retensi	Menyajikan kerangka kerja komprehensif yang mempertimbangkan sejumlah besar praktik organisasi yang relevan dengan <i>engageability</i> , mengelompokkannya ke	Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti komunikasi, dukungan manajemen, keterampilan relawan, serta pelibatan relawan dalam pengambilan keputusan organisasi sangat berpengaruh	Hasil menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif, baik internal maupun eksternal, serta hubungan relawan dengan supervisor, meningkatkan identifikasi organisasi yang pada akhirnya

<i>Engagement</i> yang kuat meningkatkan loyalitas relawan dan perilaku ekstra peran seperti keterlibatan dalam pengembangan, mobilisasi, dan advokasi organisasi. Selain itu, <i>value congruence</i> terbukti menjadi mediator penting yang memperkuat hubungan antara motivasi internal dan keterlibatan aktif relawan.	dan kepuasan yang lebih besar, <i>Engagement</i> memoderasi hubungan antara motivasi dan retensi	dalam empat kluster fundamental: (a) berbasis nilai (ideologis), (b) manajerial, (c) fisik, dan (d) koneksi pendukung.	terhadap retensi dan <i>engagement</i> relawan.	memperkuat retensi dan keterlibatan relawan.
---	---	---	--	---

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

2.2. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 6	Jurnal 7	Jurnal 8	Jurnal 9	Jurnal 10
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>A Qualitative Study Exploring Motivation and Engagement Among Millennial Volunteers in Nonprofit Organizations</i>	<i>Communicating our way to engaged volunteers: A mediated process model of volunteer communication,</i>	<i>Empowering health volunteer's through participatory action research in a comprehensive healthcare center</i>	<i>Attachment theory, organizational identification, and communication engagement strategies of successful college students: A retention study</i>	<i>Feelings of ownership and volunteering: Examining psychological ownership as a volunteering motivation for nonprofit service organisations</i>

*engagement, and
commitment*

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Joanne Quiñones, 2019, Nova Southeastern University (Applied Dissertation, NSUWorks)	Sheridan B. Trent, Joseph A. Allen, Kelly A. Prange, 2020, Journal of Community Psychology (Wiley)	Fatemeh Vizeshtar, Marzieh Momennasab, Shahrzad Yektatalab & Mohamad Taghi Iman, 2021, BMC Public Health (Springer Nature).	David E. Schneider & Natalie M. Schneider, 2024, Personality and Individual Differences (Elsevier)	Jeremy Ainsworth, 2020, Journal of Retailing and Consumer Services (Elsevier).
3.	Fokus Penelitian	Menjelaskan pengalaman relawan generasi milenial dalam <i>nonprofit organization</i> , terutama mengenai motivasi, <i>engagement</i> , serta bagaimana organisasi bisa merekrut dan mempertahankan mereka.	Menjelaskan peran komunikasi organisasi (<i>upward & downward communication</i>) dan pelatihan relawan dalam meningkatkan <i>engagement</i> dan komitmen relawan di organisasi nonprofit.	Memberdayakan relawan kesehatan melalui <i>participatory action research</i> di pusat layanan kesehatan komprehensif di Iran, dengan menyoroti tantangan peran, pelatihan, retensi, dan keterlibatan publik.	Mengkaji hubungan antara <i>attachment theory</i> , <i>organizational identification</i> , dan strategi komunikasi <i>engagement</i> pada mahasiswa tingkat akhir untuk memahami faktor retensi dan keterlibatan institusional.	Menjelaskan peran <i>psychological ownership</i> sebagai motivasi relawan dalam organisasi <i>nonprofit</i> berbasis komunitas, serta bagaimana kepemilikan psikologis memengaruhi retensi, sikap, dan niat berperilaku relawan.

