

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Komunikasi

Komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Berbagai pendekatan dapat dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi, misalnya pendekatan kesehatan masyarakat, pendekatan pasar bebas, model pendidikan, atau pendekatan konsorsium. Salah satu dari pendekatan-pendekatan itu dapat dianggap sebagai dasar dari sebuah strategi dan berfungsi sebagai sebuah kerangka kerja untuk perencanaan komunikasi selanjutnya. Sebuah strategi hendaknya menyuguhkan keseluruhan arah bagi inisiatif, kesesuaian dengan berbagai sumber daya yang tersedia, meminimalisir resistensi, menjangkau kelompok sasaran, dan mencapai tujuan inisiatif komunikasi. (Kulvisaechana, 2001 : 17-18)

Menurut Mohr dan Nevin mendefinisikan sebuah strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi (Kulvisaechana, 2001 : 17-18). Untuk mengimplementasikan strategi komunikasi dibutuhkan taktik atau metode yang tepat. Taktik dan strategi

memiliki keterkaitan yang kuat. Jika sebuah strategi yang telah kita susun dengan hati-hati adalah strategi yang tepat untuk digunakan, maka taktik dapat dirubah sebelum strategi. Namun, jika kita merasa ada hal yang salah pada tataran taktik maka kita harus mengubah strategi. (Kulvisaechana, 2001 : 17-18)

Kulvisaechana (2001) menyebutkan Tujuan strategi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu :

1. *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan.
2. *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan.
3. *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan.

2.1.1 Komponen Komunikasi

Kulvisaechana,(2001) mengatakan strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai komponen dalam komunikasi karena komponen-komponen itulah yang mendukung jalannya proses komunikasi yang sangat rumit. Berikut diulas tentang 4 (empat) komponen utama komunikasi yang menjadi pusat kajian dalam strategi komunikasi, yaitu ;

A. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Untuk menjadi komunikator yang baik dan dapat dipercaya oleh komunikan atau khalayak sasaran, maka komunikator harus memiliki daya tarik serta kredibilitas.

a. Daya tarik

Komunikan atau khalayak sasaran yang cenderung merasa memiliki kesamaan dengan komunikator akan mengikuti apa yang diinginkan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikan atau khalayak sasaran melihat komunikator memiliki daya tarik tertentu sehingga khalayak sasaran bersedia untuk merubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Daya tarik juga dapat dilihat dari penampilan komunikator.

b. Kredibilitas

Selain daya tarik, kredibilitas komunikator juga menjadi alasan kuat khalayak sasaran atau komunikan bersedia merubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kredibilitas komunikator adalah faktor yang membuat khalayak sasaran percaya kepada apa yang disampaikan oleh komunikator dan mengikuti kemauan komunikator. Komunikator yang benar-benar menguasai permasalahan dan memiliki penguasaan bahasa yang baik cenderung dipercaya oleh khalayak sasaran.

B. Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran atau komunike dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan yang dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran.

C. Media Komunikasi

Kita telah mengetahui dan memahami berbagai pengertian media menurut para ahli, pengertian media massa menurut para ahli, serta pengertian media sosial menurut para ahli. Kesimpulan dari semua pengertian terkait media adalah bahwa media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa yang memiliki beberapa karakteristik media massa masing-masing. Kehadiran internet sebagai media komunikasi telah melahirkan berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media komunikasi yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat serta. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan

dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

D. Khalayak Sasaran

Dalam strategi komunikasi, melakukan identifikasi khalayak sasaran adalah hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator. Identifikasi khalayak sasaran disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan ketika melakukan identifikasi khalayak sasaran, yaitu :

a. Kerangka pengetahuan

Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunika te atau khalayak sasaran hendaknya disesuaikan dengan kerangka pengetahuan khalayak agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

b. Situasi dan kondisi

Situasi adalah situasi komunikasi ketika khalayak sasaran menerima pesan-pesan komunikasi. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah keadaan fisik psikologis khalayak sasaran. Pesan komunikasi yang dsampaikan kepada khalayak sasaran hendaknya mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

c. Cakupan pengalaman atau *field of experience*

Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunike atau khalayak sasaran juga hendaknya disesuaikan dengan cakupan pengalaman khalayak sasaran agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

2.1.2 Model Model Komunikasi

Dedy (2008) Model komunikasi adalah sebuah model konseptual untuk menjelaskan proses komunikasi manusia dan memperlihatkan proses komunikasi dengan menggunakan berbagai simbol. Model komunikasi membentuk perspektif komunikasi dengan menguraikan komunikasi yang begitu kompleks menjadi lebih sederhana tanpa menghilangkan komponen-komponen yang ada di dalamnya.

a. Model Komunikasi Linear

Model komunikasi linear adalah model komunikasi yang sangat sederhana dan menggambarkan komunikasi berlangsung secara satu arah. Arus pesan digambarkan bersifat langsung dari pengirim pesan ke penerima pesan. Dalam model komunikasi linear tidak terdapat konsep umpan balik dan penerima pesan bersifat pasif dalam menerima pesan. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi linear diantaranya adalah model komunikasi **Aristoteles**, model komunikasi **Lasswell**, model komunikasi **SMCR Berlo**, dan model komunikasi **Shannon** dan **Weaver**

b. Model komunikasi transaksional

Model komunikasi transaksional adalah model komunikasi yang menekankan pada pentingnya peran pengirim pesan dan penerima pesan dalam proses komunikasi yang berlangsung dua arah. Model komunikasi transaksional mengaitkan komunikasi dengan konteks sosial, konteks hubungan, dan konteks budaya. Dalam model ini digambarkan bahwa kita berkomunikasi tidak hanya sebagai ajang untuk pertukaran pesan melainkan untuk membangun hubungan. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi transaksional diantaranya adalah model komunikasi transaksional Barnlund.

c. Model komunikasi interaksi

Model komunikasi interaksi adalah model komunikasi yang menggambarkan komunikasi berlangsung dua arah. Umumnya model komunikasi interaksi digunakan dalam media baru seperti internet atau media komunikasi modern. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi interaksi adalah model Osgood dan Schramm. Para ahli telah mengenalkan berbagai macam model komunikasi sebagai upaya untuk menggambarkan dan menjelaskan proses komunikasi serta berbagai faktor yang mempengaruhi arus serta efektivitas komunikasi.

2.2 Konsep Komunitas Sosial

Bambang Rudianto (2013) menjelaskan Kata komunitas (community) berasal dari bahasa Latin (communire) atau communia yang berarti memperkuat. Dari kata ini, dibentuk istilah komunitas yang artinya persatuan, per Saudaraan, kumpulan, masyarakat. Komunitas sosial adalah suatu kelompok teritorial yang membina hubungan para anggotanya dengan menggunakan sarana-sarana yang sama untuk mencapai tujuan bersama. Komunitas merupakan kelompok sosial yang memiliki ciri tersendiri dalam hal kebersamaannya. Komunitas merupakan bagian dari masyarakat, tetapi berbeda dengan kolektivitas atau kerumunan.