4.	Teori	<i>Functionalist Theory, Self-Determination Theory, Social Identity Theory, dan Role Identity Theory.</i>	<i>Psychological Contract Theory dan Social Exchange Theory.</i>	<i>Participatory Communication & Empowerment Theory</i>	<i>Attachment Theory, Organizational Identification, Communication Engagement Strategies.</i>	<i>Psychological Ownership Theory, Prosocial Behaviour Framework.</i>
5.	Metode Penelitian	Kualitatif, wawancara mendalam dengan 10 partisipan berusia 22–37 tahun.	Kuantitatif, survei terhadap 171 relawan dari dua organisasi nonprofit	<i>Mixed-methods</i> (kualitatif: wawancara, focus group, observasi, jurnal refleksi, juga data kuantitatif)	<i>Mixed-methods</i> (analisis kuantitatif + analisis tematik kualitatif); melibatkan 189 mahasiswa tingkat akhir dari dua universitas; data kuantitatif digunakan untuk menguji perbedaan gaya <i>attachment</i> , sementara data kualitatif menganalisis strategi komunikasi berdasarkan empat model gaya <i>attachment</i> .	Kuantitatif (survei) dengan analisis faktor yang menguji hubungan antara kepemilikan psikologis, perilaku relawan sebelumnya, tekanan waktu, dan niat melanjutkan <i>volunteering</i> .
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Sama-sama fokus pada satu kelompok generasi dan bagaimana motivasi serta strategi organisasi dapat meningkatkan <i>engagement</i> relawan.	Sama-sama menyoroti bagaimana strategi komunikasi organisasi dapat memengaruhi <i>engagement</i> dan komitmen relawan muda.	Sama-sama fokus pada bagaimana strategi organisasi dapat meningkatkan <i>engagement</i> dan memberdayakan relawan serta keterlibatan internal.	Sama-sama menyoroti hubungan antara identifikasi organisasi, strategi komunikasi, dan <i>engagement</i> individu dalam sebuah institusi/organisasi.	Sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi <i>engagement</i> dan partisipasi relawan dalam organisasi nonprofit. Relevan untuk memahami bagaimana relawan Gen Z bisa memiliki <i>sense of belonging</i> dan

						keterikatan mendalam pada NGO.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian Joanne berfokus pada Millennial di Amerika Serikat dengan tema motivasi pribadi dan <i>engagement</i> sosial, sedangkan penelitian terbaru berfokus pada Gen Z di Indonesia dalam konteks NGO Cakra Abhipraya Responsif dan tipologi partisipasi relawan dalam program spesifik (Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam).	Penelitian ini menekankan pada aspek komunikasi dua arah (upward & downward) dan pelatihan dalam konteks nonprofit di Amerika Serikat, sedangkan penelitian terbaru berfokus pada strategi komunikasi NGO Cakra Abhipraya Responsif dalam menggerakkan Gen Z di Indonesia pada program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam dengan pendekatan kualitatif	Penelitian ini fokus pada relawan kesehatan di Iran, sementara penelitian terbaru menitikberatkan pada relawan Gen Z dalam NGO kemanusiaan (Cakra Abhipraya Responsif) di Indonesia, khususnya dalam program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam.	Fokus penelitian ini adalah pada mahasiswa universitas di Amerika Serikat, sementara penelitian terbaru menitikberatkan pada relawan Gen Z di NGO kemanusiaan di Indonesia. Penelitian ini lebih menyoroti gaya keterikatan individu (<i>attachment styles</i>), sedangkan penelitian terbaru lebih melihat strategi komunikasi organisasi dan tipologi partisipasi relawan.	Penelitian Ainsworth berfokus pada faktor psikologis individual (<i>ownership</i>, waktu, pengalaman <i>volunteering</i>) dalam konteks nonprofit berbasis layanan komunitas, sedangkan penelitian terbaru lebih fokus pada strategi komunikasi NGO dalam konteks Indonesia untuk menggerakkan partisipasi relawan Gen Z dalam program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam).

8. Hasil Penelitian	Ditemukan delapan tema utama motivasi dan <i>engagement</i> relawan, termasuk membangun relasi, kepuasan peran, panggilan untuk melayani, moral <i>responsibility</i> , membantu orang lain, rasa <i>belonging</i> , pengembangan karakter, dan pengaruh sosial. Penelitian juga merekomendasikan penguatan program manajemen relawan, khususnya dalam pelatihan dan retensi.	Komunikasi ke atas (<i>voice</i>) dan ke bawah (<i>satisfaction</i>) terbukti berpengaruh positif terhadap <i>engagement</i> , yang kemudian meningkatkan komitmen relawan. <i>Engagement</i> memediasi hubungan komunikasi dan komitmen. Selain itu, pelatihan memperkuat efek komunikasi pada <i>engagement</i> dan komitmen.	Ditemukan empat masalah utama relawan kesehatan (<i>role confusion</i> , kurangnya pelatihan, kesulitan retensi, dan minimnya pengakuan publik). Melalui siklus PAR, relawan mengalami peningkatan kompetensi, kepuasan, pengetahuan, dan motivasi untuk bertahan. Penelitian menyarankan perencanaan pelatihan yang terarah serta dukungan organisasi untuk memperkuat retensi dan motivasi relawan.	Ditemukan bahwa gaya <i>attachment</i> (<i>secure</i> dan <i>preoccupied</i>) berhubungan dengan <i>organizational identification</i> yang tinggi serta <i>engagement</i> mahasiswa. Temuan ini memberi implikasi penting bagi retensi dan strategi komunikasi untuk meningkatkan <i>engagement</i> berbasis kebutuhan psikologis individu.	Ditemukan bahwa <i>volunteering</i> dapat meningkatkan perasaan kepemilikan psikologis terhadap organisasi nonprofit. Rasa kepemilikan ini berhubungan positif dengan sikap dan niat berkelanjutan untuk menjadi relawan. Namun, tekanan waktu menjadi faktor penghambat yang signifikan: relawan dengan tekanan waktu tinggi menunjukkan perilaku <i>volunteering</i> berbeda dengan yang bertekanan waktu rendah.
---------------------	---	---	--	---	---

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

2.2 Landasan Konsep

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 konsep utama yaitu *Participatory Communication* dan *Volunteer Engageability*.

2.2.1 *Participatory Communication*

Dalam penelitian ini, peneliti fokuskan *participatory communication* hanya dalam lingkup internal organisasi saja tidak sampai melibatkan masyarakat. Maka pandangan dari konsep ini akan lebih ditekankan pada internal organisasi dan para relawannya. Konsep *participatory communication* ini bersumber dari *participatory development*, yang menempatkan anggota (*volunteer*) bukan hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek utama dalam proses perubahan sosial. Menurut Melkote dan Singhal (2021) pendekatan partisipatif menekankan pada proses komunikasi yang bersifat dua arah (*dialogic communication*) dan horizontal, di mana setiap pihak memiliki kesempatan yang setara untuk menyuarakan pandangan, berkolaborasi, serta berkontribusi dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini menandai pergeseran dari model komunikasi *top-down* menuju model yang lebih terbuka, reflektif, dan kontekstual terhadap nilai-nilai sosial dan budaya organisasi (Melkote & Singhal, 2021)

Participatory communication berorientasi pada pemahaman manusia dalam konteks sosialnya, menumbuhkan empati, dan mengedepankan refleksi diri dalam praktik komunikasi (Kemmis, 2006, dalam Melkote & Singhal, 2021). Komunikasi bukan lagi sekadar alat penyampaian pesan, melainkan proses membangun makna bersama yang mendorong kemandirian, partisipasi, dan pemberdayaan. *Participatory communication* menekankan pentingnya identitas budaya komunitas lokal, demokratisasi, dan partisipasi di tingkat internasional, nasional, lokal, dan individu. Lebih lanjut, *participatory communication* juga berkaitan dengan *Participatory Communication for Social Change* (PCSC) yang merupakan subbidang dari *Communication for Development and Social Change* (CDSC). Servaes (1999; 2008) menegaskan bahwa PCSC menempatkan komunitas sebagai titik awal proses komunikasi, dengan pengakuan bahwa tidak terdapat solusi tunggal (*one-size-fits-all*) dalam menjawab persoalan pembangunan. Solusi yang efektif justru perlu lahir dari aktor yang terlibat langsung dalam konteks tersebut. *Participatory Communication* disini menekankan pada kolaborasi, peningkatan kapasitas, dan pemberdayaan komunitas. Model ini menolak pendekatan hierarkis yang menempatkan organisasi sebagai satu-satunya sumber informasi, dan justru mendorong pertukaran ide yang setara antar individu dan kelompok.

Dalam konteks *Communication for Development and Social Change* (CDSC), terdapat tiga konsep kunci dalam *participatory communication*, yaitu *participation*, *democratization*, dan *empowerment*:

- *Participation*, Partisipasi merupakan konsep inti dalam *participatory communication*, namun sifatnya yang ambigu dan

fleksibel. Cornwall (2008) menyebut partisipasi sebagai konsep yang “*infinitely malleable*”, karena dapat digunakan untuk menggambarkan hampir segala bentuk keterlibatan individu dalam suatu program.