2.2.1 Ciri-Ciri Komunitas Sosial

a) Kesatuan Hidup yang Tetap dan Teratur

Sebagai suatu kelompok sosial, komunitas merupakan kesatuan hidup manusia yang tetap dan teratur. Hubungan antaranggotanya berlangsung secara akrab, kekeluargaan, saling mengenal (face to face), saling menolong.

b) Bersifat Teritorial

Unsur utama dan khas yang menunjukkan suatu kelompok sosial sebagai komunitas sosial adalah daerah yang sama tempat kelompok tersebut berada. Oleh

karena itu, komunitas sering disebut masyarakat setempat. Contohnya, kelompok sosial yang bertempat tinggal di lingkungan RT, RW, desa. Satu hal yang perlu diperhatikan bahwa dalam komunitas tidak mengandung pengertian regionalisme atau daerah yang luas seperti kabupaten atau provinsi.

2.2.2 Jenis Komunitas Sosial

a) Komunitas Pedesaan

Orang-orang memberikan pengertian tentang desa didasarkan pada sudut pandang masing-masing. Ditinjau dari sudut administrasi, desa adalah suatu wilayah yang ditempati sejumlah penduduk sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan terendah di bawah kepemimpinan seorang kepala desa dan berhak menyelenggarakan rumah tangga sendiri dalam ikatan suatu negara. Secara geografis, desa adalah hasil perpaduan antara kegiatan kelompok manusia dengan lingkungan nya. Hasil dari perpaduan itu adalah suatu wujud atau penampakan di muka bumi yang ditimbulkan oleh unsur-unsur fisiografi, sosial, ekonomi, politik, dan kultural yang saling berinteraksi dalam hubungannya dengan daerah lain. Phillips Ruop mengemukakan bahwa secara sosiologis, desa merupakan sebagai berikut.

1. Daerah yang sama dilihat dari segi geografis dan administratif;
2. Nilai sosial yang sama, artinya seluruh anggota masyarakat desa menganut nilai-nilai sosial yang sama;

3. Kegiatan yang sama terutama dalam sistem mata pencaharian.

Masyarakat desa pada umumnya di bidang pertanian yang tidak lepas dari pengaruh lingkungan alam seperti, tanah, iklim dan morfologi (dataran, pegunungan, pantai); dan tata kelakuan. Corak kehidupan di desa didasarkan pada kekeluargaan yang erat dan termasuk pada masyarakat paguyuban.

b) Komunitas Perkotaan

Para sarjana sosiologi memberikan definisi tentang kota secara berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang masing-masing.

1. Max Weber Suatu tempat disebut kota apabila penduduk atau masyarakatnya dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan ekonominya di pasar lokal.
2. Wright Kota adalah pemukiman yang relatif besar, padat, dan permanen, serta dihuni oleh orang-orang yang heterogen kedudukan sosialnya. Akibatnya hubungan sosial menjadi longgar, acuh tak acuh dan tidak bersifat pribadi.
3. Haris dan Ulman Kota merupakan pusat pemukiman dan pemanfaatan bumi oleh manusia. Kota-kota sekaligus merupakan paradoks. Pertumbuhannya cepat dan luasnya kota-kota menunjukkan keunggulan dalam mengeksploitasi bumi. Di pihak lain, berakibat munculnya lingkungan miskin bagi manusia.

Berdasarkan pengertian tersebut, tampak beberapa aspek yang merupakan ciri kehidupan dalam komunitas perkotaan.

- (1) Suatu tempat disebut kota apabila penduduk atau masyarakatnya dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan ekonominya di pasar lokal.
- (2) Masyarakat perkotaan bertempat tinggal di tempat-tempat yang straregis untuk dua kebutuhan penting, yaitu perekonomian dan pemerintahan. Tempat-tempat yang demikian memberi jaminan terhadap kelancaran transportasi, komunikasi, dan informasi. Misalnya, di sepanjang jalannya, di daerah pantai dan di sekitar sungai besar.
- (3) Struktur hidup perkotaan yang mencakup keanekaragaman penduduk, ras, etnis dan kebudayaan.
- (4) Kota merupakan kumpulan kelompok sekunder, seperti asosiasi pendidikan, partai politik, pemerintahan, perekonomian.
- (5) Pergaulan hidup penduduk kota bersifat individualisme, setiap orang tidak bergantung kepada orang lain. Akibatnya antarindividu tidak saling mengenal, hubungan pribadi berubah menjadi hubungan kontrak, komunikasi dilakukan melalui media komunikasi massa, seperti koran, majalah, radio, televisi, telepon dan sebagainya.
- (6) Terdapat permukiman yang terbagi dalam beberapa lokasi atau blok sesuai dengan jenis pekerjaan orang yang menempatnya, seperti, daerah pertokoan, daerah kemiliteran, daerah kumuh (slum).
- (7) Kesenjangan sosial dalam kehidupan masyarakat tampak secara jelas yang tercermin dalam sarana atau prasarana kehidupan penduduk.
- (8) Pola berpilar bersifat rasional dan cenderung disesuaikan dengan situasi yang berkembang di masyarakat.

(9) Memiliki jiwa urbanisme, sikap dan perilaku masyarakat kota selalu berubah mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

c) Komunitas Religius

Komunitas religius adalah suatu bentuk kehidupan bersama yang didasarkan atas motif keagamaan. Setiap aspek kehidupan dilandasi nilai-nilai yang bersumber dari ajaran agama. Berikut ciri-ciri yang tampak dalam komunitas religius.

1. Sikap dan perilaku yang diwujudkan dalam tindakan dan interaksi sosial senantiasa memperhatikan norma-norma yang sesuai dengan agama yang dianutnya.
2. Simbol-simbol yang digunakan dalam pakaian, tempat ibadah serta benda lain diwarnai ajaran agamanya.
3. Menciptakan keseimbangan antara kepentingan dunia dan kepentingan akhirat.
4. Bertempat tinggal di lingkungan tempat-tempat ibadah atau tempat menuntut ilmu keagamaan.

d) Komunitas Ekonomi

Komunitas ekonomi adalah suatu bentuk hidup bersama yang sebagian besar kegiatan penduduknya berorientasi di bidang ekonomi. Setiap aspek kehidupan dilandasi dengan hal-hal yang memiliki nilai-nilai ekonomi. Komunitas ekonomi pada umumnya berada di kawasan perindustrian, perdagangan, dan jasa.