- *Democratization*, Partisipasi yang bermakna tidak dapat dilepaskan dari prinsip demokratisasi dalam proses komunikasi. Demokratisasi dalam *participatory communication* tidak berarti setiap individu harus selalu menyampaikan pendapat, melainkan setiap individu memiliki kesempatan yang setara untuk menyampaikan pandangan dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan, ini berkaitan erat dengan akses terhadap informasi, ruang dialog, serta mekanisme komunikasi yang tidak bersifat sentralistik (De Sousa Santos, 2007).
- *Empowerment*, Pemberdayaan merupakan tujuan jangka panjang dari praktik *participatory communication*. Tufte dan Mefalopulos (2009) menjelaskan bahwa komunikasi partisipatif merupakan pendekatan berbasis dialog yang memungkinkan pertukaran informasi, persepsi, dan opini antar pemangku kepentingan, sehingga mendorong terjadinya *empowerment*. Pemberdayaan tidak dimaknai sebagai proses pemberian kekuasaan secara sepihak oleh organisasi, melainkan sebagai proses di mana individu menyadari kapasitasnya untuk bertindak secara mandiri maupun kolektif.

Utreras dalam Peruzzo (1996) menganalisis pendekatan partisipasi dalam pekerjaan pengembangan dengan membedakan tiga bentuk partisipasi dalam proyek komunikasi, yaitu:

- *Level Produksi (Production Level)*
Partisipasi dimungkinkan dalam proses produksi pesan dan program. Pada level ini, individu atau komunitas memiliki akses terhadap bantuan profesional, fasilitas teknis, serta berbagai sumber daya produksi yang mendukung penyusunan dan penyebaran pesan komunikasi.
- *Level Pengambilan Keputusan (Decision-Making Level)*
Level ini melibatkan keterlibatan dalam pengelolaan media atau program itu sendiri. Partisipasi tidak hanya terbatas pada pelaksanaan, tetapi juga mencakup keterlibatan dalam menentukan isi program, waktu dan jadwal pelaksanaan, serta keputusan-keputusan yang berkaitan dengan administrasi dan pendanaan.
- *Level Perencanaan (Planning Level)*
Level perencanaan merujuk pada hak setiap individu untuk terlibat dalam perumusan rencana, kebijakan, tujuan, prinsip-prinsip manajemen, serta mekanisme pendanaan. Pada tingkat ini, partisipasi bersifat strategis karena mencakup keterlibatan dalam

penetapan arah dan kerangka kerja komunikasi di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Menurut adaptasi dari Pretty, tingkat partisipasi dapat dilihat dari sejauh mana individu atau kelompok memiliki ruang untuk berpendapat, terlibat dalam pengambilan keputusan, hingga memegang kendali terhadap suatu kegiatan (Pandiangan, 2021). Berikut 7 tipologi partisipasi, yaitu:

1. *Manipulative Participation*, partisipasi relawan hanya bersifat simbolis. Relawan mungkin dilibatkan sebagai perwakilan atau figur pendukung dalam kegiatan organisasi, namun tidak memiliki peran nyata dalam proses pengambilan keputusan maupun pelaksanaan program. Keterlibatan mereka lebih sebagai formalitas atau pencitraan organisasi.
2. *Passive Participation*, relawan hanya menerima informasi mengenai keputusan yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi (NGO), tidak memiliki ruang untuk menyampaikan saran.
3. *Participatory by Consultation*, organisasi meminta saran atau masukan dari relawannya dalam bentuk survei atau diskusi.
4. *Participation by Material Incentives*, relawan ikut berpartisipasi terutama karena adanya insentif tertentu, seperti sertifikat, pengalaman kerja, atau benefit individual lainnya.
5. *Functional Participation*, relawan mulai terlibat dalam pelaksanaan kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan bersama, meskipun masih didominasi oleh pihak organisasi.
6. *Interactive Participation*, relawan terlibat aktif dalam proses analisis, perencanaan, dan pelaksanaan program bersama, komunikasi terjalin dua arah dengan relawan dapat menentukan arah kegiatannya.
7. *Self-mobilization*, bentuk partisipasi tertinggi, dimana relawan mengambil inisiatif secara mandiri untuk berkontribusi, menciptakan ide, atau mengembangkan kegiatan baru yang selaras dengan visi organisasi.

Participatory Communication pada awalnya berkembang dalam kajian *Communication for Development and Social Change (CDSC)* yang menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan dan perubahan sosial. Servaes dan Servaes menjelaskan bahwa komunikasi partisipatif menekankan pentingnya identitas budaya, demokratisasi, dan partisipasi pada berbagai tingkatan, mulai dari tingkat internasional, nasional, lokal, hingga individu (Melkote & Singhal, 2021). Meskipun pendekatan ini berangkat dari kebutuhan untuk melibatkan komunitas lokal dalam pembangunan, partisipasi tidak menghilangkan peran organisasi, pemimpin, perencana, maupun agen perubahan (*change agents*) dalam proses tersebut. Sebaliknya, komunikasi partisipatif mendorong terciptanya ruang dialog yang memungkinkan berbagai pihak yang terlibat dalam proses pembangunan untuk menyampaikan pandangan,

berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, serta memperoleh kesempatan untuk berkembang dan berdaya. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, relawan dipandang sebagai bagian dari aktor perubahan sosial (*change agents*) yang berperan dalam menjalankan program kemanusiaan organisasi. Dengan demikian, prinsip-prinsip participatory communication seperti *dialogue*, *participation*, *democratization*, dan *empowerment* digunakan untuk memahami bagaimana NGO Cakra Abhipraya Responsif membangun keterlibatan relawan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan Program Ekspedisi Kemanusiaan Papua Menanam.

Peneliti ini menyadari bahwa konsep *Participatory Communication* pada umumnya digunakan untuk mengkaji hubungan antara organisasi pembangunan dan masyarakat penerima manfaat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak berupaya menjelaskan proses komunikasi partisipatif antara NGO dan masyarakat Papua Pegunungan, melainkan memfokuskan kajian pada penerapan prinsip-prinsip komunikasi partisipatif dalam konteks internal organisasi, khususnya pada relawan sebagai aktor pelaksana program sosial. Dengan demikian, penelitian ini memosisikan relawan sebagai bagian dari proses pembangunan sosial yang turut mengalami dialog, partisipasi, demokratisasi, dan pemberdayaan selama menjalankan program kemanusiaan.

2.2.2 *Volunteer Engageability*

Jaclyn S. Piatak dan Jessica E. Sowa (2025) mengatakan bahwa *Volunteer Engagement* atau keterlibatan relawan menjadi salah satu elemen penting dalam keberlanjutan organisasi nirlaba (NGO). Jika *motivation* menggambarkan dorongan awal seseorang untuk terlibat dalam aktivitas sukarela, maka *engagement* menggambarkan kehadiran aktif orang-orang dalam menjalankan peran organisasi mereka. Alfes, Shantz, dan Bailey (2016) mendefinisikan *volunteer engagement* sebagai jangkauan sejauh mana sukarelawan secara psikologis, terlibat dalam pekerjaan sukarela mereka, alih-alih secara fisik saja. Dengan kata lain, *volunteer engagement* tidak hanya mencakup kehadiran fisik relawan, tetapi juga keterikatan emosional, kognitif, dan nilai terhadap organisasi dan misi sosial yang dijalankan. Relawan yang memiliki tingkat engagement tinggi biasanya menunjukkan kebanggaan, semangat, serta rasa memiliki terhadap organisasi, yang berdampak pada peningkatan kinerja, loyalitas, dan komitmen jangka panjang (GAO, 2016; Englert & Helmig, 2018).

Dalam konteks NGO, *volunteer engagement* memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, baik bagi organisasi maupun individu dari relawan itu sendiri. Bagi organisasi, *volunteer engagement* berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, inovasi, dan partisipasi aktif relawan dalam kegiatan *co-creation*, seperti membantu perekrutan relawan baru, memberikan rekomendasi positif, hingga ikut mengembangkan program sosial organisasi (Matos & Fernandes, 2021).

Sementara bagi relawan sendiri, *engagement* berkaitan erat dengan perasaan bermakna, kebahagiaan, serta kepuasan terhadap peran yang dijalankan (Piatak & Sowa, 2025).