Contohnya, masyarakat Cibaduyut di Kota Bandung, hampir seluruh anggota masyarakatnya berprofesi sebagai pengrajin sepatu (home industry).

2.3 Komunikasi Pembangunan

Komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal yang saling berhubungan erat, dimana Siebert, Peterson dan Schramm (1956) menyatakan bahwa dalam mempelajari sistem komunikasi manusia, seseorang harus memperhatikan beberapa kepercayaan dan asumsi dasar yang dianut suatu masyarakat tentang asal usul manusia, masyarakat dan Negara. Strategi pembangunan menentukan strategi komunikasi, maka makna komunikasi pembangunan pun bergantung pada modal atau paradigma pembangunan yang dipilih oleh suatu negara. Peranan komunikasi pembangunan telah banyak dibicarakan oleh para ahli, pada umumnya mereka sepakat bahwa komunikasi mempunyai andil penting dalam pembangunan.

Everett M. Rogers (1985) menyatakan bahwa, secara sederhana pembangunan adalah perubahan yang berguna menuju suatu sistem sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak dari suatu bangsa. Dia juga menyatakan bahwa komunikasi merupakan dasar dari perubahan social pada suatu bangsa. Perubahan yang dikehendaki dalam pembangunan tentunya perubahan ke arah yang lebih baik atau lebih maju dari sebelumnya. Oleh karena itu peranan komunikasi dalam pembangunan harus dikaitkan dengan arah perubahan tersebut. Artinya kegiatan komunikasi harus mampu mengantisipasi gerak pembangunan.

Pembangunan merupakan proses yang penekanannya pada keselarasan antara aspek kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah. Jika dilihat dari segi ilmu komunikasi yang juga mempelajari masalah proses, yaitu proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain untuk merubah sikap, pendapat dan perilakunya. Maka pembangunan pada dasarnya melibatkan minimal tiga komponen yakni komunikator pembangunan (bisa aparat pemerintah atau masyarakat), pesan pembangunan yang berisi ide atau program pembangunan dan komunikan pembangunan, yaitu masyarakat luas sasaran pembangunan.

Dengan demikian pembangunan di Indonesia adalah rangka pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia harus bersifat pragmatik yaitu suatu pola yang membangkitkan inovasi bagi masa kini dan yang akan datang. Dalam hal ini tentunya fungsi komunikasi harus berada di garis depan untuk merubah sikap dan perilaku manusia Indonesia sebagai pemeran utama pembangunan, baik sebagai subjek maupun sebagai objek pembangunan.

2.3.1 Strategi Komunikasi Pembangunan

Rogers (2003) mengatakan, komunikasi tetap dianggap sebagai perpanjangan tangan para perencana pemerintah dan fungsi utamanya adalah untuk mendapatkan dukungan masyarakat dan partisipasi mereka dalam pelaksanaan rencana-rencana pembangunan. Dari pendapat Rogers ini jelas bahwa setiap pembangunan dalam suatu bangsa memegang peranan penting. Karenanya

pemerintah dalam melancarkan komunikasi perlu memperhatikan strategi apa yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga efek yang diharapkan itu sesuai dengan harapan.

Para ahli komunikasi terutama di negara-negara berkembang mempunyai perhatian yang sangat besar terhadap strategi komunikasi dalam hubungannya dengan penggiatan pembangunan nasional di negara-negara. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting karena efektivitas komunikasi bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan.

Effendy (1993) mengatakan strategi baik, secara makro (planned multimedia strategy) mempunyai fungsi ganda yaitu :

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani "*cultural gap*" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dengan demikian strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut

strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang dirumuskan, yaitu who says what in which channel to whom with what effect. Rumus tersebut jika dikaji lebih jauh, pertanyaan “efek apa yang diharapkan” secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama, yaitu :

1. When (Kapan dilaksanakannya).
2. How (Bagaimana melaksanakannya).
3. Why (Mengapa dilaksanakan demikian).
4. Atau dalam ilmu jurnalistik sering dikatakan dengan 5 W 1 H (What, Who, Why, When, Where dan How).

Para ahli komunikasi sependapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan yang disebut A-A Procedure atau from Attention to Action Procedure. AA Procedure adalah penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA (Attention (perhatian), Interest (minat), Desire (kemauan/hasrat), Decision (keputusan), Action (tindakan)). Jadi proses perubahan sebagai efek komunikasi melalui tahapan yang dimulai dengan membangkitkan perhatian. Apabila perhatian komunikan telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang

merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan. Selain melalui pendekatan di atas, maka seseorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku apabila dirinya terdapat faktor-faktor kredibilitas dan attractiveness.

2.3.2 Konsep Komunikasi Pembangunan

Dalam strategi komunikasi mengenai isi pesan tentu sangat menentukan efektivitas komunikasi. Wilbur Schramm mengatakan bahwa agar komunikasi yang dilancarkan dapat lebih efektif, maka pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia bergerak untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Secara pragmatis Quebral (1973), merumuskan komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi pembangunan merupakan suatu inovasi yang diterima oleh masyarakat.

Mengkaitkan peranan komunikasi pembangunan dan konsep mengenai pembangunan, Tehranian (1979) mengemukakan tiga tinjauan teoritis, yaitu pertama teori yang hanya melihat pembangunan semata-mata sebagai proses pluralisasi masyarakat, politik dan ekonomi dari suatu bangsa yang melaksanakan pembangunan tersebut. Pandangan ini dianut oleh para ekonom dan politisi liberal. Pada pokoknya mereka berpendapat bahwa hal yang penting dalam pembangunan adalah peningkatan kelompok tenaga kerja yang berdasarkan struktur dan fungsi yang jelas, penganekaragaman kelompok berdasarkan kepentingan dan keseimbangan dinamis antar kelompok dan kepentingan.

Teori yang kedua penekanannya pada peningkatan rasionalisasi sebagai unsur kunci proses pembangunan. Penganut aliran ini adalah Hegel, yang menekankan peranan rasio dalam perkembangan sejarah. Sedangkan Weber mementingkan rasionalisasi kebudayaan dan birokrasi dari suatu proses sosial yang akhirnya dikenal belakangan ini adalah mendewakan negara sebagai sumber segala kemenangan dan keabsahan.

Teori ketiga adalah pemikiran yang lahir dari kesadaran diri masyarakat dunia ketiga, dengan konsep yang berpusat pada prinsip melakukan pembebasan. Teori ini sangat dipengaruhi oleh aliran Neo Marxis.

2.3.3 Partisipasi dan Komunikasi

Timbul persoalan, bagaimana mereayasa pergeseran-pergeseran nilai dalam rangka mengaktualisasikan diri sesuai dengan tuntutan zaman sehingga bangsa Indonesia memiliki ciri-ciri universal dari bangsa yang modern, tetap mempertahankan identitas kebangsaan yang bersumber dari nilai-nilai luhur bangsa Indonesia. Masalah penerapan teknologi bagi kepentingan pembangunan di Indonesia memerlukan penelaahan yang cermat dan mendalam menuju pemilihan alternatif terbaik yang dapat menghasilkan karya-karya teknologi yang tepat guna dan tepat lingkungan, berdaya guna dan berhasil guna bagi peningkatan kesejahteraan rakyat.

Proses pembangunan saat ini harus berakar dari bawah (grassroots), memelihara keberagaman budaya, serta menjunjung tinggi martabat serta kebebasan bagi manusia dan masyarakat. Dengan kata lain pembangunan harus menganut paradigma pembangunan yang berpusat pada rakyat. Dengan demikian, perlu adanya partisipasi secara aktif, penuh inisiatif dan inovatif dari masyarakat itu sendiri. Sehingga partisipasi masyarakat dalam konteks ini mengandung makna untuk menegakkan demokrasi local yang selama ini “terpendam” yang sebenarnya telah dimiliki oleh masyarakat. Sedangkan proses pemberdayaan

masyarakat harus mengandung makna yang dinamis untuk mengembangkan diri dalam mencapai kemajuan.

Dalam berkomunikasi untuk membangkitkan partisipatif masyarakat, Harmoko mengemukakan bahwa pesan yang disampaikan kepada khalayak haruslah :

1. Membaca berita hangat yang isinya cocok dengan kepentingan masyarakat.
2. Menggugah hati masyarakat sehingga gagasan dan perasaan yang disampaikan oleh si pembawa pesan sudah seperti milik si penerima pesan itu sendiri.
3. Menimbulkan dorongan bertindak bagi sasaran khalayak secara spontan dan penuh kesan.

Saluran media massa pada umumnya lebih banyak digunakan untuk komunikasi informatif. Dengan saluran ini komunikator pembangunan berusaha untuk memperkenalkan dan memberikan pengetahuan mengenai pesan-pesan pembangunan. Selanjutnya untuk perubahan perilaku, aktifitas komunikasi harus dilipatgandakan dengan menggunakan berbagai macam saluran.

Rogers dan Shoemaker mengatakan bahwa saluran interpersonal masih memegang peranan penting dibanding dengan media massa, terlebih-lebih di negara-negara yang belum maju dimana kurang tersedianya media massa yang dapat menjangkau khalayak terutama warga pedesaan, tingginya tingkat buta

huruf dan tidak sesuai pesan-pesan yang disampaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Lazarsfeld mengatakan bahwa media massa hanya merupakan, 1) peliput ganda pesan dan penyebar ide secara mendatar dan 2) penguat artinya hanya didengar apabila sependapat dengan pendapat komunikan. Jadi saluran interpersonal dipergunakan apabila kita mengharapkan efek perubahan tingkah laku (behavior change) dari komunikan.

Indonesia sampai saat ini masih termasuk salah satu negara yang sedang berkembang, dimana sebagian besar penduduknya berada di pedesaan dan sekitar 50 % hidup dari hasil pertanian. Oleh sebab itu strategi komunikasi pembangunan masih dipusatkan pada daerah pedesaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Depari dan Mc Andrews (1991) bahwa sampai saat ini strategi komunikasi pembangunan masih terbatas pada siaran pedesaan, baik melalui media massa maupun pemanfaatan para petugas penyuluhan pembangunan. Oleh sebab itu perlu dipikirkan lebih lanjut, bagaimana usaha-usaha komunikasi yang ada dapat dikembangkan, terlebih-lebih menghadapi tantangan era globalisasi.

Dalam hal ini di Indonesia melalui televisi dan radio sebagai saluran media massa juga sudah pernah melaksanakan program acara siaran pedesaan. Demikian pula Koran Masuk Desa (KMD) sebagai media cetak telah disalurkan kepada masyarakat pedesaan. Sedangkan melalui saluran komunikasi interpersonal pemerintah telah menerjunkan jupen-jupen pembangunan dan penyuluh pertanian lapangan (PPL). Pertunjukan rakyat yang mengemas pesan-pesan pembangunan pun banyak ditampilkan dan kegiatan ini punya daya tarik dan kekuatan tersendiri.

Susanto (1988) mengatakan bahwa bentuk-bentuk komunikasi melalui pertunjukan rakyat/tradisional di maksud untuk :

1) Memudahkan penerimaan pesan-pesan oleh masyarakat karena disajikan dalam bentuk yang santai dan mudah dipahami bentuk dan lambangnya. 2) Memancing komunikasi ke atas, yaitu pesan-pesan dari rakyat langsung kepada pemerintah dalam bentuk yang dapat diterima oleh pemerintah. Di samping itu wadah lain yang umumnya terdapat dipedesaan yaitu kelomponcapir ; wadah yang dapat menjembatani pesan-pesan pembangunan dari media massa kepada masyarakat. Wadah ini biasanya dipimpin oleh pemuka-pemuka masyarakat (opinion leaders), yang biasanya memiliki ciri-ciri, lebih tinggi pendidikan formalnya, lebih tinggi status sosialnya serta status ekonominya, lebih inovatif dalam menerima atau mengadopsi ide-ide baru, lebih tinggi kemampuan medianya, kemampuan empati mereka lebih besar, partisipasi sosial mereka lebih besar, lebih kosmopolit (modern).

Untuk masyarakat perkotaan yang umumnya sudah memiliki banyak media, pesan harus disampaikan sedemikian rupa disesuaikan dengan tingkat pendidikan dan kebutuhan. Penyajian pesan lewat sinetron yang dapat dinikmati keluarga dikala santai akan dapat menggugah kesadaran khalayak. Di samping penyajian pesan melalui media tercetak, seperti leaflet, folder, brosur, dan sebagainya, yang dibuat dengan cara yang menarik sehingga sayang untuk dibuang begitu saja.

2.3.4 Fungsi Komunikasi dalam Pembangunan

Selain memahami eksistensi, urgensi, dan definisi komunikasi dalam kehidupan, penting juga memahami beberapa fungsi komunikasi dalam pembangunan. Sejak berjuta juta tahun yang lalu, manusia telah menggunakan akal dan pikirannya untuk selalu berkomunikasi dalam mengembangkan potensi diri dan lingkungan menuju harmonisasi kehidupan yang diinginkan. Begitu pentingnya kedudukan komunikasi dalam kehidupan manusia, banyak pihak yang menganggap komunikasi sebagai sebuah entitas penting yang memiliki fungsi utama dalam berinteraksi sehingga dapat menuntun individu, keluarga, dan masyarakat mengenal lebih dekat tentang diri dan lingkungannya, baik itu pikiran, ide dan gagasan (kepentingan, keinginan, kehendak atau cita-cita), cara pandang atau hal lain diluar dirinya (lingkungan sosial). Untuk membahas hal ini, berikut hasil pengamatan para ahli.

Berdasarkan hasil pengamatannya, para ahli menemukan fungsi fungsi komunikasi secara berbeda-beda. Misalnya, Thomas M.Scheidel menegaskan bahwa kita berkomunikasi, terutama untuk mendukung identitas diri, membangun kontak sosial, dan mempengaruhi orang lain (berpikir dan berperilaku) sesuai yang kita inginkan. Sementara Rudolf F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi, pertama fungsi sosial, yakni untuk

kesenangan, menunjukkan ikatan dengan orang lain, serta membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan sesuatu atau tidak. Selain itu pakar lain memiliki pandangan bahwa komunikasi memiliki dua fungsi lain, yakni untuk kelangsungan hidup masyarakat. Fungsi yang pertama berkaitan dengan faktor keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran diri, penampilan dan cita cita atau ambisi pribadi. Sedangkan fungsi yang kedua, berkaitan dengan hal yang membangun dan membentuk hubungan, memelihara hubungan, memperbaiki hubungan sosial dan pengembangan hubungan suatu masyarakat.

2.4 Penelitian Terdahulu

Wini Astuti dan Ana Hardiana. Universitas Negeri Solo (2009) melakukan penelitian dengan judul Perencanaan Partisipatif Pada Tingkat Kelurahan Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Pada Permukiman Kumuh Perkotaan. Jenis penelitian yang digunakan peneliti merupakan Penelitian Tindak Partisipatif (Participatory Action Research) dimana peneliti didudukkan sebagai bagian yang diteliti, dan sebaliknya yang diteliti juga menjadi “peneliti”. Mahmudi (2004) menyatakan bahwa PAR harus di tempatkan sebagai pendekatan untuk memperbaiki praktek-praktek sosial dengan cara merubahnya dan belajar dari perubahan tersebut. PAR merupakan partisipasi murni dimana akan membentuk spiral yang berkesinambungan mulai perencanaan (planning);

tindakan; evaluasi; refleksi. Disamping itu PAR merupakan kolaborasi semua yang bertanggungjawab atas tindakan perubahan, dimana mereka di libatkan sebagai upaya meningkatkan kemampuan. Hasil dari penelitian tersebut adalah Kebijakan permukiman terkait dengan permukiman kumuh perkotaan seharusnya diintegrasikan dengan perspektif pengentasan kemiskinan perkotaan. Salah satu kendala komunitas kumuh kota di dalam keluar dari garis kemiskinan adalah bahwa kelembagaan masyarakat di lingkungan tersebut kurang memberi akses bagi Social Inclusion, empowerment maupun security. Model PMPKB yang dimulai dari pemetaan masalah partisipatif sampai dengan rencana tindak komunitas serta diakhiri dengan peningkatan kapasitas dalam perencanaan partisipatif untuk bisa memetakan masalahnya sendiri, mengeksplorasi potensi pengatasan masalah serta menyusun program serta mengintegrasikannya dengan kota sebagai potensi atau peluang pengatasan masalah. Untuk itu pengintegrasian dengan rolling plan perencanaan pada tingkat kota, bisa menjadi instrumen untuk mengakomodasi aspirasi masyarakat melalui perencanaan bottom-up (bottom-up planning) yang bisa menjamin dan memastikan terintegrasinya proses bottom-up pada tingkat kelurahan (sub kota) di dalam dokumen perencanaan pada tingkat kota sebagai percepatan upaya pengentasan kemiskinan.

Suzka Adiratna Novitha. Universitas Diponogoro (2017) dalam penelitiannya tentang Strategi Komunikasi Komunitas Krde Dalam Membangun Kepercayaan PT Kereta Api Indonesia Untuk Mendapatkan Informasi Pelayanan Publik. Tipe penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan yang digunakan pada penelitian

ini adalah studi kasus dengan teknik analisis *logic model* untuk mengevaluasi pelaksanaan program komunitas KRDE secara bertahap dalam membangun kepercayaan PT Kereta Api Indonesia. Satuan analisis dalam penelitian ini adalah karyawan Humas PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang dan anggota komunitas KRDE yang terlibat dalam membangun kepercayaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, sebuah komunitas dapat mempunyai peranan penting bagi perusahaan terutama untuk mendukung kinerja Humas. Sebuah komunitas dapat menjadi penghubung atau mediator antara perusahaan dengan publiknya. Bagi sebuah perusahaan, menjalin hubungan dengan berbagai stakeholders penting untuk dilakukan. Maka dari itu seorang humas perlu mencari mediator yang tepat agar segala alur informasi dari perusahaan menuju publik efisien dan efektif. Humas Daop 4 Semarang tepat memilih komunitas KRDE sebagai mitra. Dengan segala kelebihan yang dimiliki KRDE dari segi integritas, kompetensi, konsistensi, kesetiaan dan keterbukaan, membuat komunitas KRDE dipercaya Humas Daop 4 Semarang untuk menjadi mediator antara perusahaan dengan masyarakat.

Wafiq Agusthyo. Universitas Riau.2017. Strategi Komunikasi Komunitas Retic Dalam Membentuk Perilaku Peduli Terhadap Kelestarian Hewan Berjenis Reptil Di Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau dari cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuhan). Penelitian kualitatif dapat menunjukkan pada

penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, atau hubungan kekerabatan (dalam Arifin, 2006: 30). Hasil penelitian menunjukkan Pengenalan sasaran sangat penting dalam sebuah strategi agar tercapainya tujuan dari komunikasi itu sendiri. Pengenalan sasaran juga dilakukan Komunitas RETIC Pekanbaru dalam membentuk perilaku peduli hewan be rjenis Reptil di Pekanbaru , karena komunitas RETIC Pekanbaru menyadari bahwa setiap komunikan memiliki pemahaman berbeda-beda setiap individunya. Faktor-faktor usia dan pendidikan menjadi sebuah patokan dalam mengenali sasaran dari *audience* yang dilakukan komunitas RETIC Pekanbaru. Selain anak sekolah dan mahasiswa fokus dari Komunitas RETIC untuk menentukan sasaran ialah masyarakat pekanbaru, Komunitas RETIC memberikan edukasi kepada masyarakat dengan cara bekerja sama dengan kantor BKSDA dan membuat surat izin yang selanjutnya akan diberikan kepada ketua RT/RW setempat agar diberikan izin untuk melakukan edukasi dan penyuluhan di lingkungan tempat tinggal mereka, setelah mereka diberikan izin oleh ketua RT/RW setempat mereka langsung menentukan tanggal dan tempat berlangsungnya edukasi tersebut. Dalam melakukan edukasi, pada umumnya fokus dari komunitas RETIC ialah masyarakat Kulim dan Rumbai Karena di wilayah ini banyak di temui hewan-hewan reptil. Biasanya isi dari penyuluhan tersebut untuk menghimbau agar tidak langsung membunuh hewan reptil dan agar bisa menumbuhkan rasa peduli terhadap hewan reptil tersebut.

Adhi Iman Sulaiman, Toto Sugito, Ahmad Sabiq. Universitas Jenderal Soedirman . 2016. Dalam penelitian Komunikasi Pembangunan

Partisipatif Untuk Pemberdayaan Buruh Migran. Metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) adalah pendekatan penelitian partisipatif yang memfasilitasi proses saling berbagi informasi dengan menggunakan pengetahuan lokal dan kemampuan masyarakat untuk menilai, menganalisis, dan merencanakan sendiri apa yang dibutuhkan masyarakat (Syahyuti, 2006, h. 143).

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD), serta dokumentasi. Observasi dan wawancara dilakukan sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu (1) Mulai dari studi pendahuluan dalam mengamati, mengumpulkan informasi dan data, menganalisis suatu daerah yang akan dijadikan lokasi penelitian, pembukaan akses atau pendekatan, termasuk perumusan masalah, tujuan penelitian, dan desain penelitian, (2) Ketika proses pelaksanaan sebelum dan sesudah FGD, dan (3) Pada saat melakukan verifikasi data dan triangulasi hasil penelitian. Masyarakat dan pemerintah Desa Sidaup dan Desa Karangtawang belum menjalin komunikasi partisipatif dalam proses pembangunan. Indikasinya yaitu kurang adanya kesempatan secara terbuka untuk beraspirasi dan partisipasi dalam merencanakan, melaksanakan, serta mengevaluasi pembangunan. Program pemberdayaan masyarakat juga belum dirumuskan dalam perencanaan program pembangunan di desa serta masih bersifat *top down* karena inisiatif dan penganggarannya datang dari dinas pemerintah daerah Kabupaten Cilacap, bukan dari aspirasi masyarakat dan pemerintah desa secara partisipatif (*bottom up*).

Pemerintah desa tidak memiliki inisiatif untuk membuat rencana program pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber daya

masyarakat, lingkungan, ekonomi, dan anggaran dari Alokasi Dana Desa (ADD). Dampaknya, masyarakat dan pemerintah Desa Sidaurip dan Desa Karangtawang masih menilai profesi menjadi buruh migran adalah solusi paling menjanjikan dan prospektif untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan.

Sri Hardianti¹, Hasan Muhammad dan Muhtar Lutfi². Universitas Tadulako. 2017, dalam penelitian Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Infrastruktur Desa (Program Alokasi Dana Desa Di Desa Buntongi Kecamatan Ampana Kota). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif yakni metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu obj, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masyarakat sekarang (Nazir, 2003). Objek penelitian pada penelitian ini adalah tingkat partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan infrastruktur desa yang dibiayai dari alokasi dana desa tahun 2015. Data yang digunakan yaitu data sekunder dan data primer yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis kualitatif. Data-data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat menyangkut aspek ekonomi dan sosial budaya serta pelaksanaan hasil program alokasi dana desa kaitannya dengan partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat dalam setiap tahap pembangunan masih sangat rendah atau kurang maksimal, terutama dalam tahap pelaksanaan pembangunan desa. Hal ini dapat ditinjau dengan sebagian masyarakat memberikan jawaban rendah terhadap setiap pertanyaan-pertanyaan atau indikator-indikator yang penulis ajukan. Masih kurang aktifnya masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan adalah disebabkan karena masih kurang pahamiya masyarakat desa

akan pentingnya partisipasi mereka dalam mendukung program pembangunan tersebut. Sedangkan aspek-aspek yang berhubungan dengan partisipasi yang ditinjau dari, pekerjaan serta penghasilan/pendapatan berhubungan erat dengan partisipasi pada tahap pelaksanaan pembangunan sedangkan pendidikan berhubungan dengan partisipasi pada tahap perencanaan serta monitoring dan evaluasi.

Deri Kalianda. Universitas Riau. 2018, dalam penelitim Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (Dlh) Dalam Mengimplementasikan Program Green City Di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif Metode kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian (Suyanto dan Sutinah, 2010:172). objek penelitian sebagai variable penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian merupakan permasalahan yang hendak diteliti. Arikunto (2010:29) Objek penelitian adalah komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi. Hasil penelitim (1).Strategi Komunikator dalam mensukseskan program *Green City* adalah dengan memilih 3 unsur yaitu kredibilitas komunikator, pengetahuan komunikator serta pengalaman komunikator. Untuk pemilihan Komunikatornya, Dinas Lingkungan Hidup membuat menjadi 2 yaitu komunikator ketika acara formal dan komunikator ketika nonformal. Komunikator ketika acara formal (seminar,pelatihan) adalah

Kepala Dinas dan Kepala Bagian Tata Lingkungan juga narasumber yang ahli di bidang Lingkungan seperti dosen dan pakar lingkungan. pemangku adat dan juga pemuka agama juga di ajak untuk menjadi komunikator. Dalam penyampaian materi, Komunikator menggunakan kata-kata yang mudah di pahami serta media sebagai alat bantu. Untuk komuikator pada kegiatan nonformal, komunikatornya adalah semua pegawai Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi. Sosialisasi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Karna Seluruh pegawai Dinas Lingkungan Hidup sudah diberikan pelatihan mengenai program *Green City* tersebut.

Adhi Iman Sulaiman , Toto Sugito, Ahmad Sabiq FISIP Universitas Jenderal Soedirman.2016, dalam penelitian Strategi Komunikasi Pembangunan Partisipatif Dalam Pemberdayaan Mantan Buruh Migran Di Kabupaten Cilacap. Metode Participatory Rural Appraisal (PRA) yaitu pengkajian keadaan desa secara partisipatif, yang menghargai dan mengimplementasikan prinsip-prinsip pemberdayaan bagi masyarakat (Syahyuti 2006). Participatory Rural Appraisal (PRA) memungkinkan orang-orang desa menganalisis situasi, secara optimal merencanakan dan melaksanakan tekad itu di desanya sendiri' sehingga PRA adalah penilain pedesaan yang partisipatoris (Mikkelsen, 2011) Pengumpulan data dengan observasi langsung, wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) dan dokumentasi. Prosedur pelaksanaannya yaitu observasi dan wawancara dilakukan sepanjang proses penelitian berlangsung yaitu (1) Mulai dari studi pendahuluan dalam mengamati, mengunpulkan informasi dan data, menganalisis suatu daerah yang akan dijadikan lokasi penelitian, pembukaan akses atau

pendekatan, termasuk perumusan masalah, tujuan penelitian dan desain penelitian.

(2) Ketika proses pelaksanaan sebelum dan sesudah FGD. (3) Pada saat melakukan verifikasi data dan triangulasi hasil penelitian. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan Komunikasi pembangunan antara masyarakat dan pemerintah Desa Sidaup dan Desa Karangtawang belum partisipatif, indikasinya kurang memberikan kesempatan secara terbuka untuk beraspirasi dan partisipasi dalam merencanakan, melaksanakan serta evaluasi pembangunan termasuk dalam program pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat belum dirumuskan dalam perencanaan program membangun di desa dan masih bersifat top down karena inisiatif kegiatan dengan anggarannya dari dinas pemerintah daerah Kabupaten Cilacap, bukan berasal dari aspirasi masyarakat dan pemerintah desa yang bersifat partisipatif (bottom up). Pemerintah desa tidak memiliki inisiatif untuk membuat rencana program pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber daya masyarakat, lingkungan, ekonomi dan anggaran dari alokasi dana desa (ADD). Dampaknya masyarakat dan pemerintah Desa Sidaup serta Desa Karangtawang masih menilai profesi menjadi buruh migran adalah solusi paling menjanjikan atau prospektif untuk meningkatkan kesejahteraan. Masyarakat mantan dan calon buruh migran memiliki potensi melakukan usaha pertanian, perkebunan sayuran, peternak kambing dan ikan, namun masih bersifat individual dan kelompok kecil, belum memiliki kesadaran membentuk kelompok usaha bersama untuk mengembangkan dan memperkuat kelembagaan serta memiliki kekuatan mengusulkan program pemberdayaan

seperti penyuluhan, pelatihan serta pendampingan secara berkesiambungan kepada pemerintah desa.

WAHYUDIN. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR. 2018, dalam penelitian Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Di Desa Tanah Karaeng Kecamatan Manuju Kabupaten Gowa. Adapun jenis dan lokasi dalam penelitian ini adalah: 1. Jenis Penelitian, Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Usman dan Akbar (2004) penelitian deskriptif bermaksud membuat penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat studi. 2. Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dimana peneliti dapat menangkap keadaan yang sebenarnya dari objek yang akan diteliti. Adapun lokasi penelitian adalah Desa Tanah karaeng Kecamatan Manuju Kabupaten Gowa. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Tanah Karaeng merupakan desa termuda dari tujuh desa di kecamatan Manuju dan baru satu kepala desa terpilih yang menjabat. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa di Desa Tanah Karaeng Kecamatan Manuju Kabupaten Gowa dengan menggunakan Analisis skala likert maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Tingkat partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa di Desa Tanah Karaeng yaitu dilihat keempat bidang partisipasi yaitu perencanaan mencapai skor 58.6 persen atau berada pada kategori sedang, pelaksanaan mencapai skor 75.3 persen atau berada pada kategori tinggi,

evaluasi/monitoring 77.4 persen berada pada kategori tinggi, dan pemanfaatan hasil 81.8 persen berada pada kategori sangat tinggi. Skor partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa di Desa Tanah Karaeng tergolong pada kategori tinggi yang dibuktikan oleh skor gabungan bidangbidang partisipasi rata-rata 77.3 persen, hal ini membuktikan bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa di Desa Tanah Karaeng tergolong tinggi .

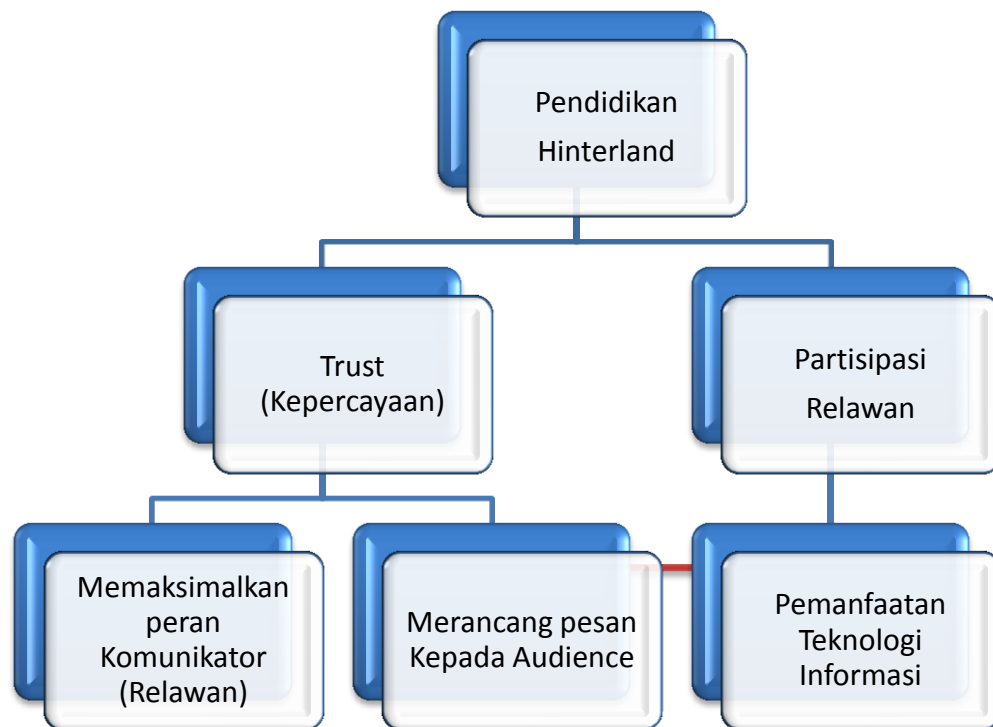
Utami Dewi. 2012, dalam penelitiannya *Perencanaan Pembangunan Desa: Pendekatan Community Learning And Participatory Process*. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menyusun RPJMDes adalah menggunakan pendekatan Community Learning and Action Participatory Process (CLAPP). Pendekatan ini mensyaratkan perencanaan pembangunan berbasis masyarakat. Masyarakat yang akan memimpin perencanaan, menghasilkan program, melaksanakan dan mengawasi program pembangunan di desa. Dalam pendekatan yang dipimpin masyarakat, perencanaan adalah suatu proses pengkajian oleh masyarakat tentang berbagai aspek kehidupan mereka termasuk potensi dan asset mereka. Kemudian dari aspek dan keadaan tersebut, masyarakat menyusun agenda pembangunan yang disusun dalam bentuk RPJM Desa dan RKP Desa dengan memperhitungkan asset dan nilai serta potensi utama masyarakat. Agenda di dalamnya termasuk apa yang masyarakat jalankan secara gotong royong dan swadaya serta tidak harus menunggu dukungan pihak luar. RPJMDes sebagai suatu rencana pembangunan desa harus melibatkan segenap komponen masyarakat desa didalam penyusunan, pelaksanaan dan pengawasannya. Rencana pembangunan desa semestinya menerapkan prinsip-prinsip :

- a. Pemberdayaan, yaitu upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara;
- b. Partisipatif, yaitu kikutsertaan dan keterlibatan masyarakat secara aktif dalam proses pembangunan;
- c. Berpihak kepada masyarakat, yaitu seluruh proses pembangunan di pedesaan secara serius memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi masyarakat khususnya masyarakat miskin;
- d. Terbuka, yaitu setiap proses tahapan perencanaan pembangunan dapat dilihat dan diketahui secara langsung oleh seluruh masyarakat desa;
- e. Akuntabel, yaitu setiap proses dan tahapan-tahapan kegiatan pembangunan dapat

I.Satriani, P. Muljono, R.W.E. Lumintang Mayor Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan.2011, dalam penelitian KOMUNIKASI PARTISIPATIF PADA PROGRAM POS PEMBERDAYAAN KELUARGA (Studi Kasus Di RW 05 Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor). Paradigma merupakan pandangan yang mendasar dari ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok kajian semestinya harus dipelajari sebagai suatu ilmu pengetahuan (Salim, 2001). Paradigma merupakan suatu pokok persoalan dalam suatu cabang ilmu menurut versi ilmuwan tertentu. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Pemaknaan terhadap setiap kegiatan Posdaya Kenanga yang dikonstruksi dan dimaknai oleh pelaku dalam

Posdaya Kenanga. kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang berlanjut, berulang dan terus-menerus. Analisis data berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Analisis data yang dilaksanakan meliputi reduksi data (memilah, memfokuskan pada hal yang penting), penyajian data (narasi, kutipan pernyataan, foto), interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan Perangkat Kelurahan Situgede, pihak P2SDM LPPM IPB serta tokoh masyarakat memiliki peran masing-masing di kegiatan Posdaya Kenanga. Perangkat Kelurahan sebagai institusi pemerintahan, memiliki peran dalam kegiatan Posdaya Kenanga RW 05 antara lain pembinaan kader, pelatihan para kader serta memotivasi kader. Peran dari pihak P2SDM LPPM IPB adalah sebagai pendamping dan konsultan. Peran keterlibatan tokoh masyarakat dalam Posdaya Kenanga adalah sebagai penasehat seperti memberikan pandangan-pandangan, saran, kritikan, dan ide-ide yang membangun untuk keberlangsungan kegiatan Posdaya Kenanga. 2. Komunikasi partisipatif yang meliputi akses, heteroglasia, poliponi, dialog dan karnaval terjadi dalam kegiatan Posdaya Kenanga. 3. Dampak komunikasi partisipatif dalam Posdaya Kenanga meliputi saling berbagi informasi dan pengetahuan, menyelesaikan permasalahan secara bersama dan terjalinnya keakraban sesama kader.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar . 2.1 Kerangka Konseptual

Pendekatan komunitas sebagai penggerak dalam perubahan sosial dewasa ini semakin meningkat. Hal ini menunjukkan kesadaran akan gerakan secara massif dan berkelompok menjadi penting dalam menciptakan perubahan. Kondisi ini yang coba dilakukan untuk memperbaiki kondisi ketimpangan pendidikan di kota batam. Seperti kita ketahui bahwa kota batam merupakan kota transit yang memiliki letak strategis diapit oleh Negara Malaysia dan Negara Singapura, kota ini memiliki penduduk dengan latarbelakang sosial yang beragam dan permasalahan sosial yang kompleks. Oleh karena itu, pendekatan komunitas sebagai salah strategi mencapai tujuan dan solusi atas permasalahan sosial yang kompleks di kota batam menjadi perhatian tersendiri dalam penelitian ini.

Tumbuhnya komunitas di kota Batam semakin meningkat, hal ini dilihat dari jumlah komunitas sosial di Kota Batam hingga tahun 2019 mencapai 75 komunitas dibidang, sosial, Pendidikan, dan kesenian. Antusiasme ini terus bertambah sejak hadirnya komunitas yang peduli terhadap pendidikan seperti kelas inspirasi dan sahabat hinterland. Sahabat Hinterland merupakan komunitas sosial yang berkomitmen memajukan generasi muda yang tinggal di kawasan hinterland, khususnya di seputaran kota Batam – Provinsi Kepulauan Riau, didirikan pada tanggal 10 Maret 2018 oleh masyarakat kota Batam. Dengan membuka wawasan mereka dan menanamkan pentingnya pendidikan sejak dini kami harap menjadi langkah awal untuk mewujudkan cita-cita besar kami “kesejahteraan untuk masyarakat Hinterland”. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan motivasi guru guru yang mengajar di daerah tertinggal dan memberikan dukungan moral, serta mengedukasi anak-anak sekolah di pulau akan pentingnya pendidikan.

Hal ini didukung dengan memberikan mereka tempat belajar yang layak serta tambahan bacaan dan inovasi metode pembelajaran yang kreatif. Selain itu kami juga mengangkat issue hinterland sebagai salah satu sektor pembangunan yang perlu diperhatikan sehingga lebih banyak orang yang peduli dan menaruh perhatian kepada masyarakat hinterland

Dari bagan diatas peneliti ingin menjelaskan 2 indikator yang sangat penting dalam Strategi komunikasi komunitas Sahabat Hinterland adalah *Trust* (Kepercayaan) dan partisipasi relawan. Kepercayaan masyarakat dibangun dengan melakukan *survey* pra-Program, dalam *survey* tersebut peneliti melakukan

pengamatan langsung untuk mencari kendala kendala Pendidikan yang berada di Pulau Airraja, lalu mengadakan focus group discussion bersama prangkat desa , sekolah dan perwakilan anggota relawan sekaligus memperkenalkan sahabat hinterland dan program yang ingin dijalankan. Sementara itu partisipasi relawan dilakukan dengan melakukan *open recruitment* relawan baru serta melakukan akademi relawan untuk meningkatkan value relawan dalam melakukan kegiatan kerelawanan.

Berdasarkan teori delapan strategi komunikasi pembangunan baru yang dibahas dalam focus group discussion, serta survey lapangan yang dilakukan pra-Program. Maka dipilihlah tiga strategi komunikasi pembangunan baru yang dianggap relevan dan efektif untuk menyelesaikan kendala kendala Pendidikan di pulau terluar (Hinterland), yaitu ;

1. Memaksimalkan peran komunikator sebagai agent perubahan
2. Merancang pesan yang berorientasi pada Audiens
3. Memanfaatkan Teknologi Informasi