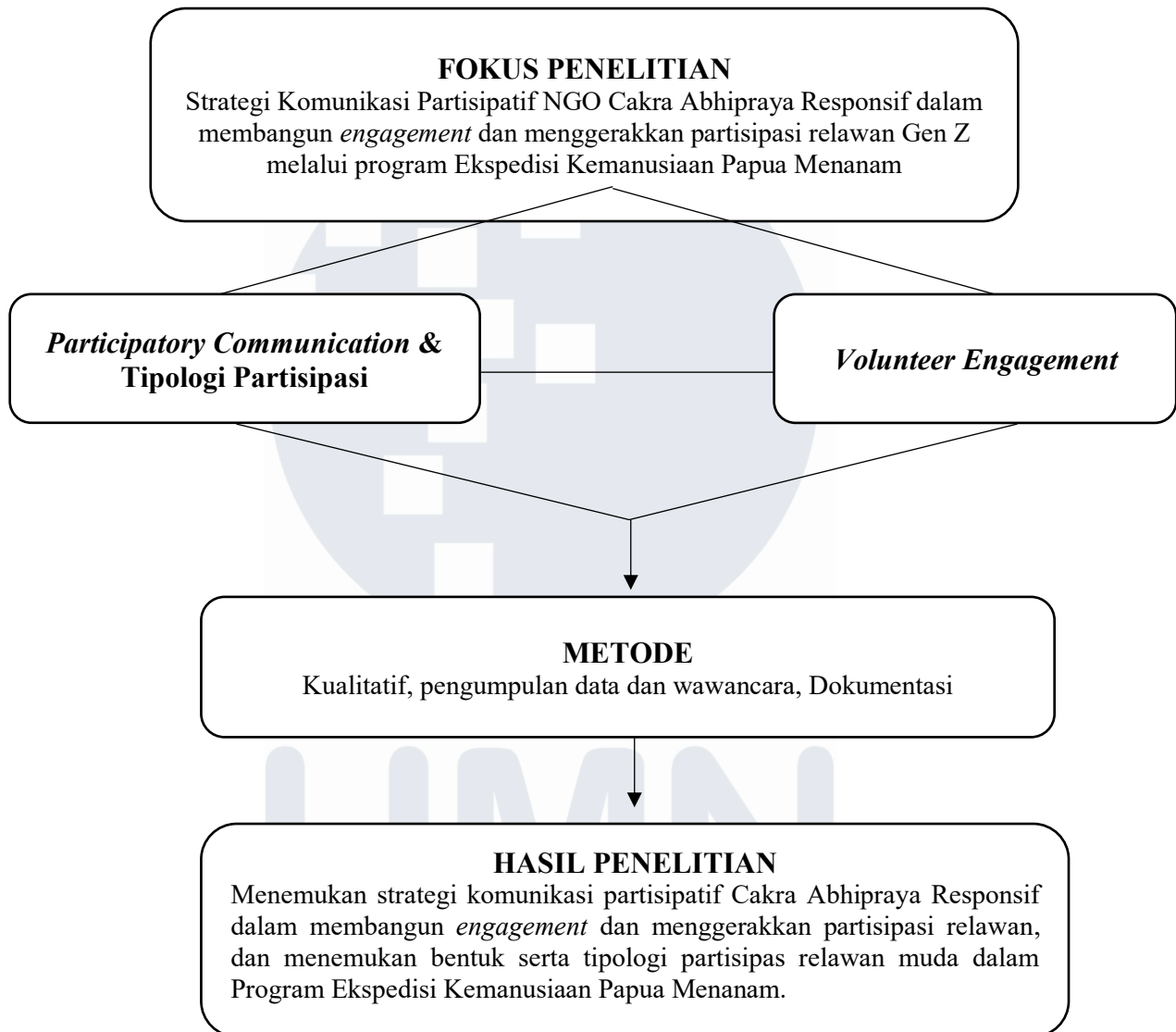
Arnon et al., (2023) memperkenalkan konsep *volunteer engageability*, yaitu kemampuan organisasi *non-profit* dalam menciptakan lingkungan yang dapat menarik, memotivasi, dan mengelola relawan untuk memaksimalkan potensi serta menjaga keberlanjutan sumber daya manusia sukarela. Mereka mengidentifikasi empat klaster praktik terbaik dalam meningkatkan *engagement*, yaitu:

1. *Value-based*, dengan menekankan pentingnya nilai organisasi dan peran relawan dalam pengambilan keputusan.
2. *Managerial*, melalui pelatihan dan kapasitas manajerial untuk pengelolaan relawan yang efektif.
3. *Physical*, yaitu penyediaan sumber daya, fasilitas, dan infrastruktur teknologi yang mendukung kegiatan relawan.
4. *Supportive-Connection*, dengan memanfaatkan jaringan relawan dan dukungan lintas lembaga, baik pemerintah maupun komunitas lokal.



2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan konsep yang sudah peneliti paparkan, berikut ini merupakan kerangka pemikiran yang digunakan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti dan dipaparkan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti